

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Pesona Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Struktur Organisasi Kementerian Pariwisata 2015.....	4
Gambar 1.3 Struktur Organisasi Deputi Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata Nusantara.....	5
Gambar 1.4 Jumlah dan Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia.....	6
Gambar 1.5 Laman Website Resmi Pesona Indonesia.....	7
Gambar 1.6 <i>Traffic Rank</i> Website Pesona Indonesia.....	7
Gambar 1.7 <i>Search Traffic</i> Website Pesona Indonesia.....	8
Gambar 1.8 Grafik Jumlah Pengikut Tujuh Akun Media Sosial Branding Pesona Indonesia (Indonesia Travel).....	9
Gambar 1.9 <i>ScreenShots</i> Perbandingan Pengikut atau <i>Followers</i> Pesona Indonesia dan exploreindonesia.id.....	10
Gambar 1.10 <i>Screenshots</i> Perbandingan Penggunaan <i>hashtag</i> <i>#pesonaindonesia</i> dan <i>#exploreindonesia</i> pada Sosial Media Instagram.....	11
Gambar 2.1 <i>Conceptual Framework</i> Model Bisnis STOF.....	21
Gambar 2.2 Model Bisnis STOF.....	21
Gambar 2.3 <i>Service Domain Model</i>	22
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian.....	44
Gambar 4.1 Karakteristik Responden (Usia).....	52
Gambar 4.2 Karakteristik Responden (Jenis Kelamin).....	53
Gambar 4.3 Karakteristik Responden (Pendidikan Sekarang).....	53
Gambar 4.4 Karakteristik Responden (Status Pekerjaan).....	54
Gambar 4.5 Karakteristik Responden (Pendapatan Per-Bulan).....	54
Gambar 4.6 Tujuan Melakukan Perjalanan.....	55
Gambar 4.7 Dengan Siapa Melakukan Perjalanan.....	56
Gambar 4.8 Pengaturan Tur Perjalanan.....	56
Gambar 4.9 Wahana Perjalanan.....	57
Gambar 4.10 Aktivitas Perjalanan.....	58
Gambar 4.11 Pengeluaran Per-Hari Selama Perjalanan.....	59

Gambar 4.12 Pulau Yang Menjadi Tempat Tujuan Perjalanan.....	60
Gambar 4.13 Garis Kontinum Tanggapan Responden Terhadap <i>Context</i> pada web Pesona Indonesia.....	63
Gambar 4.14 Garis Kontinum Tanggapan Responden Terhadap <i>Tariff</i> pada web Pesona Indonesia.....	64
Gambar 4.15 Garis Kontinum Tanggapan Responden Terhadap <i>Effort (Ease Of Use)</i> pada web Pesona Indonesia.....	66
Gambar 4.16 Garis Kontinum Tanggapan Responden Terhadap <i>Bundling</i> pada web Pesona Indonesia.....	67
Gambar 4.17 Garis Kontinum Tanggapan Responden Terhadap <i>Expected Value</i> pada web Pesona Indonesia.....	69
Gambar 4.18 Garis Kontinum Tanggapan Responden Terhadap <i>Perceived Value</i> pada web Pesona Indonesia.....	70
Gambar 4.19 Hasil Pengukuran <i>Measurement Model</i>	76
Gambar 4.20 Hasil Pengukuran <i>Structural Model Path Coefficient</i>	78
Gambar 4.21 Hasil Pengukuran <i>Predictive Relevance</i>	80