

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kombinasi atribut hotel yang menghasilkan *consumer value index* tertinggi dan untuk mengetahui atribut yang merupakan *value driver* dari konsumen hotel.

Penelitian ini dilakukan dengan penelitian kuantitatif yang dilaksanakan menggunakan metode konjoin, pengambilan sampel menggunakan metode *non probability purposive sampling*. Studi ini didasarkan pada data primer yang dilakukan melalui survei dari 433 konsumen hotel di Kota Bandung. Analisis konjoin digunakan untuk memperkirakan kepentingan relatif atribut hotel yang dibuat dalam suatu set atribut atau dapat disebut kartu kombinasi atribut. Atribut hotel tersebut melainkan, harga kamar, jaringan internet, sarapan, layanan kopi dan teh, layanan penjemputan bandara.

Dalam analisis konjoin ini, hasil dari responden mengidentifikasi bahwa harga kamar memiliki nilai kepentingan paling besar karena memiliki *customer value index* tertinggi, diikuti oleh jaringan internet, sarapan, layanan kopi dan teh, dan layanan penjemputan bandara. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga kamar adalah *value driver* bagi konsumen dalam memilih atribut hotel.

Saran dari penelitian ini adalah pelaku industri hotel dapat menjadikan harga kamar sebagai fokus utama untuk menarik para konsumen. Dimana konsumen selalu menginginkan fasilitas hotel yang nyaman serta sebanding dengan harga nya.

Kata kunci: Hotel, Harga Kamar, Fasilitas Hotel, Analisis Konjoin, Preferensi