

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN COVER</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSYARATAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Penelitian</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Identifikasi Masalah</b> .....	<b>10</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>10</b>
<b>1.4 Kegunaan Penelitian</b> .....	<b>11</b>
<b>1.5 Waktu dan Periode Penelitian</b> .....	<b>11</b>
<b>BAB II</b> .....	<b>12</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>12</b>
<b>2.1 Rangkuman Teori</b> .....	<b>12</b>
2.1.1 Peranan Hubungan Masyarakat .....	12
2.1.2 Brand (Merek).....	12
2.1.3 Rebranding .....	15
2.1.4 Customer Trust (Kepercayaan Pengguna) .....	18
<b>2.2 Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>20</b>
<b>2.3 Kerangka Pemikiran</b> .....	<b>30</b>
<b>2.4 Hipotesis Penelitian</b> .....	<b>31</b>
<b>2.5 Ruang Lingkup Penelitian</b> .....	<b>31</b>
<b>BAB III</b> .....	<b>32</b>
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>32</b>
<b>3.1 Jenis Penelitian</b> .....	<b>32</b>
<b>3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran</b> .....	<b>32</b>
3.2.1 Operasional Variabel .....	32
3.2.2 Skala Pengukuran .....	38

<b>3.3 Populasi dan Sampel .....</b>	<b>38</b>
3.3.1 Populasi .....	38
3.3.2 Sample .....	39
<b>3.4 Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>40</b>
<b>3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....</b>	<b>40</b>
3.5.1 Uji Reliabilitas .....	44
<b>3.6 Teknik Analisis Data .....</b>	<b>45</b>
3.6.1 Analisis Deskriptif .....	45
<b>3.7 Uji Asumsi Klasik .....</b>	<b>46</b>
3.7.1 Uji Normalitas .....	46
3.7.2 Uji Heterokedasitas.....	46
3.7.3 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	47
3.7.4 Koefisien Determinasi .....	47
3.7.5 Uji Hipotesis .....	48
3.7.6 Uji Parsial (Uji T) .....	48
3.7.7 Uji Simultan.....	48
<b>BAB IV .....</b>	<b>49</b>
<b>HASIL PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
<b>4.1 Pengumpulan Data .....</b>	<b>49</b>
<b>4.2 Karakteristik Responden .....</b>	<b>49</b>
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Screening Question .....	49
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	51
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Pengguna inDrive....	52
<b>4.3 Hasil Penelitian .....</b>	<b>52</b>
4.3.1 Analisis Deskriptif.....	52
4.3.1.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel X : Rebranding inDrive.....	52
4.3.1.2 Hasil Analisis Deskripsi Rebranding Warna .....	55
4.3.1.3 Hasil analisis Deskriptif Variabel Y : Kepercayaan Pengguna inDrive.....	58
<b>4.4 Pembahasan dan Hasil Penelitian .....</b>	<b>64</b>
4.4.1 Uji Normalitas .....	64
4.4.2 Uji Heteroskedasitas .....	64
4.4.3 Uji Regresi Linear Sederhana.....	65
4.4.4 Uji Koefisien Korelasi .....	66
4.4.5 Uji Koefisien Determinasi .....	67

4.4.6 Uji Hipotesis .....	67
4.4.6.1 Uji F (Stimulan).....	67
<b>4.5 Pembahasan .....</b>	<b>68</b>
4.5.1 Variabel Rebranding InDrive .....	68
4.5.2 Variabel Kepercayaan Pengguna InDrive .....	71
4.5.3 Pengaruh Rebranding Terhadap Kepercayaan Pengguna.....	73
<b>BAB V.....</b>	<b>77</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>77</b>
<b>5.1 Kesimpulan.....</b>	<b>77</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>77</b>
5.2.1 Saran Akademis .....	77
5.2.2 Saran Praktis .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>