

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TESIS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR DIAGRAM.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6

1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
1.5 Luaran Penelitian.....	7
1.6 Tempat & Waktu Penelitian.....	7
1.7 Batasan Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Tinjauan Pustaka.....	9
2.2 Landasan Teori.....	9
2.2.1 Pengertian Pariwisata.....	11
2.2.2 Pengertian Pariwisata Halal.....	13
2.2.3 Pengertian Segmen Pasar.....	15
2.2.4 Segmen Pasar Pariwisata Halal.....	16
2.2.5 Profil Wisatawan Muslim.....	18
2.2.6 Pengertian dan Tujuan Branding.....	20
2.2.7 Pengertian Branding Tempat, Kota & Destinasi.....	22
2.2.8 Prinsip-Prinsip & Proses Pembangunan Branding.....	25
2.2.9 Prinsip-Prinsip Branding Pariwisata Halal.....	27
2.2.10 Pengertian Strategi Branding.....	30

2.3 Kerangka Pemikiran.....	33
2.3.1 Keterkaitan Antara Kota Bandung Dan Pariwisata Halal.....	35
2.3.2 Keterkaitan antara Pariwisata Halal Dan Branding.....	35
2.4 Penelitian Terdahulu.....	36
2.5 Posisi Penelitian.....	39
2.6. Proposisi Penelitian.....	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Subjek Penelitian.....	42
3.2 Objek Penelitian.....	43
3.2.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	43
3.3 Fokus Penelitian.....	60
3.4 Desain Penelitian.....	60
3.5 Metode Penelitian.....	62
3.6 Triangulasi Data.....	64
3.6.1 Triangulasi Metode.....	64
3.6.2 Triangulasi Teori.....	65
3.6.3 Triangulasi Sumber Data.....	65

3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	66
3.7.1 Observasi.....	67
3.7.2 Studi Pustaka.....	68
3.7.3 Angket.....	69
3.7.4 Diskusi Kelompok Terpumpun	69
3.7.5 Wawancara.....	69
3.8 Jenis Sumber Data.....	70
3.9 Metode Analisis Data.....	71
3.10 Interpretasi Data.....	73
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	74
4.1 Nilai Penting Branding Pariwisata Halal Kota Bandung	74
4.1.1 Sejarah Pariwisata Halal Kota Bandung dan Nasional.....	75
4.1.2 Fakta Eksistensi Branding Pariwisata Halal Kota Bandung.....	78
4.1.3 Nilai Penting (<i>Importance</i>) Branding Pariwisata Halal Kota Bandung.....	83
4.2 Idealitas Branding Pariwisata Halal Kota Bandung.....	100
4.2.1 Tahapan dan Proses Branding Yang Ideal.....	101
4.2.2 Cara Menganalisis Ekosistem Pasar dan Menetapkan Segmen Pasar Pariwisata Halal Kota Bandung Yang Ideal.....	103

4.2.3 Pengembangan Identitas Brand Pariwisata Halal Kota Bandung Yang Ideal..	105
4.2.4 Publikasi Brand Pariwisata Halal Kota Bandung Yang Ideal.....	107
4.2.5 Implementasi Brand Pariwisata Halal Kota Bandung Yang Ideal.....	109
4.2.6 Evaluasi Brand Pariwisata Halal Kota Bandung Yang Ideal.....	111
4.3 Strategi Branding Pariwisata Halal Kota Bandung.....	113
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	117
5.1 Kesimpulan	117
5.2 Saran.....	119
DAFTAR PUSTAKA.....	120
Lampiran 1 Transkrip Wawancara	126
Lampiran 2 Dokumentasi Diskusi Kelompok Terpumpun	131
Lampiran 3 Daftar Pertanyaan dan Jawaban Angket	146
PUBLIKASI ILMIAH.....	154
RIWAYAT HIDUP PENULIS	157

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1: Landasan Teoritis Penelitian Branding Destinasi Pariwisata Halal

Diagram 2: Tangkapan Layar dari KBBI Daring

Diagram 3: Proses Penguatan Reputasi Kota oleh Shirvani & De Luca

Diagram 4: Lima Langkah Pembangunan Merek

Diagram 5: Kerangka Pemikiran Penelitian

Diagram 6: Tangkapan Layar Aplikasi VosViewer terhadap Frasa *Halal Tourism*

Diagram 7: Tangkapan Layar Aplikasi VosViewer terhadap Frasa *Halal Tourism Branding*

Diagram 8: Komposisi Penganut Agama Kota Bandung

Diagram 9: Langkah-Langkah Penelitian

Diagram 10: Jawaban Responden Tentang Importansi Branding Pariwisata Halal Suatu Kota atau Negara

Diagram 11: Pilihan Responden Jika Menghadapi Dua Kota Pariwisata Muslim Dengan Branding dan Tanpa Branding

Diagram 12: Model Komunikasi Branding Kota

Diagram 13: Posisi atau Hirarki Branding Pariwisata Halal Kota Bandung

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Logo Pariwisata Halal Indonesia Untuk Pasar Mancanegara dan Domestik

Gambar 2: Peta Kota Bandung Menurut Wilayah Kecamatan

Gambar 3: Jilid Buku *Bandung Travellers Friendly City*

Gambar 4: Sebaran Data Responden Menurut Kota

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Dua Puluh (20) Negara Pasar Pariwisata Halal Tertinggi Tahun 2013-2014

Tabel 2: Data Rujukan Penelitian Terdahulu

Tabel 3: Jumlah Penganut Agama Kota Bandung

Tabel 4: Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kota Bandung Tahun 2011-2016

Tabel 5: Data Kunjungan Bandara Husein Sastranegara Tahun 2014-2018

Tabel 6: Data Kunjungan Bandara Husein Sastranegara Januari-September 2019

Tabel 7: Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara Melalui Bandara Husein
Sastranegara 2018-2019

Tabel 8: Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara Melalui Bandara Tahun 2017-
2020

Tabel 9: Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Berdasar Kebangsaan Melalui
Bandara Husein Sastranegara Tahun 2019

Tabel 10: Jumlah Akomodasi, Kamar, dan Tempat Tidur yang Tersedia pada Hotel
Nonbintang dan Akomodasi Lainnya di Kota Bandung, 2012-2019

Tabel 11: Rata-rata Pengeluaran Wisatawan Mancanegara Perhari menurut Negara
Asal Tahun 2009-2014

Tabel 12: Target, Revisi, Realisasi, dan Capaian Kunjungan Wisatawan Kota Bandung
2014-2023

Tabel 13: Beberapa Data Untuk Menghitung Estimasi Total Pengeluaran Wisatawan
Mancanegara Muslim Dalam 1 Tahun

Tabel 14: Desain Penelitian Branding Pariwisata Halal Kota Bandung

Tabel 15: Daftar Tempat Yang Diobservasi

Tabel 16: Daftar Narasumber Utama Penelitian Branding PHKB

Tabel 17: Kronologi Peristiwa Terkait Pariwisata Halal Kota Bandung

Tabel 18: Lokasi Observasi Eksistensi Branding PHKB

Tabel 19: Strategi Implementasi & Rencana Aksi BTFC Terkait Pariwisata Halal
Kota Bandung

Tabel 20: Daftar Pertanyaan Wawancara kepada Wisatawan Muslim Global

Tabel 21: Sebaran Responden Menurut Wilayah

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Transkrip Wawancara

Lampiran 2: Dokumentasi FGD

Lampiran 3: Daftar Pertanyaan dan Jawaban Angket