

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>I</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASIH.....</b>	<b>III</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>VII</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>IX</b>
<b>DAFTAR</b>	
<b>TABEL.....</b>	<b>XII</b>
<b>DAFTAR</b>	
<b>GAMBAR.....</b>	<b>XIII</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
1.6 Batasan Penelitian.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
2.1 Information Communication Technologies (ICT).....	13
2.2 Atribut Online Travel Agent.....	16
2.3 <i>Positioning</i> .....	30
2.4 Penelitian Terdahulu.....	32
2.5 Kerangka Pemikiran.....	36

**Andhika Priambudi, 2018**

**ANALISIS FAKTOR KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN  
ONLINE TRAVEL AGENT TRAVELOKA DAN  
PEGIPEGI.COM DI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu  
| perpustakaan.upi.edu

**BAB III METODE PENELITIAN.....38**

3.1 Metode Penelitian.....38

3.1.1 Objek Penelitian.....40

3.1.2 Lokasi Penelitian.....40

3.2 Populasi dan Sampel.....43

    3.2.1 *Populasi*.....43

    3.2.2 *Sampel*.....44

3.3 Instrumen Penelitian.....47

3.3.1 Variabel Penelitian.....50

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....58

3.3.3 Jenis dan Sumber Data.....59

3.3.4 Uji Validitas dan Uji Realibilitas.....62

    1. *Uji Validitas*.....62

    2. *Uji Reliabilitas*.....63

3.3.5 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas .....66

3.4 Teknik Analisis Data.....69

    3.4.1 *Analisis Deskriptif*.....69

    3.4.2 *Analisis Verifikatif*.....70

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....85**

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....85

4.2 Analisis Penggunaan *Online Travel Agent* Oleh Konsumen.....90

4.3 Analisis Atribut Preferensi Konsumet.....94

4.4 Analisis Faktor Atribut Preferensi Konsumen.....100

4.5 `Perceptual Mapping *Online Travel Agent*.....122

**Andhika Priambudi, 2018**

**ANALISIS FAKTOR KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN ONLINE TRAVEL AGENT TRAVELOKA DAN PEGIPEGI.COM DI KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu  
| perpustakaan.upi.edu

<b>BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI.....</b>	<b>126</b>
5.1Simpulan.....	126
5.2Rekomendasi.....	127
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>130</b>
LAMPIRAN.....	136

**Andhika Priambudi, 2018**

*ANALISIS FAKTOR KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN  
ONLINE TRAVEL AGENT TRAVELOKA DAN  
PEGIPEGI.COM DI KOTA BANDUNG*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu  
| perpustakaan.upi.edu

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	40
Tabel 3. 2 Uji Validitas.....	52
Tabel 4. 1 Mean dan Standar Deviasi Atribut pada Online Travel Agent.....	74
Tabel 4. 2 KMO dan Bartlett's Test of Sphricity.....	78
Tabel 4. 3 Analisis Communalities.....	81
Tabel 4. 4 Total Variance Explained.....	83
Tabel 4. 5 Analisis Component Matrix.....	85
Tabel 4. 6 Analisis Rotate Component Matrix.....	87
Tabel 4. 7 Analisis Component Transformation Matrix.....	89
Tabel 4. 8 Analisis Faktor.....	90

**Andhika Priambudi, 2018**

*ANALISIS FAKTOR KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN  
ONLINE TRAVEL AGENT TRAVELOKA DAN  
PEGIPEGI.COM DI KOTA BANDUNG*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu  
| perpustakaan.upi.edu

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 3. 1 Peta Kota Bandung.....	33
Gambar 4. 1 Peta Kota Bandung.....	66
Gambar 4. 6 Diagram Analisis Konsumen Berdasarkan Jumlah Penggunaan OTA dalam 6 Bulan Terakhir....	70
Gambar 4. 7 Diagram Analisis Konsumen Berdasarkan produk atau Layanan yang Dibeil.....	71
Gambar 4. 8 Perceptual Map 2 OTA's.....	94

**Andhika Priambudi, 2018**

*ANALISIS FAKTOR KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN  
ONLINE TRAVEL AGENT TRAVELOKA DAN  
PEGIPEGI.COM DI KOTA BANDUNG*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu  
| perpustakaan.upi.edu