

DAFTAR ISI

Cover Judul	
Surat Pernyataan.....	i
Lembar Persetujuan Skripsi	ii
Lembar Tanda Lulus Sidang Skripsi.....	iii
Lembar Pengesahan Perbaikan Skripsi	iv
Abstrak	v
Abstract	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar isi.....	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian	
1.4.1. Manfaat Akademis	8
1.4.2. Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu	10
2.2. Public Relations	17
2.2.1. Fungsi Public Relations	19
2.2.2. Peran Public Relations	20
2.3. Corporate Identity	22
2.4. Opini Publik	26
2.5. New Media	30

2.5.1. Transportasi Online.....	32
2.6. Hipotesis.....	34

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Paradigma Penelitian.....	35
3.2. Metode Penelitian	36
3.3. Populasi dan Sampel	38
3.3.1. Populasi	38
3.3.2. Sampel	38
3.3.3. Penarikan Sampel	39
3.4. Definisi dan Operasionalisasi Konsep	40
3.4.1. Definisi Konsep	40
3.4.2. Operasionalisasi Konsep	41
3.5. Teknik Pengumpulan data	43
3.5.1. Data Primer	43
3.5.2. Data Sekunder	43
3.5.3. Validitas dan Reliabilitas	44
3.5.3.1 Validitas	44
3.5.3.2 Reliabilitas	45
3.6. Teknik Analisa Data.....	46
3.6.1. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	48
3.6.2. Uji Statistik F (Simultan)	48
3.6.3. Uji Hipotesis (Uji t).....	48
3.6.4. Analisis Korelasi	49
3.6.5. Analisis Regresi Linear Berganda	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.1.1. Sejarah Perusahaan	51
4.1.2. Visi dan Misi	53

4.1.2.1 Visi	53
4.1.2.2 Misi	53
4.1.3. Logo	54
4.1.4. Fitur Aplikasi Gojek	55
4.2. Hasil Penelitian	57
4.2.1. Profil Responden	57
4.2.2. Analisis Deskriptif Variabel	58
4.2.3. Uji Validitas dan Reliabilitas	61
4.2.4. Koefisien Determinasi (R^2)	65
4.2.5. Uji Statistik F (Simultan)	66
4.2.6. Uji Hipotesis (Uji T)	66
4.2.7. Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda	67
4.2.8. Hasil Pengujian Korelasi Antar Dimensi	69
4.3. Pembahasan	70
4.3.1. Pengaruh Corporate Visual Terhadap Opini Mahasiswa Mengenai Layanan Gojek	70
4.3.2. Pengaruh Corporate Communication Terhadap Opini Mahasiswa Mengenai Layanan Gojek	71
4.3.3. Pengaruh Corporate Behaviour Terhadap Opini Mahasiswa Mengenai Layanan Gojek	73

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	75
5.2. Saran	75
5.2.1. Saran Akademis	76
5.2.2. Saran Praktis	76

DAFTAR PUSTAKA