**ABSTRAK**

**Prime Park Hotel Bandung merupakan hotel bintang empat yang memiliki merek terkenal, hotel ini dikelola oleh salah satu Badan Usaha Milik Negara yaitu PT. Pembangunan Perumahan (PP), Persero-Tbk. Hotel ini tergolong ke dalam hotel bisnis dan wisata*.* Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui terdapat permasalahan sehubung dengan keputusan menginap pada tamu bisnis. Hal ini terlihat dari indikator-indikator pengenalan kebutuhan tamu yang berbeda-beda, evaluasi alternatif tamu terhadap Prime Park Hotel Bandung sebagai hotel dengan konsep hotel bisnis dan keputusan pembelian tamu dilihat dari tingkat hunian kamar yang mengalami penurunan pada tahun 2015, diduga disebabkan oleh *customer value* yang dilakukan seperti manfaat citra Prime Park Hotel Bandung yang terkenal sebagai hotel bisnis dan *leisure* belum dapat seimbang antara tamu untuk keperluan bisnis dengan tamu individu, dan biaya moneter dalam bentuk penawaran yang ditawarkan oleh Prime Park Hotel Bandung sebagai hotel bisnis masih terbilang tinggi sehingga pelaksanaan *customer value* masih kurang.**

**Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *customer value* terhadap keputusan menginap pada tamu bisnis dan mengetahui hambatan-hambatan yang dihadapi serta usaha saja yang dilakukan dalam mengatasi hambatan berkenaan dengan *customer value* di Prime Park Hotel Bandung. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis. Teknik pengumpulan data melalui penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan. Dalam penelitian lapangan ini peneliti melakukan observasi non partisipan, wawancara, angket. Analisis data yang digunakan persamaan regresi linier sederhana, korelasi product moment pearson, dan analisa koefisien determinasi.**

**Hasil penelitian menunjukan bahwa uji signifikansi hasil thitung = 554 yang lebih besar dari nilai ttabel  = 3.750, untuk kedua variabel tersebut yaitu *customer value* dengan keputusan menginap memberikan hubungan yang berarti dan signifikan. Hal ini menunjukan kontribusi variabel *customer value* terhadap variabel keputusan menginap adalah sebesar 52.4 %. sisanya, sebesar 47.6 % variabel keputusan menginap diberikan oleh faktor-faktor lain yang tidak teridentifikasi seperti iklim, tingkat hunian dan kuantitas wisatawan.**

**Saran-saran yang dapat peneliti kemukakan antara lain Prime Park Hotel Bandung sebaiknya melaksanakan *customer value* yang belum sepenuhnya dilakukan yaitu manfaat citra dan biaya moneter. Prime Park Hotel Bandung sebaiknya memperhatikan hal-hal tentang keputusan menginap pada tamu bisnis yang belum sepenuhnya dilakukan mengenai pengenalan kebutuhan, evaluasi alternatif dan keputusan pembelian. Diharapkan Prime Park Hotel Bandung dapat memaksimalkan pelaksanaan customer value agar bisa meningkatkan keputusan menggunakan jasa di Prime Park Hotel Bandung.**

**Kata Kunci: Nilai Pelanggan dan Keputusan Menginap**

**ABSTRACT**

***Prime Park Hotel Bandung is a four-star hotel has a well-known brand, the hotel is managed by one of the State Owned Enterprises which PT. Pembangunan Housing (PP), Persero-Tbk. This hotel belongs to the hotel business and leisure. Based on the survey that has been result revealed that there is a problems with guest decision staying on business. This can be seen from the indicators introduction of guests needs are different from each guest, alternative evaluation, guests of the Prime Park Hotel Bandung as the hotel with the concept of business and purchasing decisions guest views from room occupancy levels were decreased in 2015, allegedly caused by customer value do as the benefits of the image of Prime Park Hotel Bandung is well known as a business hotel and leisure can not be balanced among the guests for business purposes by the individual guest, and monetary costs in the form of deals offered by Prime Park Hotel Bandung as a business hotel remains high so the implementation of customer value is still lacking.***

***The purpose of the study was to determine how much influence customer value to the decision to stay on a business and knowing the obstacles faced and the efforts of what is being done to overcome the obstacles with regard to customer value in Prime Park Hotel Bandung. This research uses a descriptive analysis method with data collection techniques through literature review and field research that are consisted of observations, interviews, and questionnaires. In this field study researchers conducted a non-participant observation, interviews, questionnaires. The data analysis used a simple linear regression, Pearson product moment correlation, and analysis of the coefficient of determinasi.***

***The results showed that the significance test results of t = 554 is greater than the value table = 3.750, for both variables, namely customer value by decisions stay provide meaningful and significant relationships. This shows the contribution of customer value of the decision variables stay amounted to 52.4%. the remainder, amounting to 47.6% of decision variables stay granted by other factors not identified.***

***The suggestions to the researchers pointed out, among others Prime Park Hotel Bandung should implement customer value that has not been fully carried out by Prime Park Hotel Bandung are the benefits of image and monetary costs. Prime Park Hotel Bandung should pay attention to things on the decision to stay in the business guests who have not fully done regarding the introduction of requirements, alternative evaluation and purchasing decisions. Expected Prime Park Hotel Bandung can maximize the implementation of customer value in order to improve the decision to use the services in Prime Park Hotel Bandung.***

***Keywords: Customer Value and Guest Decision Staying On Business***

**RINGKESAN**

**Prime Park Hotel Bandung mangrupa hotel bintang opat nugadyheun hotel ieu dikelola ku salah sahiji usaha Milik Nagara nyaeta PT.Pembangunan Perumahan (PP), Persero-Tbk. Hotel ieu digolongkeun kana bisnis hotel jeung pariwisata. Dumasar hasil panalungtikan nu geus dijieun dipikanyaho yén aya masalah jeung sémah kaputusan sehubung tinggal dina bisnis. Hal ieu bisa ditempo ti bubuka indikator tina kabutuhan sémah nu beda ti unggal tamu, évaluasi alternatif, sémah nu Perdana Park Hotel Bandung salaku hotel jeung konsep bisnis jeung purchasing kaputusan tamu pintonan ti tingkat hunian kamar anu turun di 2015, disangka disababkeun ku nilai pelanggan ngalakukeun salaku mangpaat gambar Prime Park hotel Bandung oge dipikawanoh minangka hotel bisnis jeung rineh teu bisa saimbang antara semah pikeun tujuan bisnis ku tamu individual, jeung waragad moneter dina bentuk poéna ditawarkeun ku Prime Park hotel Bandung salaku hotel bisnis tetep luhur jadi palaksanaan nilai pelanggan masih kurang.**

**Tujuan ti panalungtikan ieu pikeun nganyahokeun data sarta informasi ngeunaan sabaraha pangaruh nilai pelanggan ka kaputusan cicing dina tamu bisnis sarta nganyahokeun tahanan-tahanan anu disanghareupan sarta usaha-usaha anu dipigawé kango mereskeun tahanan-tahanan anu berkenaan sareng nilai pelanggan dina Prime Park Hotel Bandung.**

**Padika panalungtikan anu dipaké dina panalungtikan ieu teh padika deskriptif analisis. Téknik ngumpulkeun data ngaliwatan panalungtikan pustaka sarta panalungtikan lapang. Dina panalungtikan lapang ieu peneliti ngalakonan observasi teu langsung, wawancara, sarta angket. Analisis data digunakeun hiji regression basajan linear, korelasi product moment pearson, sarta analisis koefesien determinasi. Hasil némbongkeun yen significance hasil test t = 554 anu leuwih gede ti nilai tabel = 3,750, boh variabel item, nyaeta nilai customer ku kaputusan tetep nyadiakeun hubungan bermakna jeung signifikan. Ieu nembongkeun kontribusi nilai pelanggan tina variabel kaputusan tetep amounted ka 52,4% sesana, jumlahna 47,6% tina variabel kaputusan terus dibales ku faktor sejen teu pasti.**

**Nu bongbolongan ka Panalungtik nunjuk kaluar, diantarana Prime Park Hotel Bandung kudu nerapkeun nilai pelanggan nu geus teu acan pinuh Dibawa kaluar ku Prime Park Hotel Bandung nu mangpaat gambar jeung waragad moneter. Prime Park Hotel Bandung kudu nengetan hal dina kaputusan cicing di tamu bisnis anu geus teu pinuh dipigawe ngeunaan bubuka syarat, evaluasi alternatif jeung kaputusan purchasing. Perdana Park ekspektasi Hotel Bandung bisa ngamaksimalkeun palaksanaan nilai pelanggan dina raraga ngaronjatkeun kaputusan make ladenan di Prime Park Hotel Bandung.**

**Kecap Konci: Nilai Pelanggan Sareng Kaputusan Mondok Dina Tamu**

**Bisnis**