

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	I
HALAMAN SAMPUL DALAM	II
HALAMAN JUDUL.....	III
HALAMAN PENGESAHAN.....	V
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	VI
MOTTO	VI
HALAMAN PERSEMBAHAN	VII
KATA PENGANTAR	VIII
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR ISTILAH	XII
DAFTAR SINGKATAN	XIII
DAFTAR TABEL.....	XIV
DAFTAR GAMBAR	XV
INTISARI.....	XVII
ABSTRACT.....	XVIII
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang Permasalahan	1
I.2 Rumusan Masalah	4
I.3 Tujuan Penelitian.....	4
I.4 Manfaat Penelitian.....	5
I.5 Tinjauan Pustaka	5
I.6 Kerangka Teori.....	10
I.7 Ruang Lingkup Penelitian	20
I.8 Metode Penelitian.....	20
I.9 Sistematika Penulisan	32
BAB II.....	33
GAMBARAN UMUM.....	33
II.1 Gambaran Umum Traveloka.....	33
II.2 Aktivitas Digital Marketing Traveloka di Instagram	42

BAB III	58
HASIL DAN PEMBAHASAN	58
III.1 Karakteristik Responden Pengguna Online Travel Agent (OTA) Traveloka	58
III.2 Analisis Deskriptif dan Uji Korelasi Hubungan Instagram sebagai Digital Marketing Channel terhadap Keputusan Penggunaan Online Travel Agent (OTA) Traveloka.....	64
BAB IV	83
PENUTUP	83
IV.1 Kesimpulan.....	83
IV.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	91
Lampiran 1. Hasil Uji Reliabilitas	91
Lampiran 2. Kuisioner Penelitian	92
Lampiran 3. Hasil Data Kuisioner Instagram sebagai Digital Marketing Channel	100
Lampiran 4. Data Hasil Kuisioner Keputusan Penggunaan Online Travel Agent (OTA) Traveloka.....	105
Lampiran 5. Input Data Hasil Kuisioner ke SPSS	109