

**PENGARUH IKLAN #BISALAH DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP CITRA PERUSAHAAN  
PT. GRAB INDONESIA**

**(Survei Pada Konsumen GrabBike di DKI Jakarta)**

***THE EFFECT OF ADVERTISEMENT #BISALAH AND SERVICE  
QUALITY ON THE CORPORATE IMAGE OF PT. GRAB  
INDONESIA***

***(Survey of GrabBike consumers in DKI Jakarta)***

**Oleh :**

**Ariska Yuniati**

**2017410016**

**SKRIPSI**

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen Pada**

**Universitas Darma Persada**



**PROGRAM SARJANA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS DARMA PERSADA**

**JAKARTA**

**2022**

**PENGARUH IKLAN #BISALAH DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP CITRA PERUSAHAAN  
PT. GRAB INDONESIA**

**(Survei Pada Konsumen GrabBike di DKI Jakarta)**

***THE EFFECT OF ADVERTISEMENT #BISALAH AND  
SERVICE QUALITY ON THE CORPORATE IMAGE OF  
PT. GRAB INDONESIA***

***(Survey of GrabBike consumers in DKI Jakarta)***

**Oleh:**

**Ariska Yuniati  
2017410016**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu  
Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada  
Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal  
Jakarta 23 Februari 2022**

  
**Ellena Nurfazria Handayani, S.E. M.M**

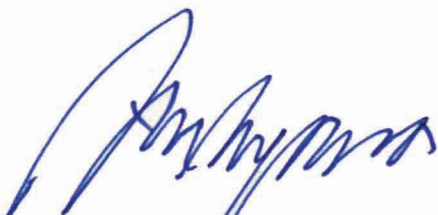
**Dosen Pembimbing**

  
**Drs. Fauzi Baisvir, MM**

**Penguji I**

  
**Resa Nurlaela Anwar, S.E, M.M**  
**Penguji II**

  
**Ellena Nurfazria Handayani, S.E, M.M**  
**Penguji III**

  
**Mu'man Nuryana, Ph.D**  
**Dekan Fakultas Ekonomi**

  
**Dian Anggraeny Rahim, S.E, M.Si**  
**Ketua Program Studi**

# LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ariska Yuniati

NIM : 2017410016

Jurusan/Peminatan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul Pengaruh Iklan #Bisalah dan Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Perusahaan PT. GRAB INDONESIA yang dibimbing oleh Ibu Ellena Nurfazria Handayani, S.E, M.M adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 23 Februari 2022



**Ariska Yuniati**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Iklan #Bisalah (X1) Dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Citra Perusahaan PT. Grab Indonesia (Y). Penelitian ini menggunakan metode bersifat kuantitatif. Jumlah responden sebanyak 100 responden yang menggunakan layanan GrabBike minimal 3 kali dalam kurun waktu 3 bulan terakhir dan yang pernah melihat atau mengetahui iklan Grab versi Bisalah di televisi minimal 3 kali tayangan dalam kurun waktu 3 bulan terakhir yang berada di DKI Jakarta. Alat analisis yang digunakan yaitu analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan (1) iklan dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap citra perusahaan, hal ini ditandai dengan nilai probabilitas (0,000) lebih kecil dari taraf probabilitas ( $\alpha$ ) = 0,05. Adapun rumus persamaan regresi yang didapat adalah  $Y = 3,606 + 0,248 + 0,341$  yang artinya arah pengaruh positif atau searah. Semakin baik nilai koefisien regresi berganda, maka semakin baik citra perusahaan. (2) iklan secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap citra perusahaan dengan nilai 0,603 dibuktikan dengan uji T dengan nilai sebesar 4,298 (Thitung 4,298 > Ttabel 1,985) (3) dan kualitas pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh terhadap citra perusahaan dengan nilai 0,599 dibuktikan dengan uji T dengan Thitung sebesar 4,437 (Thitung 4,437 > Ttabel 1,985).

Kata Kunci : Iklan, Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of advertisement #Bisalah (X1) and service quality (X2) on the corporate image of PT. Grab Indonesia (Y). This study uses a quantitative method. The number of respondents is 100 respondents who have used the GrabBike service at least 3 times in the last 3 months and who have seen or know the Grab # Bisalah advertisement on television at least 3 times in the last 3 months in DKI Jakarta. The analytical tool used are descriptive statistical and multiple linear regression. The results of this study show (1) advertisement and service quality simultaneously have a significant effect either partially or simultaneously on the corporate image, this is indicated by the probability value (0,000) which is smaller than the probability level ( $\alpha$ ) = 0,05. The regression equation formula obtained is  $Y = 3,606 + 0,248 + 0,341$ , which means the direction of the influence is positive or unidirectional. The better value of the multiple regression coefficient, the better the corporate image. (2) advertisement partially has positive and significant influence on the company's image with a value of 0,603 evidenced by the T test with a value of 4,298 ( $T_{count} 4,298 > T_{tabel} 1.985$ ), (3) service quality partially has an influence on the corporate image with a value of 0,595 evidenced by the T test with  $T_{count}$  of 4,437 ( $T_{count} 4.437 > 1.985$ ).*

*Keywords : Advertisement, Service Quality, Corporate Image.*

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Iklan #Bisalah Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Perusahaan PT. Grab Indonesia”**. Penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan berkat bimbingan dan dengan memperoleh banyak masukan baik secara langsung maupun tidak langsung dari pihak lain. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Untuk orang tua saya yang telah memberi dukungan, motivasi, doa sehingga dalam penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik dan selesai tepat pada waktunya.
3. Ibu Dra Endang Tri Pujiastuti, MM selaku dosen Pembimbing Akademik.
4. Ibu Dian Anggraeny Rahim, S.E, M.Si selaku ketua Jurusan fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
5. Bapak Mu'man Nuryana, Ph. D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membantu proses belajar selama perkuliahan.
7. Seluruh staff sekretariat Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

8. Untuk teman – teman saya Gita, Diah, Vita, dan yang tidak bisa saya sebutkan, yang memberikan saya semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Terimakasih untuk diri sendiri yang sudah bertahan dan berjuang untuk menyelesaikan skripsi ini.

Demikian skripsi ini saya buat, penulis menyadari masih ada kekurangan pada penulisan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih atas segala perhatian dan motivasi yang diberikan kepada penulis dalam penyusunan Skripsi ini semoga dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 23 Februari 2022

Penulis



Ariska Yuniati

## DAFTAR ISI

|  | <b>Halaman</b> |
|--|----------------|
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>   | <b>i</b>       |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>   | <b>ii</b>      |
| <b>ABSTRAK .....</b>   | <b>iii</b>     |
| <b>ABSTRACT .....</b>  | <b>iv</b>      |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>   | <b>v</b>       |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>   | <b>vii</b>     |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>   | <b>xii</b>     |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>  | <b>xviii</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>   | <b>xix</b>     |
| <b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>   | <b>1</b>       |
| 1.1 Latar Belakang Masalah .....   | 1              |
| 1.2 Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah,dan<br>Perumusan masalah..... | 12             |
| 1.2.1 Identifikasi Masalah.....  | 12             |
| 1.2.2 Pembatasan Masalah .....   | 12             |
| 1.2.3 Rumusan Masalah .....  | 12             |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....  | 13             |
| 1.4 Kegunaan Penelitian .....  | 13             |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI, DAN KERANGKA PEMIKIRAN .....</b>                 | <b>15</b>      |



|   |    |
|---|----|
| 2.1 Landasan Teori .....                            | 15 |
| 2.1.1 Manajemen Pemasaran .....                     | 15 |
| 2.1.2 Bauran Pemasaran .....                        | 16 |
| 2.1.3 Promosi .....                                 | 19 |
| 2.1.4 Bauran Promosi .....                          | 20 |
| 2.1.5 Konsep Pemasaran .....                        | 23 |
| 2.1.6 Fungsi Pemasaran.....                         | 26 |
| 2.2 <i>Integrated Marketing Communication</i> ..... | 27 |
| 2.3 Iklan.....                                      | 31 |
| 2.3.1 Definisi Iklan .....                          | 31 |
| 2.3.2 Tujuan Iklan.....                             | 31 |
| 2.3.3 Fungsi Iklan .....                            | 33 |
| 2.3.4 Dimensi Iklan .....                           | 34 |
| 2.4 Jasa.....                                       | 35 |
| 2.4.1 Definisi Jasa.....                            | 35 |
| 2.4.2 Definisi Bauran Pemasaran Jasa.....           | 36 |
| 2.4.3 Ruang Lingkup Jasa.....                       | 37 |
| 2.4.4 Karakteristik Jasa.....                       | 38 |
| 2.4.5 Kualitas Jasa .....                           | 40 |
| 2.5 Kualitas Pelayanan .....                        | 41 |
| 2.5.1 Definisi Kualitas Pelayanan.....              | 41 |

|  |           |
|--|-----------|
| 2.5.2 Dimensi Kualitas Pelayanan.....        | 43        |
| 2.5.3 Indikator Kualitas Pelayanan.....      | 44        |
| 2.6 Definisi Citra .....                     | 45        |
| 2.6.1 Definisi Citra Merek.....              | 45        |
| 2.6.2 Definisi Citra Perusahaan .....        | 46        |
| 2.6.3.Dimensi Citra Perusahaan .....         | 48        |
| 2.6.4 Atribut Citra Perusahaan .....         | 48        |
| 2.7 Penelitian Terdahulu.....                | 50        |
| 2.8 Kerangka Pemikiran .....                 | 53        |
| 2.9 Hipotesis .....                          | 56        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>   | <b>58</b> |
| 3.1 Metode yang Digunakan.....               | 58        |
| 3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....         | 58        |
| 3.3 Operasionalisasi Variabel .....          | 59        |
| 3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data .....     | 67        |
| 3.4.1 Sumber Dan Jenis Data .....            | 67        |
| 3.4.2 Cara Penentuan Data .....              | 68        |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data .....            | 69        |
| 3.6 Rencana Analisis dan Uji Hipotesis ..... | 72        |
| 3.6.1 Rancangan Analisis .....               | 72        |
| 3.6.2 Uji Asumsi Klasik .....                | 73        |

|  |           |
|--|-----------|
| 3.6.3 Alat Dan Analisis Data .....   | 76        |
| 3.6.4 Uji Hipotesis .....  | 79        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN, PEMBAHASAN, DAN PEMECAHAN<br/>MASALAH .....</b>      | <b>82</b> |
| 4.1 Gambaran Umum PT. Grab Indonesia .....                                       | 82        |
| 4.1.1 Sejarah Grab .....   | 82        |
| 4.1.2 Visi Dan Misi Perusahaan .....   | 84        |
| 4.2 Hasil Penelitian Dan Karakteristik Responden .....                           | 85        |
| 4.2.1 Perhitungan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin....                        | 85        |
| 4.2.2 Perhitungan Responden Berdasarkan Usia .....                               | 86        |
| 4.2.3 Perhitungan Responden Berdasarkan Pengeluaran<br>Perbulan.....             | 86        |
| 4.2.4 Perhitungan Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....                           | 87        |
| 4.2.5 Perhitungan Responden Berdasarkan Status<br>Pekerjaan.....                 | 88        |
| 4.2.6 Perhitungan Responden Berdasarkan Lama Waktu<br>Menggunakan Grab.....      | 89        |
| 4.2.7 Perhitungan Responden Berdasarkan Yang Paling<br>Sering Digunakan.....     | 90        |
| 4.2.8 Perhitungan Responden Berdasarkan Rata – Rata<br>Pengeluaran Perbulan..... | 90        |
| 4.3 Deskriptif Variabel Penelitian.....  | 91        |

|   |            |
|---|------------|
| 4.3.1 Iklan.....                          | 91         |
| 4.3.2 Kualitas Pelayanan .....            | 106        |
| 4.3.3 Citra Perusahaan.....               | 116        |
| 4.4 Uji Keabsahan Data.....               | 125        |
| 4.4.1 Hasil Uji Validitas.....            | 125        |
| 4.4.2 Hasil Uji Reabilitas .....          | 128        |
| 4.5 Uji Asumsi Klasik .....               | 130        |
| 4.5.1 Uji Normalitas.....                 | 130        |
| 4.5.2. Uji Multikolinearitas .....        | 131        |
| 4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....        | 132        |
| 4.5.4 Uji Autokorelasi .....              | 133        |
| 4.6 Analisis Regresi Linear Berganda..... | 134        |
| 4.6.1 Koefisien Determinasi.....          | 134        |
| 4.6.2 Uji F .....                         | 136        |
| 4.6.3 Uji T .....                         | 137        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>   | <b>140</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                      | 140        |
| 5.2 Saran.....                            | 141        |
| <b>Daftar Pustaka.....</b>                | <b>142</b> |
| <b>Lampiran .....</b>                     | <b>145</b> |

## DAFTAR TABEL

|   | <b>Halaman</b> |
|---|----------------|
| Tabel 1.1 Komentar Positif Iklan #Bisalah.....  | 6              |
| Tabel 1.2 Pra-Survei Kualitas Pelayanan GrabBike di DKI Jakarta.....                            | 7              |
| Tabel 1.3 Penilaian dan Keberadaan Gojek, Grab, dan Nujek<br>di Aplikasi <i>Playstore</i> ..... | 9              |
| Tabel 1.4 <i>Top Brand Index</i> .....  | 10             |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....  | 50             |
| Tabel 3.1 Operasional Variabel.....   | 60             |
| Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i> .....   | 71             |
| Tabel 3.3 Skala Interval .....  | 72             |
| Tabel 3.4 Koefisien Determinasi.....  | 78             |
| Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                                       | 85             |
| Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....   | 86             |
| Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....                                | 87             |
| Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....                                 | 87             |
| Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....                                   | 88             |
| Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Lama Waktu<br>Menggunakan Grab .....                     | 89             |
| Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Yang Paling Sering Digunakan.                            | 90             |

|  |     |
|--|-----|
| Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Rata – Rata Pengeluaran |     |
| Perbulan .....   | 91  |
| Tabel 4.9 Tanggapan Responden Atas Variabel Iklan Butir        |     |
| Pertanyaan 1 .....   | 92  |
| Tabel 4.10 Tanggapan Responden Atas Variabel Iklan Butir       |     |
| Pertanyaan 2 .....   | 93  |
| Tabel 4.11 Tanggapan Responden Atas Variabel Iklan Butir       |     |
| Pertanyaan 3 .....   | 94  |
| Tabel 4.12 Tanggapan Responden Atas Variabel Iklan Butir       |     |
| Pertanyaan 4 .....   | 95  |
| Tabel 4.13 Tanggapan Responden Atas Variabel Iklan Butir       |     |
| Pertanyaan 5 .....   | 96  |
| Tabel 4.14 Tanggapan Responden Atas Variabel Iklan Butir       |     |
| Pertanyaan 6 .....   | 97  |
| Tabel 4.15 Tanggapan Responden Atas Variabel Iklan Butir       |     |
| Pertanyaan 7 .....   | 98  |
| Tabel 4.16 Tanggapan Responden Atas Variabel Iklan Butir       |     |
| Pertanyaan 8 .....   | 99  |
| Tabel 4.17 Tanggapan Responden Atas Variabel Iklan Butir       |     |
| Pertanyaan 9 .....   | 100 |
| Tabel 4.18 Tanggapan Responden Atas Variabel Iklan Butir       |     |

|   |     |
|---|-----|
| Pertanyaan 10 .....   | 101 |
| Tabel 4.19 Tanggapan Responden Atas Variabel Iklan Butir        |     |
| Pertanyaan 11 .....   | 102 |
| Tabel 4.20 Tanggapan Responden Atas Variabel Iklan Butir        |     |
| Pertanyaan 12 .....   | 103 |
| Tabel 4.21 Tanggapan Responden Atas Variabel Iklan Butir        |     |
| Pertanyaan 13 .....   | 104 |
| Tabel 4.22 Tanggapan Responden Atas Variabel Iklan Butir        |     |
| Pertanyaan 14 .....   | 105 |
| Tabel 4.23 Tanggapan Responden Atas Variabel Iklan Butir        |     |
| Pertanyaan 15 .....   | 106 |
| Tabel 4.24 Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas Pelayanan |     |
| Butir Pertanyaan 1 .....  | 107 |
| Tabel 4.25 Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas Pelayanan |     |
| Butir Pertanyaan 2 .....  | 108 |
| Tabel 4.26 Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas Pelayanan |     |
| Butir Pertanyaan 3 .....  | 109 |
| Tabel 4.27 Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas Pelayanan |     |
| Butir Pertanyaan 4 .....  | 110 |
| Tabel 4.28 Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas Pelayanan |     |
| Butir Pertanyaan 5 .....  | 111 |

|   |     |
|---|-----|
| Tabel 4.29 Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas Pelayanan |     |
| Butir Pertanyaan 6.....   | 112 |
| Tabel 4.30 Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas Pelayanan |     |
| Butir Pertanyaan 7.....   | 113 |
| Tabel 4.31 Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas Pelayanan |     |
| Butir Pertanyaan 8.....   | 114 |
| Tabel 4.32 Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas Pelayanan |     |
| Butir Pertanyaan 9.....   | 115 |
| Tabel 4.33 Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas Pelayanan |     |
| Butir Pertanyaan 10.....  | 116 |
| Tabel 4.34 Tanggapan Responden Atas Variabel Citra Perusahaan   |     |
| Butir Pertanyaan 1.....   | 117 |
| Tabel 4.35 Tanggapan Responden Atas Variabel Citra Perusahaan   |     |
| Butir Pertanyaan 2.....   | 118 |
| Tabel 4.36 Tanggapan Responden Atas Variabel Citra Perusahaan   |     |
| Butir Pertanyaan 3.....   | 119 |
| Tabel 4.37 Tanggapan Responden Atas Variabel Citra Perusahaan   |     |
| Butir Pertanyaan 4.....   | 120 |
| Tabel 4.38 Tanggapan Responden Atas Variabel Citra Perusahaan   |     |
| Butir Pertanyaan 5.....   | 121 |



|  |     |
|--|-----|
| Tabel 4.39 Tanggapan Responden Atas Variabel Citra Perusahaan      |     |
| Butir Pertanyaan 6.....  | 122 |
| Tabel 4.40 Tanggapan Responden Atas Variabel Citra Perusahaan      |     |
| Butir Pertanyaan 7.....  | 123 |
| Tabel 4.41 Tanggapan Responden Atas Variabel Citra Perusahaan      |     |
| Butir Pertanyaan 8.....  | 124 |
| Tabel 4.42 Hasil Uji Validitas iklan (X1).....                     | 125 |
| Tabel 4.43 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2).....        | 126 |
| Tabel 4.44 Hasil Uji Validitas Citra Perusahaan (Y).....           | 128 |
| Tabel 4.45 Hasil Uji Reliabilitas iklan.....                       | 129 |
| Tabel 4.46 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan.....          | 129 |
| Tabel 4.47 Hasil Uji Reliabilitas Citra Perusahaan.....            | 130 |
| Tabel 4.48 Hasil Uji Multikolinearitas.....                        | 132 |
| Tabel 4.49 Hasil Uji Autokorelasi.....                             | 133 |
| Tabel 4.50 Hasil Koefisien Determinan Periklanan dan               |     |
| Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Perusahaan.....                  | 135 |
| Tabel 4.51 Hasil Koefisien Determinasi Iklan Terhadap              |     |
| Citra Perusahaan.....  | 135 |
| Tabel 4.52 Hasil Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan Terhadap |     |
| Citra Perusahaan.....  | 136 |

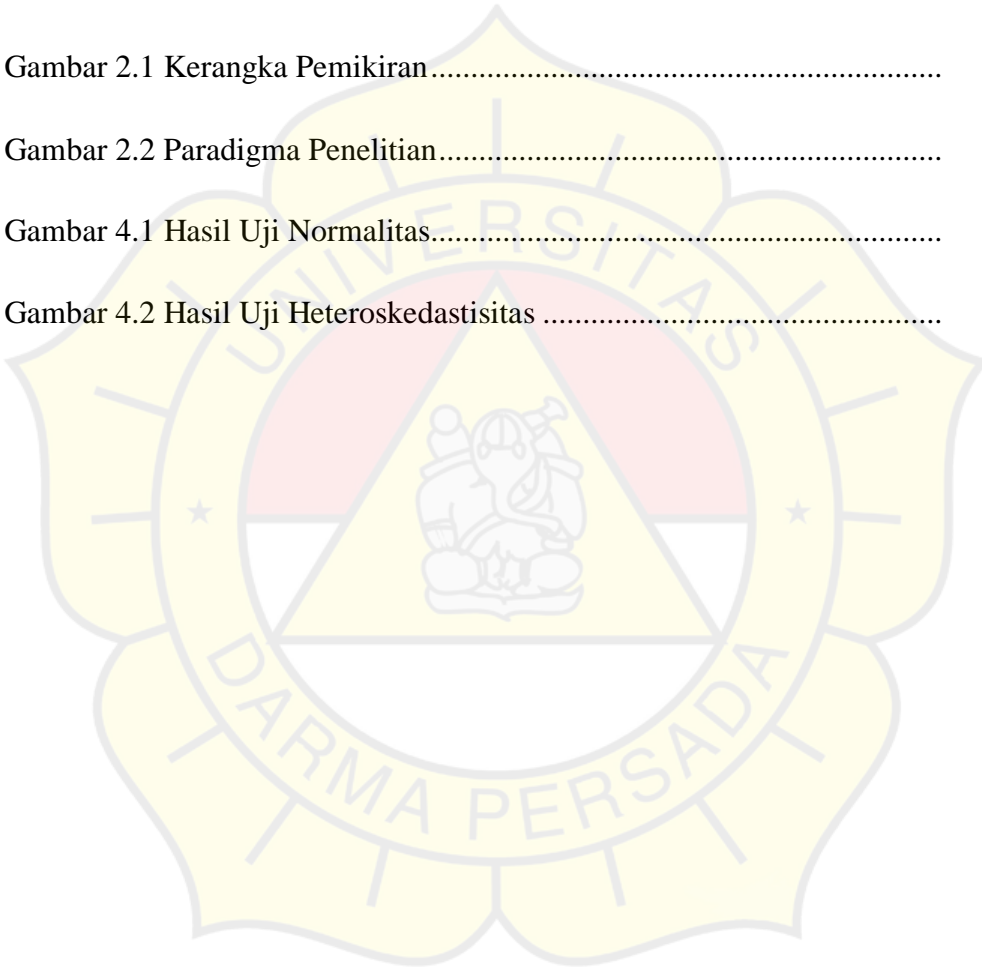
Tabel 4.53 Hasil Uji F Perhitungan Annova..... 137

Tabel 4.54 Parameter Kuantitatif Uji T..... 138



## DAFTAR GAMBAR

|  | <b>Halaman</b> |
|--|----------------|
| Gambar 1.1 Pengguna Transportasi Online .....  | 2              |
| Gambar 1.2 Layanan Pada Aplikasi Grab .....    | 3              |
| Gambar 1.3 Iklan Grab Indonesia .....          | 5              |
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....            | 55             |
| Gambar 2.2 Paradigma Penelitian .....          | 57             |
| Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas .....          | 131            |
| Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas ..... | 133            |



## DAFTAR LAMPIRAN

|  | <b>Halaman</b> |
|--|----------------|
| Lampiran 1 Pra Survey Kuesioner Kualitas Pelayanan GrabBike..... | 146            |
| Lampiran 2 Hasil Pra Survei Kuesioner Pelayanan GrabBike.....    | 150            |
| Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....                             | 153            |
| Lampiran 4 Daftar Profil Responden.....                          | 161            |
| Lampiran 5 Tabulasi Data Variabel Periklanan.....                | 166            |
| Lampiran 6 Tabulasi Data Variabel Kualitas Pelayanan.....        | 168            |
| Lampiran 7 Tabulasi Data Variabel Citra Perusahaan.....          | 171            |
| Lampiran 8 T tabel.....  | 174            |
| Lampiran 9 F tabel.....  | 177            |
| Lampiran 10 R tabel.....   | 181            |
| Lampiran 11 Hasil Uji Validitas Iklan.....                       | 184            |
| Lampiran 12 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....          | 186            |
| Lampiran 13 Hasil Uji Validitas Citra Perusahaan.....            | 188            |
| Lampiran 14 Hasil Uji Reliabilitas.....                          | 189            |
| Lampiran 15 Hasil Uji Asumsi Klasik.....                         | 190            |
| Lampiran 16 Hasil Uji Analiis Regresi Linaer Berganda.....       | 192            |
| Lampiran 17 Bukti Penyebaran Kuesioner.....                      | 194            |
| Lampiran 18 Catatan Kegiatan Konsultasi.....                     | 196            |
| Lampiran 19 Daftar Riwayat Hidup.....                            | 197            |