

Abstrak

Pada saat ini kesadaran masyarakat konsumen pengguna jasa hotel pada kesehatan lingkungan semakin tinggi. Menurut Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) (www.phrionline.com/2014), pada tahun 2014 terdapat 380 hotel berizin di Kota Bandung, dengan jumlah total kamar sekitar 18.000. Dengan mengasumsikan hanya 1% saja dari 18.000 kamar hotel yang membutuhkan pelayanan Ozora dalam kurun waktu 1 minggu, maka setidaknya akan didapat 180 kamar hotel per minggu atau 30 kamar hotel per hari (6 hari kerja per minggu) yang potensial sebagai pengguna jasa Ozora.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Faktor-faktor yang mendorong konsumen (hotel bintang 3,4,5) untuk melakukan pembelian alat Ozora dan untuk mengetahui Item yang paling dominan dalam membentuk faktor pendorong pembelian alat Ozora.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan metode kuantitatif dan untuk analisis data menggunakan analisi faktor. Objek penelitian ini adalah hotel bintang 3,4,5 yang berada di Bandung.

Berdasarkan analisis faktor yang telah dilakukan, terdapat 4 faktor yang merupakan hasil reduksi dari 22 item, yaitu “Menghilangkan bau dan asap rokok “ (Q1), “alat dibeli dan dioperasikan oleh staf yang sudah di training“ (Q22), “Menghilangkan bau asap rokok pasif yang menempel di dinding “ (Q18), “Service produk / jasa tersedia didalam negeri“ (Q20).

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa dari 22 item yang diteliti, dengan proses factoring bisa direduksi menjadi empat faktor. Semua nilai faktor loading bernilai positif, jika semakin tinggi nilai penilaian responden terhadap item pada masing-masing faktor maka akan semakin tinggi kemungkinan responden untuk menggunakan Ozora.

Kata kunci : *Value Proposition*, Analisi Faktor, Perhotelan, Preferensi Konsumen, B2B