

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo Traveloka .....	2
Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia 2012 – 2023 .....	4
Gambar 1. 3 Peringkat Online Travel Agent di Indonesia.....	6
Gambar 1. 4 Positive Review pada Hotel di Traveloka .....	8
Gambar 1. 5 Negative Review pada Hotel di Traveloka .....	9
Gambar 1. 6 Komparasi Brand Index Kategori Situs Online Booking.....	12
Gambar 1. 7 Price Hotel pada Traveloka .....	14
Gambar 1. 8 Star Category Tinggi Hotel pada Traveloka .....	15
Gambar 1. 9 Star Category Rendah Hotel pada Traveloka.....	15
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian .....	66
Gambar 3. 1 Proses Tahapan Penelitian.....	74
Gambar 3. 2 Structural Equation Modeling (SEM) .....	82
Gambar 4. 1 Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin.....	94
Gambar 4. 2 Karakteristik berdasarkan Usia .....	94
Gambar 4. 3 Karakteristik berdasarkan Penghasilan Perbulan .....	95
Gambar 4. 4 Karakteristik berdasarkan Penghasilan Perbulan .....	96
Gambar 4. 5 Karakteristik berdasarkan Pengguna Aplikasi Traveloka .....	96
Gambar 4. 6 Garis Kontinum Variabel Positive Review Valence .....	98
Gambar 4. 7 Garis Kontinum Variabel Negative Review Valence .....	99
Gambar 4. 8 Garis Kontinum Variabel Brand Image .....	101
Gambar 4. 9 Garis Kontinum Variabel Price Importance.....	102
Gambar 4. 10 Garis Kontinum Variabel Hotel Booking Intention .....	104
Gambar 4. 11 Path Diagram Outer Model .....	105
Gambar 4. 12 Path Diagram Inner Model (Bootstrapping).....	110
Gambar 4. 13 Pengaruh efek moderasi Brand Image antara Positive Review Valence dan Hotel Booking Intention.....	114
Gambar 4. 14 Pengaruh efek moderasi Price Importance antara Positive Review Valence dan Hotel Booking Intention.....	116
Gambar 4. 15 Pengaruh efek moderasi Star Category antara Positive Review Valence dan Hotel Booking Intention.....	117

Gambar 4. 16 Pengaruh efek moderasi Brand Image antara Negative Review Valence dan Hotel Booking Intention.....	119
Gambar 4. 17 Pengaruh efek moderasi Price Importance antara Negative Review Valence dan Hotel Booking Intention.....	120
Gambar 4. 18 Pengaruh efek moderasi Star Category antara Negative Review Valence dan Hotel Booking Intention.....	122