

ABSTRAK

Analisis *Customer Perceived Value* Di Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang

Oleh: Givo Sonest

Penelitian ini dilakukan berdasarkan dari pengamatan peneliti ketika melaksanakan PLI di Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang mengenai *Customer Perceived Value*. Penelitian ini dilakukan berdasarkan beberapa fakta masalah mengenai *Customer Perceived Value* di Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan *customer perceived value* di Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang. Jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif dengan data kuantitatif. Sedangkan populasi pada penelitian ini yaitu tamu yang sedang menginap ke Whiz Prime Hotel Khatib Sulaiman Padang. Sampel penelitian ini berjumlah 100 orang dengan menggunakan metode pengambilan sampel *non probability sampling*. Jenis data dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder.

Hasil penelitian: keseluruhan menunjukkan kategori cukup baik dengan persentase sebesar 38% dan memperoleh nilai TCR sebesar 65,10% dengan kategori cukup baik. Selanjutnya berdasarkan indikator berikut: (1) Manfaat produk menunjukkan kategori sangat baik dengan persentase sebesar 29% dan memperoleh nilai TCR sebesar 66,5% dengan kategori cukup baik. (2) Manfaat layanan menunjukkan kategori cukup baik dengan persentase sebesar 31% dan memperoleh nilai TCR sebesar 66,75% dengan kategori cukup baik. (3) Manfaat personal menunjukkan kategori cukup baik dengan persentase sebesar 35% dan memperoleh nilai TCR sebesar 66,7% dengan kategori cukup baik. (4) Manfaat reputasi menunjukkan kategori cukup baik dengan persentase sebesar 28% dan memperoleh nilai TCR sebesar 4,25% dengan kategori cukup baik. (5) Biaya harga menunjukkan kategori cukup baik dengan interpretasi persentase penilaian responden sebesar 39% dan memperoleh nilai TCR sebesar 63,8% dengan kategori cukup baik. (6) Biaya tenaga dan waktu menunjukkan kategori baik dengan interpretasi persentase penilaian responden sebesar 26% dan memperoleh nilai TCR sebesar 63,08% dengan kategori cukup baik.

Kata Kunci : Analisis, *Customer Perceived Value*.