

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui segmentasi pengunjung agrowisata Kampoeng Anggrek, (2) mengetahui preferensi pengunjung agrowisata Kampoeng Anggrek dan (3) merumuskan strategi untuk menarik pengunjung Kampoeng Anggrek berdasarkan segmentasi dan preferensi pengunjung. Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel responden sebanyak 100 orang. Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis interval, tabulasi silang, analisis *chi square*, dan analisis sikap multiatribut *Fishbein*. Hasil penelitian ini adalah (1) segmentasi agrowisata Kampoeng Anggrek terbesar secara geografi adalah masyarakat lokal (Kota/Kabupaten Kediri), secara demografi adalah perempuan, berusia 21-40 tahun, pendidikan terakhir SMA/Sederajat, serta memiliki pendapatan individu <1.500.000,00 rupiah/bulan dan secara psikografi memiliki kelas sosial yang tergolong cukup baik, gaya hidup yang tergolong baik dan kepribadian yang tergolong sangat baik, (2) atribut agrowisata Kampoeng Anggrek yang menjadi preferensi pengunjung adalah atraksi wisata bunga anggrek, fasilitas dan pelayanan yang lengkap dan memuaskan, aksesibilitas mudah, harga tiket normal dan citra wisata yang baik serta atribut wisata yang paling dipertimbangkan adalah atribut citra wisata, dan (3) strategi untuk menarik pengunjung Kampoeng Anggrek berdasarkan segmentasi dan preferensi pengunjung adalah penggunaan strategi komunikasi secara *word of mouth* dan *electronic word of mouth*, penambahan promosi paket wisata, peningkatan akses jalan, peningkatan promosi berbasis digital, serta pemberlakuan diskon pembayaran tiket masuk.

Kata kunci: agrowisata, atribut, segmentasi, preferensi

## ABSTRACT

*The study aims (1) to determine the tourist's segmentation, (2) to analyze the tourist's preferences of Kampoeng Anggrek, and (3) to formulate strategies to attract tourists to visit Kampoeng Anggrek based on the segmentation and preferences. The samples are selected by using purposive sampling method with the number of respondents as many as 100 people. The basic method used in this research is descriptive analysis. While interval analysis, cross-tabulation, chi-square analysis, and Fishbein multi-attribute are also applied in the analysis. The research shows (1) geographic segmentation shows that the local community constitutes a predominant figure. Then, the majority of demographic segmentation represents females, aged between 21-40 years old, high school/equivalent education level, and individual income of <1,500,000.00 rupiah/month. In terms of psychographic segmentation, a social class shows quite good, a lifestyle classifies good, and a personality results very well, (2) the attributes of Kampoeng Anggrek that become the preferences of tourists are the tourist attractions of orchids; complete and satisfactory facilities and services; good accessibility; normal ticket prices; and a good tourism image. In addition, the most considered attributes is tourism image, (3) the strategies to attract tourists to visit Kampoeng Anggrek based on segmentation and tourists preferences consist of communication strategy by word of mouth and electronic word of mouth, tour package promotion, improvement of road access, digital promotion, and ticket discount.*

*Keywords: agrotourism, attributes, segmentation, preferences*