

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Perubahan Logo Grab Taxi menjadi Grab.....	1
Gambar 1 2 Logo Aplikasi OVO	3
Gambar 1 3 Data Penggunaan Internet Tahun 2017	4
Gambar 1 4 Hasil Riset Penggunaan Transportas Online	5
Gambar 1 5 Riset Jasa Transportasi Online Yang Digunakan	7
Gambar 1 6 Perkembangan Uang Elektronik di Indonesia (2010-2016)	8
Gambar 1 7 Grab Decacorn	11
Gambar 2 1 Unsur-unsur Komunikasi	16
Gambar 2 2 Konsep Brand Equity	21
Gambar 2 3 Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 3 2 Garis Kontinum.....	53
Gambar 4 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Gambar 4 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	60
Gambar 4 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
Gambar 4 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	62
Gambar 4 5 Garis Kontinum.....	64
Gambar 4 6 Garis Kontinum Dimensi Product Fit (Kecocokan)	68
Gambar 4 7 Garis Kontinum Dimensi Attitude Towards Co-branding (Sikap positif).....	71
Gambar 4 8 Dimensi Trust (Kepercayaan)	74
Gambar 4 9 Garis Kontinum dimensi Familiarity (akumulasi jumlah pengalaman)	77
Gambar 4 10 Garis Kontinum Rekapitulasi Tanggapan Responden pada Variabel X.....	79
Gambar 4 11 Garis Kontinum Dimensi Brand Awareness (kesadaran merek)	81
Gambar 4 12 Garis Kontinum Dimensi Brand Association (ingatan pada merek)	84
Gambar 4 13 Garis kontinum dimensi Perceived Quality (kesan kualitas).....	86
Gambar 4 14 Garis Kontinum dimensi Brand Loyalty (kesetiaan merek).....	89
Gambar 4 15 Garis Kontinum Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Y	92
Gambar 4 16 Uji Normalitas P-Plot	96

