

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pemesanan Tiket dan Reservasi Hotel melalui OTA dan <i>Travel Agent</i> Konvensional	3
Gambar 1.2 Persepsi Pelanggan Terhadap Kemudahan Pembelian dan Akses Tiket dan Reservasi Hotel Melalui OTA	4
Gambar 1.3 Persepsi Masyarakat Terhadap <i>Online Travel Agent</i> Memberikan Harga Yang Lebih Ekonomis Dibandingkan <i>Travel Agent</i> Konvensional	5
Gambar 1.4 Data 4 OTA Dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia	6
Gambar 2.1 Konsep Pemasaran	14
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	34
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	45
Gambar 3.2 Garis Kontinum	54
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Domisili.....	63
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan OTA yang Digunakan	66
Gambar 4.3 Garis Kontinum variabel <i>Product</i>	69
Gambar 4.4 Garis Kontinum variabel <i>Price</i>	71
Gambar 4.5 Garis Kontinum variabel <i>Promotion</i>	73
Gambar 4.6 Garis Kontinum variabel <i>Place</i>	75
Gambar 4.7 Garis Kontinum variabel <i>People</i>	77
Gambar 4.8 Garis Kontinum variabel <i>Process</i>	79
Gambar 4.9 Garis Kontinum variabel <i>Physical Evidence</i>	81
Gambar 4.10 Garis Kontinum variabel Keputusan Pembelian.....	83
Gambar 4.11 Hasil <i>Output Loading Factor</i> dan <i>AVE</i> dengan <i>Smart PLS 3.0</i>	87
Gambar 4.12 <i>Path Diagram Inner Model R-Square</i>	93
Gambar 4.13 <i>Path Diagram, Path Coefficient, t-value</i>	97