

## Preferensi Wisatawan Terhadap Agrowisata Belimbing Ngringenrejo

Salsabila Atikah Febrianti, \*Elys Fauziyah, Resti Prastika Destiarni  
Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian,  
Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

### ARTICLE INFORMATION

#### KEYWORD:

*Agrowisata Belimbing, Konjoin, Preferensi, Wisatawan*

### **ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik dan preferensi wisatawan terhadap Agrowisata Belimbing Ngringenrejo Bojonegoro. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 orang, yang diambil dengan menggunakan metode purposive sampling. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah konjoin untuk menilai preferensi wisatawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik mayoritas wisatawan adalah perempuan usia 17-29 tahun, mahasiswa, berpendapatan di bawah UMR, kunjungan 1-2 kali, dan berdomisili di Kabupaten Bojonegoro. Analisis konjoin menunjukkan preferensi kombinasi terbaik untuk lokasi Agrowisata Belimbing Ngringenrejo adalah daya tarik petik belimbing, pelayanan tambahan pemandu wisata, fasilitas area parkir, akses dekat dengan jalan utama, transportasi mobil, serta cendera mata makanan khas dan gantungan kunci.*

### **ABSTRACT**

*This research aims to determine the visitors' characteristics and preferences on the Ngringenrejo Bojonegoro Starfruit Agrotourism. The sample in this study were 96 people, who were taken using purposive sampling method. The method used in this research is the conjoint method to assess tourist preferences. The research results show that the characteristics of the majority of tourists are women among 17-29 years, students, income below the minimum wage, has visited 1-2 times, and were domiciled in Bojonegoro Regency. Conjoint analysis showed the best combination of preferences: the attraction of picking star fruit, additional tour guide services, parking area facilities, close access to the main road, car transportation, as well as typical food souvenirs and key chains.*



*This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.*

#### **How to Cite:**

Febrianti, S. A., Fauziyah, E., Destiarni, R. P. (2024). Preferensi Wisatawan Terhadap Agrowisata Belimbing Ngringenrejo. *Agrimics Journal*, 1(2), 45-62.

---

#### **\*Author Correspondent:**

Email: fauziyah@trunojoyo.ac.id

## PENDAHULUAN

Industri pariwisata memegang peranan kunci dalam struktur ekonomi Indonesia. Hal ini ditunjukkan dengan sektor pariwisata dianggap penting dalam meningkatkan devisa negara dan mendukung perkembangan ekonomi daerah (Aliansyah & Hermawan, 2021). Penelitian yang dilakukan Hasibuan dkk., (2023) mencatat bahwa kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB pada tahun 2022 sebesar 3,6% dan devisa negara pada tahun 2022 sebesar US\$4,26 Milyar. Selain itu, sektor pariwisata dapat memberikan peluang lapangan usaha dan meningkatkan penghasilan bagi masyarakat sekitar (Pratama dkk., 2020). Mayoritas tenaga kerja di sektor pariwisata yaitu sekitar 59,35% bekerja sebagai tenaga usaha penjualan (BPS, 2022). Oleh karena itu, sektor pariwisata di Indonesia saat ini didorong untuk terus tumbuh dan menjadi komponen utama dalam upaya mengembangkan perekonomian serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kegiatan pariwisata Indonesia juga didukung dengan adanya potensi keindahan alam dan kekayaan budaya. Meski demikian potensi ini masih belum mampu dimaksimalkan karena beberapa faktor seperti, kurangnya peningkatan kualitas sumber daya manusia, tantangan lingkungan, dan termasuk kurangnya promosi menjadi hambatan dalam mengoptimalkan potensi pariwisata Indonesia (Albakry, 2023).

Jawa Timur merupakan salah satu provinsi yang kaya akan potensi pariwisata dan juga mengalami perkembangan industri pariwisata yang cukup baik. Jumlah kunjungan wisatawan menjadi salah satu indikator penting dalam mengukur kemajuan sektor pariwisata (Subardini, 2017). Pada tahun 2021 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di Jawa Timur sebanyak 689 dan pada tahun 2022 jumlah kunjungan wisatawan sebanyak 67.793 atau mengalami peningkatan sebesar 9,72% (BPS, 2022). Salah satu destinasi yang menarik untuk dikunjungi di wilayah Jawa Timur adalah agrowisata.

Helilusiatiningsih dkk. (2022) mengungkapkan bahwa agrowisata atau wisata pertanian merupakan serangkaian kegiatan perjalanan wisata yang memanfaatkan sektor pertanian, mulai dari proses produksi hingga produk akhir, dengan maksud untuk meningkatkan pengetahuan, pemahaman, pengalaman, dan rekreasi di bidang pertanian. Agrowisata Belimbing Ngringinrejo di Kabupaten Bojonegoro merupakan salah satu destinasi pariwisata alam yang lahan awalnya tidak produktif, namun berhasil diubah menjadi kawasan agrowisata unggulan (Nurliana dkk., 2020). Agrowisata ini ditanami berbagai varietas belimbing, dikelola oleh masyarakat lokal, dan menjadi salah satu produk unggulan serta ikon Kabupaten Bojonegoro (Wulandari, 2017). Jumlah pengunjung di Agrowisata Belimbing Ngringinrejo mengalami fluktuasi selama beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2020 jumlah pengunjung sebanyak 71.985 orang, kemudian mengalami penurunan pada tahun 2021 menjadi 70.234 orang, namun pada tahun 2022 jumlah pengunjung kembali meningkat menjadi 74.487 orang (Dinas Kebudayaan & Pariwisata, 2023). Tren kenaikan jumlah wisatawan di agrowisata ini terjadi karena adanya ulasan positif dan rekomendasi wisatawan, serta daya tarik wisata yang edukatif. Kemungkinan jumlah wisatawan akan meningkat lagi jika fasilitas yang disediakan dapat memenuhi kebutuhan pengunjung. Upaya peningkatan jumlah kunjungan wisata ini dapat dianalisis dari perspektif keinginan atau preferensi pengunjung. Sesuai

dengan pernyataan Suwena & Widyatmaja, (2017), pengunjung saat ini umumnya mencari pengalaman wisata yang unik, menantang, dengan atraksi yang menarik perhatian, dan memberikan pengalaman wisata yang berkualitas.

Nugraha dkk. (2021) mengungkapkan bahwa perilaku konsumen merupakan aktivitas individu atau kelompok dalam membeli atau menggunakan produk atau jasa yang melibatkan proses pengambilan keputusan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen. Perilaku konsumen ini terbentuk dari beberapa faktor yaitu faktor budaya, sosial, dan pribadi. Preferensi konsumen merupakan pemilihan suka atau tidak suka yang dibuat oleh individu terhadap produk atau jasa yang mereka konsumsi. Tingkat preferensi konsumen bervariasi tergantung pada cara individu tersebut memandang suatu produk atau jasa (Syam dkk., 2022). Teori preferensi konsumen digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana minat konsumen terhadap suatu produk atau jasa. Melalui tahapan pencarian informasi, evaluasi atribut, dan pemberian penilaian berdasarkan prioritas, diharapkan dapat teridentifikasi preferensi pengunjung terhadap berbagai aspek agrowisata (Febrianti dkk., 2019). Menurut Mauliddah dkk (2021) mengungkapkan bahwa terdapat 2 pendekatan utama dalam teori perilaku konsumen, yaitu 1) pendekatan utiliti (nilai guna), berfokus pada gagasan bahwa kepuasan konsumen dapat diukur dengan satuan seperti uang atau unit lainnya (utiliti kardinal) dan 2) pendekatan utiliti ordinal atau kurva ketidakpedulian, berfokus pada perbandingan tingkat kepuasan tanpa mengukur seberapa besar perbedaannya.

Penelitian Ginantius dkk. (2019), menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti atraksi, fasilitas, aksesibilitas, pelayanan tambahan, keamanan, dan promosi secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif terhadap kunjungan wisata. Sedangkan pengujian secara parsial menunjukkan bahwa atraksi, fasilitas, aksesibilitas, keamanan, dan promosi berpengaruh positif. Sementara itu pelayanan tambahan memiliki pengaruh negatif terhadap kunjungan wisata. Penelitian Kembaren dkk. (2014), menyoroti bahwa atraksi wisata memiliki pengaruh terbesar pada keputusan wisatawan untuk mengunjungi Pulau Samosir. Wahyuni & Tamami, (2021), menyatakan bahwa wisatawan lebih menyukai aktivitas wisata seperti trek motor, transportasi sepeda motor, akomodasi restaurant, fasilitas spot foto di pantai, dan jenis cendera mata yaitu pakaian. Sedangkan berdasarkan nilai kepentingan, wisatawan lebih memprioritaskan fasilitas pantai, transportasi, akomodasi, jenis cendera mata, dan aktivitas wisata. Selanjutnya Adiguna dkk., (2020) menyatakan bahwa pelayanan tambahan, aksesibilitas, dan daya tarik lingkungan perdesaan merupakan faktor yang dianggap penting oleh wisatawan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik dan preferensi wisatawan terhadap Agrowisata Belimbing Ngringenrejo Bojonegoro. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, terletak pada lokasinya. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengelola Agrowisata Belimbng Ngringenrejo Bojonegoro, untuk mengembangkan lokasi wisata dengan memperhatikan preferensi wisatawan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Agrowisata Belimbing Ngringinrejo yang berada di Desa Ngringinrejo, Kecamatan Kalitidu, Kabupaten Bojonegoro pada bulan November sampai Desember 2023. Pemilihan lokasi penelitian ini dipilih secara sengaja atau *purposive* dengan pertimbangan tertentu yaitu belum ada penelitian sebelumnya yang menggali topik atau judul penelitian ini di wilayah tersebut, dan agrowisata ini memiliki konsep transformasi lahan tidak produktif menjadi pertanian belimbing yang dapat menginspirasi pengembangan pertanian berkelanjutan dan pariwisata pedesaan di wilayah lain.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik dari responden. Sementara pendekatan kuantitatif digunakan untuk menilai preferensi wisatawan menggunakan analisis konjoin dengan menggunakan *software SPSS*. Menurut Julianisa dkk (2016), analisis konjoin adalah sebuah pendekatan unik dalam analisis multivariat dimana peneliti membangun kombinasi level atribut (*stimuli*) yang diperkenalkan kepada responden untuk dievaluasi melalui peringkat atau penilaian. Kembaren dkk (2014) mengungkapkan bahwa tujuan analisis konjoin yaitu untuk memahami bagaimana seseorang mempersepsikan suatu objek yang terdiri dari beberapa bagian atau atribut. Nabila dkk (2022) mengemukakan bahwa terdapat 4 komponen utama yang harus dimiliki oleh sebuah objek wisata, yaitu *attraction*, *amenity*, *accessibility*, dan *ancillary*. Sedangkan menurut Ross, (1998) menyatakan bahwa terdapat 5 atribut-atribut wisata meliputi atraksi wisata, aktivitas wisata, transportasi, jenis akomodasi, dan jenis cendera mata. Terdapat 6 variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Daya Tarik (*Attractions*), Aksesibilitas (*Accessibilities*), Fasilitas (*Amenities*), Pelayanan Tambahan (*Ancillary Service*), Transportasi, dan Cendera mata.

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh dengan melakukan wawancara langsung kepada responden mengenai preferensi, pandangan, dan pengalaman wisatawan yang berkunjung ke Agrowisata Belimbing Ngringinrejo. Wawancara dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada wisatawan yang sedang/ pernah berkunjung di Agrowisata Belimbing Ngringinrejo. Skala pengukuran pada penelitian ini menggunakan skala likert, yang digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan atau pendapat responden terhadap serangkaian pertanyaan atau pernyataan. Pada penelitian ini menggunakan skala likert berupa rating dengan 5 kriteria penilaian, yaitu: tidak suka (TS) skor 1, kurang suka (KS) skor 2, cukup suka (CS) skor 3, suka (S) skor 4, dan sangat suka (SS) skor 5.

**Tabel 1**  
**Atribut dan Level Atribut**

Atribut	Level Atribut	Sumber
Daya Tarik (Attractions)	1. Petik belimbing 2. Outbond 3. Pemandangan alam yang indah	- Alamanda dkk., (2020) Adiguna dkk., (2020)
Fasilitas (Amenities)	1. Taman bermain 2. Spot foto 3. Area parkir	Wahyuni & Tamami, (2021) Wahyuni & Tamami, (2021) Alamanda dkk., (2020) Saputra & Murni, (2019)
Aksesibilitas (Accesibilities)	1. Lokasi agrowisata mudah diakses 2. Dekat dengan jalan utama 3. Tersedia rambu petunjuk lokasi	Adiguna dkk., (2020) Adiguna dkk., (2020) -
Pelayanan Tambahan (Ancillary Service)	1. Pemandu wisata 2. Pusat pelayanan informatif	Adiguna dkk., (2020) Adiguna dkk., (2020)
Transportasi	1. Sepeda motor 2. Mobil 3. Bus mini	Wahyuni & Tamami, (2021) Wahyuni & Tamami, (2021) Wahyuni & Tamami, (2021)
Cendera mata	1. Makanan khas (Produk olahan) 2. Pakaian (Kaos) 3. Souvenir (Gantungan kunci)	Wahyuni & Tamami, (2021) Kembaren dkk., (2014) Wahyuni & Tamami, (2021) Wahyuni & Tamami, (2021)

Sumber: Data Sekunder Diolah, (2023)

Responden dipilih menggunakan metode *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan mempertimbangkan kriteria khusus yang dianggap penting dalam penelitian yang sedang dilakukan. Kriteria wisatawan yang dijadikan responden yaitu wisatawan yang sedang/pernah mengunjungi Agrowisata Belimbing Ngringenrejo, baik laki-laki maupun perempuan dan berusia tujuh belas tahun ke atas. Jumlah responden yang diambil pada penelitian ini sebanyak 96 orang. Menurut Lemeshow dkk., (1997), menyatakan bahwa penentuan sampel yang tidak diketahui populasinya dapat menggunakan rumus *Lemeshow* dengan penentuan sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 x P(1 - P)}{d^2}$$

Diketahui bahwa nilai n (populasi), Z (statistik Z untuk tingkat kepercayaan 95% atau nilai sig. 0,05), P (Proporsi Maksimal Estimasi), d (alpha/sampling error 10%). Setelah menggantikan nilai-nilai ini ke dalam rumus Lemeshow, maka ukuran sampel yang dibutuhkan (n) berjumlah 96 responden.

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

Model yang digunakan untuk mengukur preferensi dalam analisis konjoin yaitu:

$$U = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + b_8X_8 + b_9X_9 + b_{10}X_{10} + b_{11}X_{11}$$

U adalah nilai utilitas,  $b_0$  adalah nilai konstan,  $X_1$  adalah 1 jika daya tarik petik belimbng, 0 lainnya,  $X_2$  adalah 1 jika daya tarik *outbond*, 0 lainnya,  $X_3$  adalah 1 jika fasilitas taman bermain, 0 lainnya,  $X_4$  adalah 1 jika fasilitas spot foto, 0 lainnya,  $X_5$  adalah 1 jika aksesibilitas lokasi agrowisata mudah diakses, 0 lainnya,  $X_6$  adalah 1 jika aksesibilitas dekat dengan jalan utama, 0 lainnya,  $X_7$  adalah 1 jika pelayanan tambahan pemandu wisata, 0 lainnya,  $X_8$  adalah 1 jika transportasi sepeda motor, 0 lainnya,  $X_9$  adalah 1 jika transportasi mobil, 0 lainnya,  $X_{10}$  adalah 1 jika cendera mata makanan khas, 0 lainnya, dan  $X_{11}$  adalah 1 jika cendera mata pakaian, 0 lainnya. Berdasarkan penelitian (Supandi, 2012) diketahui bahwa tahapan yang dilakukan dalam analisis konjoin yaitu 1) identifikasi atribut dan level atribut, 2) perancangan stimuli dengan profil penuh, yang kemudian di sederhanakan, 3) pengumpulan data non-metrik melalui peringkat terhadap stimuli, 4) menganalisis nilai kepentingan relatif dari atribut, 5) penilaian validitas stimuli dengan menguji korelasi Kendall Tau dan Pearson's R untuk memastikan bahwa sampel yang digunakan mencerminkan populasi yang dituju. Adapun atribut dan level atribut yang digunakan pada penelitian dapat dilihat pada Tabel 1.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Karakteristik Pengunjung Agrowisata Belimbng Ngringinrejo

Responden pada penelitian ini adalah wisatawan yang sudah pernah/sedang berkunjung pada Agrowisata Belimbng Ngringinrejo. Kriteria yang digunakan yaitu telah berusia diatas tujuh belas tahun. Jumlah seluruh responden yang digunakan sebanyak 96 orang. Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap wisatawan, karakteristik responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan pada Tabel 2.

**Tabel 2**  
**Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Percentase (%)
Laki-laki	25	26
Perempuan	71	74
Total	96	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

**Tabel 3**  
**Karakteristik Responden Menurut Usia**

Usia	Frekuensi	Percentase (%)
17-29 tahun	59	61,46
30-42 tahun	20	20,83
43-56 tahun	17	17,71
Total	96	100,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

**Tabel 4**  
**Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan**

Pekerjaan	Frekuensi	Percentase(%)
Mahasiswa	31	32,29
Pegawai Swasta	33	34,38
Pegawai Negeri	11	11,46
Lainnya	21	21,88
Total	96	100,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Wisatawan Agrowisata Belimbng Ngrginginrejo didominasi oleh jenis kelamin perempuan. Jumlah wisatawan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 71 orang atau sebesar 74% dan laki-laki sebanyak 25 orang atau sebesar 26%. Mayoritas wisatawan perempuan di wisata tersebut mencerminkan partisipasi aktif anak muda yang tertarik untuk menjelajahi dan belajar tentang agrowisata dan partisipasi para ibu dalam mendukung acara sekolah anak-anak mereka. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian karakteristik pengunjung agrowisata yang dilakukan Suciyanti dkk., (2022), menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung agrowisata didominasi oleh perempuan. Namun, hal tersebut tidak menutup minat laki-laki untuk berkunjung ke Agrowisata Belimbng Ngrginginrejo.

Pada Tabel 3 dapat diketahui bahwa wisatawan Agrowisata Belimbng Ngrginginrejo ini berasal dari berbagai kalangan usia. Wisatawan yang dijadikan responden yaitu telah berusia diatas tujuh belas tahun karena dianggap lebih mampu memahami pertanyaan pada kuesioner. Wisatawan Agrowisata Belimbng Ngrginginrejo didominasi oleh usia 17-29 tahun. Jumlah wisatawan yang berusia 17-29 tahun sebanyak 59 orang atau sebesar 61,46%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan yang berkunjung adalah kelompok pemuda yang memiliki rasa ingin tahu dan semangat berwisata yang cukup tinggi. Selain itu, usia produktif dan kesehatan yang baik pada kelompok ini turut mendorong minat terhadap

perjalanan. Penelitian ini sejalan dengan Bakti dkk., (2023) yang mengungkapkan bahwa mayoritas pengunjung agrowisata petik jambu kristal yaitu 20-29 tahun.

Pada Tabel 4 dapat diketahui bahwasanya pekerjaan wisatawan yang berkunjung ke Agrowisata Belimbng Ngringinrejo didominasi oleh pegawai swasta sebanyak 33 orang atau sebesar 34,38% dan mahasiswa yaitu sebanyak 31 orang atau sebesar 32,29%. Hal ini disebabkan kedua kelompok wisatawan yang berkunjung di Agrowisata Belimbng Ngringinrejo ini memiliki kemiripan tujuan berkunjung yaitu berlibur untuk menghabiskan waktu luang dan melepaskan kepenatan setelah menjalani rutinitas harian yang padat, termasuk aktifitas belajar bagi mahasiswa dan tugas berat bagi pegawai swasta. Sesuai dengan pembahasan sebelumnya, bahwa mayoritas wisatawan berada pada rentang usia 17 – 29 tahun, dimana mahasiswa dan pegawai swasta termasuk dalam kelompok ini. Mahasiswa ialah mereka yang senang menjelajahi pengalaman baru, dimana kebanyakan dari mereka cenderung melakukan kegiatan bersama teman-teman, termasuk ketika mengunjungi destinasi wisata (Wahyuni & Tamami, 2021).

Tabel 5 dapat diketahui bahwasanya wisatawan melakukan kunjungan terhadap Agrowisata Belimbng Ngringinrejo sebanyak 1-2 kali kunjungan. Jumlah wisatawan yang berkunjung sebanyak 1-2 kali yaitu 43 orang atau 44,79%. Sedangkan wisatawan yang melakukan kunjungan sebanyak 3-4 kali yaitu 37 orang, dan yang melakukan kunjungan 5 kali ke atas sebanyak 16 orang. Responden yang telah mengunjungi agrowisata ini, baik yang baru pertama kali maupun yang sudah berulang-ulang kali, memberikan alasan kedatangan disebabkan pemandangan alam yang indah, cukup dekat dengan kota, dan dapat memetik belimbng sendiri.

**Tabel 5**  
**Karakteristik Responden Menurut Jumlah Kunjungan**

Jumlah Kunjungan	Frekuensi	Percentase(%)
1-2 kali	43	44,79
3-4 kali	37	38,54
≥ 5 kali	16	16,67
Total	96	100,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

**Tabel 6**  
**Karakteristik Responden Menurut Pendapatan**

Pendapatan	Frekuensi	Percentase(%)
di bawah UMR	47	48,96
sama dengan UMR	11	11,46
di atas UMR	38	39,58
Total	96	100,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

**Tabel 7**  
**Sebaran Responden Menurut Domisili**

Domisili	Frekuensi	Percentase(%)
Bojonegoro	73	76,04
Tuban	7	7,29
Lamongan	7	7,29
Kediri	2	2,08
Trenggalek	2	2,08
Surabaya	3	3,13
Jogja	1	1,04
Tegal	1	1,04
Total	96	100,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Pada Tabel 6 dapat diketahui bahwasanya mayoritas wisatawan yang berkunjung ke Agrowisata Belimbing Ngringinrejo memiliki pendapatan di bawah UMR. Jumlah wisatawan yang memiliki pendapatan di bawah UMR yaitu sebanyak 47 orang atau 48,96%. Pendapatan di bawah UMR ini mulai dari Rp. 0 - Rp. 2.279.568 (UMR Bojonegoro) dilihat dari domisili wisatawan. Pekerjaan yang dimiliki responden di bawah UMR ini yaitu tidak/belum bekerja, ibu rumah tangga, petani, mahasiswa, dan pegawai swasta. Sementara itu, jumlah wisatawan yang memiliki pendapatan sama dengan UMR yaitu sebanyak 11.46%. Pendapatan sama dengan UMR ini di mulai dari Rp. 2.279.568 dengan pekerjaan yang dimiliki responden yaitu perawat, guru, dan pegawai swasta, dimana hal tersebut dilihat dari domisili wisatawan. Sedangkan, jumlah wisatawan yang memiliki pendapatan di atas UMR yaitu sebanyak 39,58%. Pendapatan di atas UMR ini dilihat dari domisili wisatawan yaitu mulai  $\geq$  Rp. 3.000.000 dengan pekerjaan yang dimiliki responden yaitu sebagai Pegawai Negeri, Pegawai Swasta, Wiraswasta. Keadaan tersebut dapat menjadi pertimbangan pengelola dalam menetapkan harga paket wisata, cendera mata seperti makanan khas, pakaian, dan souvenir dengan memperhatikan pendapatan pengunjung agar tetap terjangkau.

Pada Tabel 7 menunjukkan bahwa wisatawan yang berkunjung di Agrowisata Belimbing Ngringinrejo berasal dari wisatawan loka dan nasional. Domisili responden menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan Agrowisata Belimbing Ngringinrejo berasal dari wisatawan lokal yaitu Kabupaten Bojonegoro dengan persentase mencapai 76,04%, dapat diartikan bahwa destinasi ini sangat diminati oleh masyarakat setempat. Di sisi lain, wisatawan dari Tuban dan Lamongan, masing-masing memberikan kontribusi sekitar 7,29%, hal tersebut menunjukkan adanya keseimbangan partisipasi dari dua daerah tersebut. Maka dari itu, perlu meningkatkan promosi destinasi wisata ini agar dapat menarik banyak wisatawan luar kota.

**Tabel 8**  
**Uji Validitas dan Reliabilitas Pada Data Penelitian**

	Value	Sig.
Pearson's R	0,774	0,00
Kendall's tau	0,665	0,00

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

**Tabel 9**  
**Nilai Utilities dan Kepentingan Agrowisata Belimbing**  
**Ngrginginrejo Bojonegoro**

Atribut	Level Atribut	Utility Estimate	Importance Values	Preferensi
Daya tarik	Petik belimbing	0,095	20,353	Petik belimbing
	<i>Outbound</i>	-0,082		
	Pemandangan alam yang indah	-0,013		
Fasilitas	Taman bermain	-0,035	18,174	Area parkir
	Spot foto	-0,010		
	Area parkir	0,045		
Aksesibilitas	Lokasi agrowisata mudah di akses	0,015	18,014	Lokasi agrowisata mudah di akses dan dekat dengan jalan utama
	Dekat dengan jalan utama	0,015		
	Tersedia rambu petunjuk lokasi	-0,030		
Pelayanan tambahan	Pemandu wisata	0,001	11,002	Pemandu Wisata
	Pusat layanan informatif	-0,001		
Transportasi	Sepeda motor	-0,021	15,817	Mobil
	Mobil	0,031		
	Bus mini	-0,010		
Cendera mata	Makanan khas	0,009	16,641	Makanan Khas
	Pakaian	-0,013		
	Souvenir	0,004		
(Constant)		3,768		

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

### **Preferensi Wisatawan terhadap Agrowisata Belimbng Ngrginginrejo Bojonegoro**

Hasil dari analisis *correlations* terdapat pada Tabel 8, menunjukkan bahwa penelitian ini dianggap valid karena angka *predictive accuracy* pada nilai Pearson's R dan Kendall's Tau memberikan hasil korelasi yang signifikan yaitu lebih kecil dari taraf kesalahan sebesar 0,05. Sedangkan pada nilai uji Pearson's R dan Kendall's Tau lebih dari 0,5 maka akurasi prediksi dianggap kuat atau valid. Analisis menunjukkan nilai signifikansi dari Pearson's R dan Kendall's Tau sebesar 0,00, menandakan

bahwa setiap atribut wisata memiliki hubungan yang signifikan. Hasil validitas menunjukkan nilai korelasi Pearson's R sebesar 0,774 dan Kendall's Tau sebesar 0,665 (lebih dari 0,5), menggambarkan adanya keterkaitan yang kuat antara perkiraan dan kenyataan. Maka dari itu, preferensi wisatawan sebanyak 77,4% dipengaruhi oleh kombinasi atribut dalam model, sementara 22,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model analisis.

Pada Tabel 9, hasil analisis konjoin dari 6 atribut dengan 18 kombinasi menunjukkan tingkat kepentingan secara keseluruhan terhadap atribut wisata. Responden cenderung memberikan prioritas lebih tinggi pada atribut daya tarik sebagai faktor paling penting untuk menentukan pilihan dalam berkunjung yaitu daya tarik dengan persentase 20,35%. Atribut fasilitas menduduki peringkat kedua dengan persentase 18,17%. Atribut aksesibilitas menduduki peringkat ketiga dengan persentase 18,01%. Selanjutnya atribut yang menduduki peringkat keempat yaitu cendera mata dengan persentase 16,64%. Atribut transportasi menduduki peringkat kelima dengan persentase yaitu 15,81%. Sedangkan atribut yang menduduki peringkat terakhir adalah pelayanan tambahan dengan persentase sebesar 11,00%.

Menurut Chaerunissa & Yuniningsih, (2020), daya tarik adalah faktor utama yang pertama kali menarik perhatian para wisatawan untuk mengunjungi suatu wilayah. Hasil wawancara menunjukkan minat wisatawan terhadap daya tarik petik belimbung sebesar 79%, kegiatan *outbound* sebesar 9%, dan pemandangan alam yang indah sebesar 12%. Sedangkan hasil analisis data dapat diketahui bahwa nilai *utility* positif pada atribut daya tarik petik belimbung di Agrowisata Belimbung Ngringinrejo sebesar 0,095, menunjukkan bahwa responden cenderung memiliki preferensi tinggi terhadap kegiatan tersebut. Sedangkan, nilai *utility* negatif pada level atribut *outbound* sebesar -0,082 dan pemandangan alam yang indah sebesar -0,013, menunjukkan bahwa kurangnya minat wisatawan terhadap kegiatan *outbound* dan pemandangan alam yang indah. Daya tarik utama di Agrowisata Belimbung Ngringinrejo yaitu petik belimbung, dimana wisatawan dapat memetik buah belimbung sendiri. Proses petik belimbung ini akan dikenakan biaya sesuai dengan berat belimbung yang mereka pilih dan ingin dibawa pulang. Selain itu, agrowisata ini juga menawarkan daya tarik *outbound* dan keindahan alam. Namun, minat wisatawan berkurang karena keterbatasan fasilitas kegiatan *outbound* dan pemandangan alam yang sepenuhnya belum menarik karena adanya sampah yang berserakan. Hal ini sejalan dengan penelitian Mulyati & Masruri, (2019), yang menyatakan bahwa keputusan berkunjung dipengaruhi oleh daya tarik yang dimiliki oleh destinasi wisata. Artinya, semakin menarik suatu objek wisata, maka semakin tinggi minat wisatawan untuk mengunjunginya.

Wijaya dkk (2020) mengungkapkan bahwa pelayanan tambahan (*ancillary service*) merupakan segala bentuk dukungan yang disiapkan oleh berbagai pihak, seperti organisasi, pemerintah daerah, kelompok, atau pengelola destinasi pariwisata dengan tujuan untuk melaksanakan berbagai kegiatan pariwisata. Agrowisata Belimbung Ngringinrejo memiliki pelayanan tambahan berupa pemandu wisata dengan nilai *utility* positif sebesar 0,001. Nilai tersebut menandakan bahwa kehadiran pemandu wisata dinilai oleh wisatawan sebagai hal yang diinginkan,

karena memberikan kontribusi positif pada pengalaman mereka. Sebaliknya, nilai *utility* negatif pada pusat layanan informatif sebesar -0,001, menunjukkan bahwa tingkat minat yang lebih rendah dari wisatawan. Data wawancara menunjukkan bahwa 57% dari responden menyatakan minat terhadap pemandu wisata, sementara 43% menunjukkan minat terhadap pusat layanan informatif. Kehadiran pemandu wisata yang mengenakan seragam resmi dan menggunakan *megaphone*, memberikan informasi yang informatif kepada wisatawan mengenai proses pertumbuhan, perawatan, dan manfaat tanaman belimbing. Meskipun demikian, masih banyak wisatawan di Agrowisata ini yang belum menyadari adanya layanan pemandu wisata karena jumlah pemandu yang terbatas. Pemandu hanya akan disediakan jika pengunjung meminta bimbingan selama kunjungan, dan sebagian besar pemandu cenderung diprioritaskan untuk rombongan dari sekolah atau instansi lain dengan biaya pemandu sebesar Rp. 15.000 per rombongan. Hal ini sejalan dengan penelitian Fatima (2017) yang menyatakan bahwa pemandu memiliki peran penting terletak pada pengetahuan yang mendalam mengenai aspek umum suatu objek wisata. Sedangkan untuk pusat pelayanan informatif di kebun belimbing tersebut masih belum memiliki tempat tersendiri. Oleh karena itu, para wisatawan diharapkan untuk bertanya langsung kepada pengelola atau petani belimbing ketika membutuhkan informasi lebih lanjut mengenai kebun belimbing dan kegiatan agrowisata di lokasi tersebut.

**Gambar 1.** Wisatawan Petik Belimbng



Sumber: Data Diolah, 2023

**Gambar 2.** Pemandu Wisata Agrowisata Belimbng Ngringinrejo



Sumber: Data Diolah, 2023

Gambar 3. Area Parkir Agrowisata Belimbing Ngrginginrejo



Sumber: Data Diolah, 2023

Atribut selanjutnya yaitu fasilitas yang merupakan sarana penunjang di destinasi wisata yang dirancang untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan. Berdasarkan data wawancara menunjukkan minat wisatawan terhadap spot foto sebesar 42%, area parkir sebesar 34%, dan taman bermain 24%. Hasil analisis menunjukkan bahwa fasilitas taman bermain dan spot foto memiliki dampak negatif pada nilai *utility* -0,035 dan -0,010, menandakan kurangnya preferensi wisatawan terhadap kedua fasilitas tersebut. Sedangkan pada fasilitas area parkir memberikan kontribusi positif sebesar 0,045, menunjukkan bahwa ketersediaan area parkir memiliki dampak positif pada peningkatan utilitas wisatawan di agrowisata tersebut. Area parkir di Agrowisata Belimbng Ngrginginrejo cukup luas kurang lebih 1 hektar dan di sekitar area parkir terdapat gazebo yang digunakan wisatawan untuk beristirahat. Sedangkan, untuk fasilitas taman bermain dan spot foto kurang diminati wisatawan, karena minimnya taman bermain dan spot foto yang kurang layak. Selain itu, agrowisata ini juga menyediakan berbagai fasilitas lainnya seperti aula, cafe, mushola, dan toilet. Keberagaman fasilitas ini dapat menambahkan kenyamanan dan memenuhi berbagai kebutuhan wisatawan selama kunjungan. Hal ini juga sejalan dengan penelitian Rifansyah & Sihombing, (2022), yang menyatakan bahwa ketersediaan fasilitas yang baik dan lengkap dapat memberikan kenyamanan dan meningkatkan keputusan seseorang untuk berkunjung.

Atribut aksesibilitas pada Agrowisata Belimbng Ngrginginrejo ini memberikan manfaat signifikan dengan memudahkan wisatawan mencapai destinasi. Data wawancara menunjukkan bahwa minat wisatawan terhadap aksesibilitas tersedia rambu petunjuk lokasi sebesar 51%, lokasi agrowisata mudah diakses sebesar 37%, dan agrowisata dekat dengan jalan utama sebesar 12%. Kemudahan aksesibilitas terlihat dari penilaian tertinggi wisatawan pada level atribut "lokasi agrowisata mudah diakses" dan "dekat dengan jalan utama" dengan nilai *utility* sebesar 0,015, menunjukkan bahwa keberadaan agrowisata yang berdekatan dengan jalan utama memiliki dampak positif pada preferensi wisatawan. Sedangkan, level atribut "tersedia rambu petunjuk lokasi" menunjukkan dampak negatif pada nilai *utility* sebesar -0,030, menandakan bahwa ketersediaan rambu petunjuk tidak memiliki pengaruh positif pada preferensi wisatawan, karena teknologi GPS yang memberikan kemudahan dan akurasi navigasi telah menggantikan peran rambu

petunjuk fisik. Lokasi Agrowisata Belimbing Ngringinrejo memiliki jarak tempuh sekitar 15 km dari pusat kota. Sedangkan jarak tempuh dari pertigaan jalan raya sampai ke agrowisata sekitar 1 km. Kondisi jalan yang cukup baik dengan jalan beton dan paving memberikan keuntungan tambahan bagi wisatawan yang mencari aksesibilitas yang efisien dan terjangkau. Namun, perlu diperhatikan bahwa di pertigaan bagian dalam masih belum terdapat rambu petunjuk jalan, sehingga dapat membuat wisatawan merasa bingung. Hal ini sejalan dengan penelitian Dayan & Sari, (2022), bahwa keberadaan aksesibilitas di suatu wilayah dapat memudahkan jangkauan dari daerah sekitarnya, dan memperlancar aktivitas termasuk dalam sektor pariwisata.

Atribut transportasi di Agrowisata Belimbing Ngringinrejo, nilai *utility* mencerminkan preferensi terhadap berbagai sarana transportasi. Hasil wawancara menunjukkan minat wisatawan terhadap transportasi sepeda motor sebesar 65%, mobil sebesar 34%, dan bus mini sebesar 1%. Transportasi mobil memiliki dampak positif dengan nilai *utility* sebesar 0,031, menandakan tingginya minat wisatawan terhadap penggunaan mobil sebagai sarana transportasi utama. Sedangkan, transportasi sepeda motor dan bus mini memiliki dampak negatif pada nilai *utility*, masing-masing sebesar -0,021 dan -0,010, menandakan kurangnya preferensi terhadap kedua jenis transportasi tersebut. Meskipun sebagian besar wisatawan yang berkunjung ke agrowisata ini menggunakan sepeda motor, mobil dan bus mini. Namun, hasil analisis menunjukkan bahwa kendaraan pribadi seperti mobil dianggap lebih diinginkan oleh wisatawan daripada sepeda motor atau bus mini. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Chayarathee dkk., (2018), yang mengungkapkan bahwa wisatawan merasa nyaman ketika menggunakan transportasi umum atau mobil pribadi saat berpergian ke destinasi wisata.

**Gambar 4.** Produk Olahan Belimbing



Sumber: Data Diolah, 2023

Atribut terakhir yaitu cendera mata yang merupakan suatu benda atau produk yang dibeli sebagai kenang-kenangan dari suatu tempat. Hasil wawancara menunjukkan bahwa minat wisatawan terhadap cendera mata makanan khas sebesar 80%, souvenir 18%, dan pakaian 1%. Cendera mata Agrowisata Belimbng Ngringinrejo, seperti makanan khas (produk olahan) dan souvenir (gantungan kunci) memiliki dampak positif pada nilai *utility* dengan nilai sebesar 0,009 dan 0,004, hal ini menandakan bahwa wisatawan lebih tertarik pada pembelian makanan khas dan souvenir sebagai cendera mata. Sedangkan pakaian memiliki dampak negatif pada nilai *utility* dengan nilai sebesar -0,013 menunjukkan kurangnya minat wisatawan terhadap kedua jenis cendera mata tersebut. Agrowisata Belimbng Ngringinrejo ini menyediakan produk makanan khas dari belimbng yaitu sirup, dodol, sari buah, dan selai. Produk-produk tersebut tidak dijual secara umum di kios atau cafe agrowisata. Pengelola hanya memproduksi saat ada pesanan dari pengunjung, dengan harga mulai dari Rp. 25.000. Hal ini dilakukan untuk memastikan keamanan dan kualitas produk yang disajikan kepada pengunjung, serta memberi kesempatan bagi pengunjung untuk membawa pulang produk makanan khas belimbng ini sebagai kenang-kenangan spesial dari kunjungan mereka ke agrowisata ini. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Setiawati & Suryono, (2023), yang menyatakan bahwa wisatawan umumnya memilih membeli cendera mata makanan khas (produk olahan), karena mereka menyukai rasanya, tertarik dengan kemasan yang menarik, dan harga makanan/produk yang terjangkau serta kemudahan dalam membawanya.

## **SIMPULAN**

Karakteristik responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan, dengan rentang usia 17-29 Tahun, bekerja sebagai mahasiswa, memiliki pendapatan di bawah UMR, jumlah kunjungan 1-2 kali, dan berdomisili di Kabupaten Bojonegoro. Berdasarkan analisis konjoin dapat diketahui bahwa kombinasi level atribut yang menjadi preferensi wisatawan Agrowisata Petik Belimbng yaitu daya tarik petik belimbng, pelayanan tambahan pemandu wisata, fasilitas area parkir, aksesibilitas dekat dengan jalan utama dan lokasi agrowisata mudah di akses, transportasi mobil, cendera mata makanan khas dan gantungan kunci. Adapun saran untuk pihak pengelola Agrowisata Belimbng Ngringinrejo yaitu untuk meningkatkan daya tarik petik belimbng dengan menggunakan bibit unggul agar menghasilkan buah yang berkualitas, meningkatkan kualitas pelayanan tambahan oleh pemandu wisata melalui pembinaan yang lebih intensif, serta melakukan penelitian mengenai tanggal kadaluwarsa produk untuk dicantumkan pada kemasan dan memperkaya variasi cendera mata makanan khas, sambal mempertimbangkan keinginan pengunjung untuk memiliki produk olahan makanan khas sebagai oleh-oleh setelah berkunjung. Upaya ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pengunjung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiguna, M. K., Amani, H., Tripiawan, W., Industri, F. R., & Telkom, U. (2020). Preferensi Wisatawan Terhadap Destinasi Kampung Wisata Tabek Indah Resort Di Provinsi Lampung Dengan Teknik Analisis Conjoint. *eProceedings*, 7(1), 1996–2003.
- Al-bakry, M. H. N. (2023). Analisis Potensi Pariwisata Indonesia dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi: Persepsi Pedagang Lokal Terhadap Dampak Wisatawan Dalam Peningkatan Pendapatan di Danau Toba. *E-Journal STIPRAM*, 4(2), 106–120.
- Alamanda, D. T., Ramdhan, A., & Prasetyo, A. P. (2020). Preferensi Wisatawan Nusantara Terhadap Komponen Wisata Papandayan Menggunakan Analisis Konjoin. *Gema Publica : Jurnal Manajemen dan Kebijakan Publik*, 5(1), 27–44.
- Aliansyah, H., & Hermawan, W. (2021). Peran Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten/Kota Di Jawa Barat. *Bina Ekonomi*, 23(1), 39–55. <https://doi.org/10.26593/be.v23i1.4654.39-55>.
- Bakti, A. B. A., Tanjung, G. S., & Djazuli, R. A. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Ke Agrowisata Petik Buah Jambu Kristal Kota Batu. *Jurnal Agribisnis Unisi*, 12(2), 150–158. <https://doi.org/10.32520/agribisnis.v12i2.2859>.
- BPS. (2022). *Statistik Pariwisata Provinsi Jawa Timur 2022*. Badan Pusat Statistik.
- BPS. (2022). *Statistik Tenaga Kerja Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2018-2021*. Badan Pusat Statistik.
- Chaerunissa, S. F., & Yuniningsih, T. (2020). Analisis Komponen Pengembangan Pariwisata Desa Wisata Wonopolo Kota Semarang. *Journal Of Public Policy And Management Review*, 9(4), 159–175.
- Chayarathee, S., Leksuma, P., Kulwichain, I., Saraiwong, S., Lao-afoon, W., Pathomchaiwat, L., & Worawong, K. (2018). The study of factors that affect making decision of agro-tourism at Klong Mahasawat Community , Putthamonthon District , Nakhon Prathom Province. *Proceedings of the 3rd International Conference of Multidisciplinary Approaches on UN Sustainable Development Goals UNSDGs 2018, Bangkok, Thailand*, 187–192.
- Dayan, M. A., & Sari, M. I. (2022). Potensi Agrowisata Berbasis Masyarakat. *National Multidisciplinary Sciences*, 1(1), 53–59.
- Fatima, I. (2017). Pengembangan Agrowisata Padi Sawah Berbasis Pertanian Berkelanjutan di Kecamatan Maurole. *Agrica*, 10(2), 62–74. <https://doi.org/10.37478/agr.v10i2.198>.

- Febrianti, T., Ashrul, T., & Milla, A. N. (2019). Jurnal Ilmuah Paspalum. *Ilmiah Pertanian Paspalum*, 7(1), 1–8.
- Ginantius, A. P., Indah, P. N., & Nurhadi, E. (2019). Preferensi Wisatawan Terhadap Kunjungan Wisata Di Kusuma Agrowisata Kota Batu Jawa Timur. *Berkala Ilmiah AGRIDEVINA*, 8(1), 48–57. <https://doi.org/10.33005/adv.v8i1.1626>.
- Hasibuan, I. M., Mutthaqin, S., Erianto, R., & Harahap, I. (2023). Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Perekonomian Nasional. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 8(2), 1200–1217.
- Helilusiatiningsih, N., Soenyoto, E., Irawati, T., Idris, A., & Winahyu, N. (2022). Empowerment of Watermelon Picking Agro-Tourism In Integrated Field Laboratory Faculty Of Agriculture UNISKA Kediri. *Integrative Community Service and Agriculture*, 1(December), 8–15.
- Julianisa, R. D., Safitri, D., & Yasin, H. (2016). Analisis Konjoin Full Profile Dalam Pemilihan Bedak Untuk Mahasiswa Departemen Statistika Universitas Diponegoro. *Jurnal Gaussian*, 5(4), 747–756.
- Kembaren, S. C., Bangun, P., & Sitepu, R. (2014). Preferensi Wisatawan Terhadap Kunjungan Wisata Pulau Samosir Dengan Analisis Konjoin. *Saintia Matematika*, 2(3), 267–275.
- Lemeshow, S., Hosmer, D. , Klar, J., & Lwanga, S. . (1997). *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Gajahmada University Press.
- Mauliddah, N., Fatihuddin, D. D., & Roosmawarni, A. (2021). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Eureka Media Aksara.
- Mulyati, Y., & Masruri. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Ditinjau dari Perspektif Daya Tarik Destinasi Wisata Kota Bukittinggi. *Menara Ilmu Lppm Umsb*, XIII(1), 190–205.
- Nabila, I., Yudhari, I. D. A. S., & Dewi, I. A. L. (2022). Analisis Tingkat Kepuasan Pengunjung terhadap Agrowisata Taman Edelweis di Kabupaten Karangasem Bali. *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*, 11(1), 200–210. <https://doi.org/10.24843/jaa.2022.v11.i01.p19..>
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., & Sinulingga, D. G. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. PT. Nasya Expanding Management.
- Nurliana, S. R. M., Putra, D. F., & Sakdiyah, S. H. (2020). Makna Pembangunan Agrowisata Kebun Belimbing Bagi Masyarakat Desa Ngringinrejo, Kecamatan Kalitudu, Kabupaten Bojonegoro. *JPIG (Jurnal Pendidikan dan Ilmu Geografi)*, 5(1), 67–80. <https://doi.org/10.21067/jpig.v5i1.4199>.

- Pratama, H., Nenih, N., & Supriatna, U. (2020). Pengaruh Pariwisata Situs Gunung Padang Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Desa Karyamukti Kecamatan Campaka Kabupaten Cianjur. *Jurnal Geoarea*, 3(1), 9–21.
- Rifansyah, M., & Sihombing, D. (2022). Pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung Agrowisata Sawah Desa Pematang Johar Kecamatan Labuhan Deli Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 1(3), 153–170. <https://doi.org/10.55927/ministal.v1i3.1149>.
- Ross, G. (1998). *Psikologi Pariwisata*. Yayasan Obor Indonesia.
- Saputra, J. H., & Murni, D. (2019). Preferensi Wisatawan terhadap Tempat Rekreasi Pantai Air Manis di Kota Padang dengan Menggunakan Analisis Konjoin. *UNPjoMath*, 2(4), 18–23.
- Setiawati, E., & Suryono, C. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Dalam Membeli Jenis Produk Cenderamata dan Makanan Khas Kota Cirebon. *Jurnal JIP*, 4(2), 229–240.
- Subardini. (2017). Analisis Kontribusi Sektor Pariwisata terhadap Produk Domestik Regional Bruto Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi*, 1(2), 102–114. <https://doi.org/10.25139/jai.v1i2.815>.
- Suciyanti, F., Zikri, F., & Malia, R. (2022). Perilaku Konsumen Agrowisata Kampung Budaya Padi Pandanwangi Kec. Warungkondang, Kabupaten Cianjur Jawa Barat. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 50–68.
- Supandi, E. D. (2012). Pendekatan Conjoint Analysis untuk Mengukur Tingkat Preferensi Mahasiswa terhadap Layanan Sistem Informasi Akademik di UIN Yogyakarta. *Jurnal Fourier*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.14421/fourier.2012.11.1-9>.
- Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. N. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Pustaka Larasan
- Syam, S. A., Haeruddin, M. I. W., Ruma, Z., Musa, M. I., & Hasbiah, S. (2022). Pengaruh Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Marketplace. *Value Added: Majalah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(2), 73–79.
- Wahyuni, I. N., & Tamami, N. D. B. (2021). Preferensi Wisatawan Terhadap Destinasi Wisata Pantai Camplong Kabupaten Sampang. *Pamatator Journal*, 14(1), 51–60. <https://doi.org/10.21107/pamatator.v14i1.9536>.
- Wijaya, M. I. H., Hutama, S. T. E. W., Dewi, Z. L., & Puspasari, D. A. (2020). Peran Kelembagaan dalam Faktor Penarik Pariwisata Kabupaten Temanggung. *Bhumiphala:Jurnal Pengembangan Daerah*, 1(2), 27–35.
- Wulandari, I. A. (2017). *Implementasi Community Based Tourism (CBT) Dalam Pengelolaan Agrowisata Belimbing Ngringenrejo Bojonegoro*. 3(4), 23–35.