

PEMASARAN ELEKTRONIK DALAM MEMPERLUAS JANGKAUAN DAN
MENINGKATKAN KEHADIRAN ONLINE DI HOTEL GRAND METRO
TASIKMALAYA

Selvi Sintia Rahma, Teti Indriati Kastuti, S.S., M.Pd.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung keberhasilan pemasaran elektronik di Hotel Grand Metro Tasikmalaya. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan pendekatan wawancara mendalam dan analisis data yang komprehensif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan e-marketing yang efektif di hotel ini meliputi penyediaan informasi yang mudah diakses dan sesuai dengan kebutuhan konsumen, pelayanan yang selalu tersedia dan responsif, serta proses transaksi yang efisien dan mudah. E-marketing juga mampu menarik perhatian konsumen dan membangun loyalitas mereka melalui program yang menarik dan komunikasi yang baik. Dengan demikian, Hotel Grand Metro Tasikmalaya dapat memenuhi kebutuhan konsumen secara lebih baik, meningkatkan hubungan dengan mereka, dan mencapai tujuan pemasaran dengan lebih efektif. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pengelola hotel dalam mengoptimalkan strategi e-marketing mereka untuk mencapai keberhasilan yang lebih besar.

Kata Kunci : Hotel Grand Metro Tasikmalaya, Kehadiran Online, Pemasaran Elektronik

*ELECTRONIC MARKETING IN EXPANDING REACH AND INCREASING
ONLINE PRESENCE AT HOTEL GRAND METRO TASIKMALAYA*

Selvi Sintia Rahma, Teti Indriati Kastuti, S.S., M.Pd.

Abstract

This study aims to identify factors that support the success of e-marketing at Hotel Grand Metro Tasikmalaya. The research method used is qualitative, with an in-depth interview approach and comprehensive data analysis. The results of the study indicate that the implementation of effective e-marketing at this hotel includes the provision of information that is easily accessible and in accordance with consumer needs, services that are always available and responsive, and efficient and easy transaction processes. E-marketing is also able to attract consumers' attention and build their loyalty through attractive programs and good communication. Thus, Hotel Grand Metro Tasikmalaya can better meet consumer needs, improve relationships with them, and achieve marketing goals more effectively. This study provides important insights for hotel managers in optimizing their e-marketing strategies to achieve greater success.

Keywords: Hotel Grand Metro Tasikmalaya, Online Presence, E-Marketing