

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perubahan logo Grab	1
Gambar 1. 2 Hasil riset penggunaan transportasi online.....	3
Gambar 1. 3 Riset jasa transportasi online yang digunakan	4
Gambar 2.1 Dimensi <i>Brand Equity</i>	13
Gambar 2.2 The Awareness Pyramid.....	14
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian.....	29
Gambar 4.1 Garis Kontinum Tanggapan responden Mengenai <i>Brand awareness</i>	47
Gambar 4.2 Garis Kontinum Tanggapan responden Mengenai <i>Perceived quality</i>	49
Gambar 4.3 Garis Kontinum Tanggapan responden Mengenai <i>Brand assosiation</i>	51
Gambar 4.4 Garis Kontinum Tanggapan responden Mengenai <i>Brand Loyalty</i>	52
Gambar 4.5 Garis Kontinum Tanggapan responden Mengenai <i>Purchase Intention</i>	55
Gambar 4.6.....	59
Gambar 4.7 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 (Uji t)	61
Gambar 4.8 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 (Uji t)	62
Gambar 4.9 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 (Uji t)	63
Gambar 4.10 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 (Uji t)	64