

## ABSTRAK

**Gina Anggina Mustika, 0908593 Pengaruh *Customer Value* Terhadap Keputusan Menggunakan *Meeting Package* di Golden Flower Hotel Bandung (Survei pada Tamu Bisnis di Golden Flower Hotel Bandung).** Skripsi 2014, dibawah bimbingan Rini Andari, S.Pd.,SE.Par.,MM dan Ariyo Bramantori., SH.,MM.

Perkembangan sektor pariwisata di Indonesia kini semakin memperlihatkan pertumbuhan ke arah yang lebih baik, salah satunya MICE (*meeting, incentive, convention, and exhibition*). MICE merupakan bagian dari industri pariwisata masa kini. Golden Flower Hotel Bandung adalah salah satu hotel bintang 4 yang menyediakan tempat untuk menyelenggarakannya MICE dengan tujuan utama yaitu mendapatkan nilai atau persepsi positif dari tamu bisnis dengan target sesuai sasarannya. Pada tahun 2013 Golden Flower Hotel Bandung mengalami penurunan *event meeting* sebesar 1,9%. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai *customer value* dan keputusan menggunakan *meeting package* serta pengaruh *customer value* terhadap keputusan menggunakan *meeting package* di Golden Flower Hotel Bandung. Dalam penelitian ini variabel (X) yang digunakan yaitu *customer value* yang terdiri dari *emotional value, social value, quality/performance value* dan *price/value of money*. Menurut Sweeney and Soutar (Gery 2010:8). Variabel terikat (Y) yaitu keputusan menggunakan *meeting package*. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif verifikatif, dan metode yang digunakan adalah survei dengan *systematic random sampling*, serta jumlah sampel sebanyak 50 perusahaan sebagai tamu bisnis di Golden Flower Hotel Bandung. Teknik analisis data dan uji hipotesis yang digunakan adalah regresi berganda. Temuan penelitian menunjukkan bahwa sub variabel *social value* memiliki pengaruh tertinggi terhadap keputusan menggunakan *meeting package*, karena telah memberikan pelayanan yang baik terhadap tamu bisnis sehingga tamu merasa berkesan dan mempunyai nilai/ persepsi positif bagi Golden Flower Hotel Bandung.

**Kata Kunci:** *Customer Value, Keputusan Menggunakan Meeting Package*

## **ABSTRACT**

**Gina Anggina Mustika, 0908595** *Influence of Customer Value towards Decision to Use Meeting Package at Golden Flower Hotel Bandung (Survey on Business Guest at Golden Flower Hotel Bandung)*. Thesis 2014, under the guidance of Rini Andari, S.Pd.,SE.Par.,MM and Ariyo Bramantori.,SH.,MM.

*The development of the tourism sector in Indonesia has increasingly growth to the better way, for example MICE (meeting incentive, convention, and exhibition). MICE is a part of the tourism industry today. Golden Flower Hotel Bandung is a four stars hotel in Bandung that provides a place to host MICE, with the hotel's main goal is to get the value or positive perception from target business with appropriate targets. In 2013 Golden Flower Hotel Bandung meeting events decreased by 1,9%. The aim of this study was to obtain an overview of customer value and the decision to use meeting package and the influence on the decision to use meeting package at Golden Flower Hotel Bandung. This research used customer value as variables (X) which consist of emotional value, social value, quality/performance value and price/value of money. According to Sweeney and Soutar (Gery 2010:8), the dependent variable (Y) is the decision to use meeting package. This type of research is descriptive verification, and the using method was a survey with a systematic of random sampling, and the numbers are 50 companies as business guests at Golden Flower Hotel Bandung. For the data analysis technique and hypothesis testing, multiple regression technique was used in this research. The results showed that the sub variable social value has the highest influence towards the decision to use meeting package, because it has given good service to the guest's business so they got memorable experience and has a value / positive perception about the Golden Flower Hotel Bandung.*

**Keywords:** *Customer Value, Decision Meeting Using Package*