

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh informasi *online* dan lokasi secara simultan terhadap minat penggunaan ulang jasa hotel Walan Syariah Sidoarjo.

Berdasarkan hasil penelitian uji simultan F pada variabel informasi *online* dan lokasi didapatkan hasil sebesar 0,002 yang mana nilainya lebih kecil dari 0,05. Maka hal ini menunjukkan bahwa variabel informasi *online* dan lokasi jika diuji secara bersama-sama (simultan) hasilnya yaitu variabel informasi *online* dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap variabel minat penggunaan ulang.

Informasi (*information*) dapat didefinisikan sebagai isi dari apa yang dipertukarkan dengan dunia luar sebagaimana kita menyesuakannya dan membuat penyesuaian dengan yang kita rasakan.⁵⁹

Seberapa jauh konsumen mencari informasi akan bergantung pada kekuatan dorongan, jumlah informasi awal, kemudahan memperoleh informasi lebih jauh, nilai dari informasi tambahan, dan kepuasan yang diperoleh dari pencarian itu.⁶⁰ Informasi yang tepat adalah informasi yang isinya sesuai dengan yang dibutuhkan, penyampaiannya tepat pada waktu atau saat yang dibutuhkan dan disampaikannya tepat pada tempat dan tujuannya.⁶¹

⁵⁹ John C. Mowen Dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Erlangga, 2001), 80.

⁶⁰ Philip Kotler, John Bowen, James Makens, *Pemasaran Perhotelan Dan Kepariwisataaan*, (Jakarta: Prehallindo, 2002), 213.

⁶¹ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada, 2007), 335.

Saat ini, perkembangan teknologi internet semakin maju pesat. Kemajuan ini pun serta merta dimanfaatkan oleh para *marketer*, untuk lebih memasarkan produk mereka. Secara garis besar *internet marketing* adalah melakukan tindakan pemasaran produk atau suatu jasa yang dipasarkan melalui media internet (*online*). Mungkin pengertian tersebut terlalu sempit karena kebutuhan akan sarana tersebut jauh lebih luas daripada sekedar promosi dan penjualan. Dengan adanya internet marketing semua orang akan lebih mudah untuk mengetahui informasi-informasi produk yang telah dipromosikan karena informasi ini bisa didapatkan kapanpun dan dimanapun.

Dari uji simultan ini membuktikan bahwa pengunjung hotel Walan Syariah mempunyai minat menginap ulang dikarenakan kemudahan dalam melakukan pemesanan kamar melalui website dan sosial media. Desain website hotel yang baik dan struktur yang tepat membuat pengunjung hotel merasa tertarik untuk bertransaksi, informasi tentang hotel diuraikan di website hotel sehingga pengunjung bisa mencari informasi-informasi yang perlu diketahui sebelum melakukan reservasi dimanapun dan kapanpun.

Selain itu pengunjung hotel mempunyai minat menginap ulang karena lokasinya yang strategis. Pengunjung mengetahui lokasi hotel Walan Syariah melalui informasi yang diuraikan melalui internet.

