

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Logo Traveloka	2
Gambar 1.2	Statistik Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2014	3
Gambar 1.3	Keinginan untuk Membeli Produk/jasa secara Online dalam Enam Bulan ke Depan pada September 2014 (Top 5 Teratas)	4
Gambar 1.4	Grafik Pengunjung <i>website</i> www.Traveloka.com	5
Gambar 1.5	Grafik Pengunjung <i>Website</i> Sejenis	6
Gambar 1.6	Pola Penggunaan Internet di Indonesia Tahun 2013	7
Gambar 1.7	Pendaftaran Pelanggan <i>Newsletter</i> pada Traveloka	8
Gambar 1.8	<i>E-mail Marketing</i> dari Traveloka kepada pelanggannya	9
Gambar 2.1	Konsep Inti Pemasaran	16
Gambar 2.2	Empat P Bauran Pemasaran	19
Gambar 2.3	Model Perilaku Pembeli	27
Gambar 2.4	Empat Tipe Perilaku Pembelian	29
Gambar 2.5	Proses Keputusan Pembeli	30
Gambar 2.6	Kerangka Pemikiran	33
Gambar 3.1	Tahapan Penelitian	43
Gambar 3.2	Garis Kontinum <i>E-mail marketing</i>	51
Gambar 3.3	Garis Kontinum Keputusan Pembelian	52
Gambar 4.1	Responden yang mendaftar untuk berlangganan <i>e-mail marketing (newsletter)</i> Traveloka	56
Gambar 4.2	Responden yang Berlangganan <i>E-mail Marketing</i> dari Website Sejenis Traveloka.com	57
Gambar 4.3	Frekuensi Responden Membuka <i>E-mail</i>	58
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Gambar 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
Gambar 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
Gambar 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	62
Gambar 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal	63

Gambar 4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berlangganan ...	64
Gambar 4.10	Garis Kontinum	65
Gambar 4.11	Garis Kontinum <i>E-mail</i> promosional	67
Gambar 4.12	Garis Kontinum <i>E-mail</i> Terkait Layanan	68
Gambar 4.13	Garis Kontinum <i>E-mail Marketing</i> pada Traveloka (X)	69
Gambar 4.14	Garis Kontinum Pemahaman	71
Gambar 4.15	Garis Kontinum Mengenai Interaksi	72
Gambar 4.16	Garis Kontinum Mengenai Jaringan	73
Gambar 4.17	Garis Kontinum <i>Ubiquity</i>	75
Gambar 4.18	Garis Kontinum <i>Sensory Expense</i>	76
Gambar 4.19	Garis Kontinum Variabel Keputusan Pembelian Online (Y)	77
Gambar 4.20	Histogram Uji Normalitas	78
Gambar 4.21	Kurva Uji T	81
Gambar 4.22	Karakteristik Responden yang Melakukan Keputusan Pembelian Berdasarkan Jenis Kelamin	84
Gambar 4.23	Karakteristik Responden yang Melakukan Keputusan Pembelian Berdasarkan Usia	85
Gambar 4.24	Karakteristik Responden yang Melakukan Keputusan Pembelian Berdasarkan Pekerjaan	86
Gambar 4.25	Karakteristik Responden yang Melakukan Keputusan Pembelian Berdasarkan Pendapatan	87
Gambar 4.26	Karakteristik Responden yang Melakukan Keputusan Pembelian Berdasarkan Daerah Asal	88
Gambar 4.27	Karakteristik Responden yang Melakukan Keputusan Pembelian Berdasarkan Lama Berlangganan <i>E-mail Marketing (newsletter)</i> Traveloka.com	89