

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Kunjungan Wisman ke Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Peringkat Pengunjung Aplikasi Online Pemesanan Hotel.....	5
Gambar 1.3 Rating pada Trivago.....	6
Gambar 1.4 Perbandingan Harga Trivago.....	7
Gambar 1.5 Tahapan Penelitian.....	10
Gambar 2.1 Segitiga Emas Komunikasi Pemasaran.....	24
Gambar 2.2 Proses Manajemen Periklanan.....	30
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 3.1 Logo Trivago.....	43
Gambar 4.1 Informan Maria Savirra.....	56
Gambar 4.2 Informan Nandaka Bimantara.....	56
Gambar 4.3 Informan Freddy Rangkuti.....	57
Gambar 4.4 Informan Ranga Putera.....	58
Gambar 4.5 Informan Haidy Zulfikar.....	58
Gambar 4.6 Konsep pertama iklan televisi di Indonesia.....	64
Gambar 4.7 Konsep kedua iklan televisi di Indonesia.....	65
Gambar 4.8 Konsep situs trivago.....	66
Gambar 4.9 Video marketing 1.....	73
Gambar 4.10 Video Marketing 2.....	74
Gambar 4.11 Video Marketing 3.....	74
Gambar 4.12 Video Marketing 4.....	74
Gambar 4.13 Video Marketing 5.....	75
Gambar 4.14 Twitter Trivago.....	77
Gambar 4.15 Facebook Trivago.....	77
Gambar 4.16 Instagram Trivago.....	78
Gambar 4.17 Blog Trivago.....	78
Gambar 4.18 Konten Twitter Trivago.....	79
Gambar 4.19 Respon Trivago melalui Twitter.....	80
Gambar 4.20 Konten facebook Trivago.....	80

Gambar 4.21 Respon Trivago melalui facebook.....	81
Gambar 4.22 Konten Pertama Instagram Trivago.....	81
Gambar 4.23 Konten Kedua Instagram Trivago.....	82
Gambar 4.24 Konten Ketiga Instagram Trivago.....	82
Gambar 4.25 Konten Blog Trivago.....	83
Gambar 4.26 Partner Marketing Trivago.....	85
Gambar 4.27 SEM melalui google.....	88
Gambar 4.28 SEM melalui bing.....	88
Gambar 4.29 SEM melalui yahoo.....	89