

ABSTRAK

Kota Bandung yang sedang berbenah menjadi sebuah tujuan atau destinasi wisata favorit bagi keluarga Indonesia di Bandung dan juga Wisatawan Mancanegara yang modern dengan konsep sistem management tata ruang di bawah kendali langsung walikota Bandung Ridwan Kamil, saat ini boleh dikatakan sedang gencar-gencarnya merenovasi berbagai taman atau kawasan hijau yang tadinya tidak terurus dan dikelola ala kadarnya menjadi sebuah Taman Kota yang diperuntukan bagi ruang publik yang indah, nyaman serta bisa memberikan nilai manfaat bagi siapa pun yang berkunjung atau memakai fasilitas berbagai Taman Kota Bandung.

Taman Film Bandung merupakan taman yang dibangun khusus untuk warga Kota Bandung menonton film. Taman ini memiliki luas 1300 meter persegi dan berkapasitas 500 orang penonton. Sebagai yang pertama di Indonesia, taman ini dilengkapi dengan teknologi videotron raksasa berukuran 4x8 meter. Penonton pun akan dimanjakan dengan sound sistem berkualitas baik yang didukung daya listrik 33000 watt. Penonton bisa memilih tempat duduk. Mau di tempat duduk beton bergaya terasering sawah atau lesehan di atas rumput sintetis di depan layar

Penelitian ini bertujuan untuk melihat segmentasi pengunjung taman berdasarkan *tourism experience*.

Pengumpulan data menggunakan data kuesioner, di dapatkan dari hasil penyebaran kuesioner dengan penyusunan variabel yang sudah sesuai dengan penelitian sebelumnya sebanyak 400 responden. Data tersebut kemudian diolah dengan menggunakan *TwoStep Cluster Analysis. Software* yang digunakan untuk menghitung dan memvisualisasikan hasil analisis adalah SPSS Versi 13.0

Diperoleh kesimpulan bahwa segmentasi pengunjung taman film terbentuk tiga segmen. Segmen satu ialah ESTABLISHED yang berarti orang-orang yang mapan dan sudah berkeluarga. Segmen satu ialah TEENAGER yang berarti orang-orang yang berjiwa muda yang membutuhkan hiburan dalam hal ini adalah pengunjung taman film. Segmen kedua ialah ESTABLISHED yang berarti orang-orang yang mapan dan sudah berkeluarga. Segmen ketiga ialah GROWN UP yang berarti artinya berorientasi pada pekerjaan dikarenakan karakteristik pengunjung taman film adalah orang-orang yang sedang berkembang untuk mendapatkan yang mereka inginkan

Kata Kunci : *Segmentation, Tourism Experience, TwoStep Cluster Analysis*