

ABSTRAK

Crowne Plaza Hotel Bandung merupakan hotel bintang lima yang berada dibawah naungan IHG (*InterContinental Hotels Group*). Tingkat hunian hotel merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pendapatan Crowne Plaza Hotel Bandung. Crowne Plaza Hotel Bandung memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang saat ini yaitu dengan memanfaatkan website sebagai media pemesanan dan pemasaran Crowne Plaza Hotel Bandung. Adanya data peningkatan reservasi kamar melalui website Crowne Plaza Hotel Bandung tentunya dipengaruhi oleh dimensi kualitas website yaitu informasi, keamanan, kemudahan, kenyamanan, dan kualitas pelayanan. Namun ada tamu yang menuliskan keluhannya setelah menggunakan website Crowne Plaza Hotel Bandung sebagai media reservasi kamar keluhan ini bersangkutan dengan dimensi kualitas website yaitu kualitas pelayanan. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui dan menganalisis efektivitas website Crowne Plaza Hotel Bandung dengan menjadikan website sebagai objek penelitian, dan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan mengumpulkan data menggunakan kuesioner dan wawancara serta sampel dalam penelitian ini adalah simple random sampling dengan teknik analisa menggunakan garis kontinum. Hasil akhir penelitian mendapatkan skor 3.731 dan berada dalam berada dalam kategori efektif di garis kontinum. Maka website Crowne Plaza Hotel Bandung dapat dikatakan efektif sebagai media reservasi kamar.

Kata kunci : efektivitas website, reservasi kamar, internet marketing

