

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
HALAMAN JUDUL.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
HALAMAN MOTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR/FOTO.....	xv
DAFTAR ISTILAH.....	xvii
DAFTAR SINGKATAN.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
INTISARI.....	xx
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Tinjauan Pustaka.....	6
1.6 Landasan Teoritis.....	8
1.7 Metode Penelitian.....	12
1.8 Sistematika Penelitian.....	15



BAB II GAMBARAN UMUM THE KRESNA HOTEL.....	16
2.1 Profil The Kresna Hotel.....	16
2.2 Jumlah dan Jenis Kamar.....	18
2.3 Fasilitas Hotel.....	21
2.4 Struktur Organisasi The Kresna Hotel.....	26
2.5 Media Promosi The Kresna Hotel.....	26
BAB III PENGARUH ULASAN DAN SKOR PADA ONLINE TRAVEL AGENT TERHADAP KEPUTUSAN TAMU UNTUK MENGINAP DI THE KRESNA HOTEL YOGYAKARTA.....	28
3.1 Perkembangan dan Tantangan yang Dihadapi Usaha Online Travel Agent.....	28
3.1.1 Syarat – syarat mendirikan Usaha Travel Agent	29
3.1.2 Online Travel Agent yang Bekerjasama dengan The Kresna Hotel.....	31
3.1.3 OTA Yang Sering Dipakai Tamu Untuk Reservasi di The Kresna Hotel.....	36
3.1.4 Tingkat Hunian Kamar di The Kresna Hotel	38
3.1.5 Tingkat Hunian Kamar The Kresna Hotel Sebelum Mengikuti Online Travel Agen.....	41
3.1.6 Tingkat Hunian Kamar The Kresna Hotel Setelah Mengikuti Online Travel Agent.....	42
3.1.7 Ulasan dan Skor di OTA Booking.com	45
3.1.8 Pengertian Ulasan dan Skor di OTA	46
3.1.8.1 Indeks Popularitas Online Travel Agent	47
3.1.8.2 Perkembangan Skor dan Ulasan The Kresna Hotel Di OTA Booking.com	48
3.2 Pengaruh Ulasan dan Skor Dalam OTA Terhadap Keputusan Tamu Untuk Menginap di The Kresna Hotel.....	50
3.2.1 Komponen Penilaian Dalam OTA	55
3.2.1.1 Hotel Staff	56
3.2.1.2 Kenyamanan.....	57
3.2.1.3 Kebersihan	59
3.2.1.4 Fasilitas dan Kesesuaian dengan Harga.....	60
3.2.1.5 Service	63
3.2.1.6 Location.....	65
3.2.2 Komponen Penilaian yang Dipersepsi Secara Baik Oleh Tamu The Kresna Hotel Yogyakarta.....	66
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	73
PUSTAKA LAMAN.....	74
LAMPIRAN	75



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

**Pengaruh Ulasan dan Skor PadaOnline Travel Agent Terhadap Keputusan Tamu Untuk Menginap Di
The**

Kresna Hotel Yogyakarta

TRIYANTO, Fahmi Prihantoro., S.S., S.H.,M.A.,;Drs. Mahidin Atien Desky., S.H., M.H.,

Universitas Gadjah Mada, 2016 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA..... 82