

ABSTRAK

Sektor pariwisata dewasa ini telah sangat berkembang di kalangan masyarakat dan dirasa penting bagi masyarakat. Berwisata dinilai sebagai salah satu kebutuhan psikologis untuk mengurangi kejenuhan yang dialami masyarakat setelah menjalani aktivitasnya sehari-hari. Saat ini berwisata bagi kalangan masyarakat tidak hanya berwisata di dalam kota ataupun ke luar kota di dalam satu negara, tetapi tren berwisata ke luar negeri telah menjadi satu pilihan bagi beberapa kalangan tertentu.

Jumlah wisatawan Indonesia yang ke luar negeri meningkat setiap tahunnya yaitu pada tahun 2001 sebanyak 1.507.689 orang. Tahun 2002 berlipat ganda menjadi 3.231.535 orang dan pada tahun 2003 bertambah lagi menjadi 3.491.186 orang. Dari jumlah tersebut wisatawan yang terbanyak adalah yang bepergian ke Singapura yaitu pada tahun 1999 jumlah wisatawan Indonesia yang ke Singapura berjumlah 1,2 juta orang. Jumlah ini meningkat menjadi 1,3 juta orang pada tahun 2000. Pada tahun 2001, jumlah wisatawan Indonesia yang ke Singapura semakin meningkat menjadi 1,36 juta orang dan pada tahun 2002 meningkat menjadi 1,39 juta orang. Akan tetapi pada tahun 2003, jumlah wisatawan Indonesia yang ke Singapura menurun menjadi 1,34 juta orang. Hal ini dikarenakan adanya wabah penyakit SARS yang menyebabkan para wisatawan harus berhati-

hati dalam berwisata. Dan pada tahun 2004 jumlah wisatawan Indonesia yang bepergian ke Singapura meningkat drastis menjadi 1,76 juta orang.

Adanya perilaku konsumen yang berbeda-beda menjadikan perlunya penelitian mengenai perilaku konsumen wisatawan di Surabaya yang bepergian ke Singapura. Konsep yang digunakan adalah perilaku konsumen dan elemen-elemen perilaku konsumennya adalah *what they buy, why they buy, who influence their choice, when they buy, where they buy, how often they use, dan how long they use.*

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif; variabelnya perilaku konsumen; sumber datanya adalah data primer; target populasi yang digunakan adalah responden yang pernah bepergian ke Singapura dan karakteristik populasi adalah responden yang bertempat tinggal di Surabaya, pernah bepergian ke Singapura minimal sekali dalam kurun waktu tiga tahun, serta berpendidikan minimal SMU atau sederajat; sampelnya berjumlah 75 orang responden, teknik pengambilan sampel adalah *nonprobability sampling*, cara pengambilan sampelnya adalah *convenience sampling*; aras pengukuran adalah aras nominal dan metode pengolahan datanya menggunakan tabel frekuensi serta diagram *bar* dan diagram *pie*.

Dari hasil tampilan datanya berdasarkan persentase tertingginya dapat diketahui bahwa pada variabel *what they want*, obyek wisata yang paling diminati adalah pusat perbelanjaan dan cara bepergiannya adalah

pergi sendiri. Pada variabel *why they choose*, kegiatan utama berwisata, alasan utamanya adalah jarak yang dekat. Pada variabel *who influence their choice* yang paling mempengaruhi adalah keluarga. Pada variabel *when they go* waktu yang paling banyak digunakan oleh responden untuk bepergian ke Singapura adalah libur hari raya. Pada variabel *where they go* tempat yang paling disukai oleh responden adalah Pulau Sentosa. Pada variabel *how often they go* frekuensi yang paling banyak untuk bepergian ke Singapura adalah sekali dalam dua tahun. Pada variabel *how long they stay* waktu rata-rata responden tinggal di Singapura adalah 7-<14 hari.

Rekomendasinya adalah untuk cara bepergian sebaiknya pergi sendiri, tetapi jika tidak tahu jalan di Singapura sebaiknya ikut tur. Waktu perginya adalah waktu senggang ataupun pada saat libur hari raya. Tempat yang sebaiknya dikunjungi adalah Pulau Sentosa, Jurong Bird Park, *mall*. Rata-rata lama tinggal di Singapura sebaiknya selama 7-<14 hari.