

DAFTAR ISI

	Hal
LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 KOMUNIKASI.....	8
2.2 PUBLIC RELATION	9
2.3 TEORI PERSEPSI	11
2.3.1 Pengertian Persepsi	11
2.3.2 Syarat Terbentuknya Persepsi.....	12
2.3.3 Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi.....	13
2.3.4 Proses Persepsi	14
2.3.5 Persepsi Terhadap Konflik.....	15
2.3.6 Cara Mengukur Persepsi	17
2.4 KEPERCAYAAN.....	19
2.4.1 Pengertian Kepercayaan.....	19
2.4.2 Komponen Kepercayaan.....	21
2.5 OPERASIONALISASI VARIABEL.....	23
2.6 KERANGKA PEMIKIRAN	25

BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1. METODOLOGI PENELITIAN	26
3.2. POPULASI DAN SAMPEL.....	27
3.2.1 Populasi.....	27
3.2.2 Sampel.....	28
3.3. JENIS SUMBER DATA	29
3.4. TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	29
3.5. VALIDITAS DAN REALIBILITAS.....	31
3.5.1 Validitas	31
3.5.2 Realibilitas	33
3.6. METODE ANALISIS DATA.....	34
3.7. HASIL TEST DAN RETEST	37
3.8. TEKNIK PENGOLAHAN DATA	40
3.9. UJI KORELASI.....	41
BAB 4. HASIL PENELITIAN	42
4.1 SUBYEK PENELITIAN.....	42
4.1.1 Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	42
4.1.2 Bidang Usaha Perusahaan.....	45
4.2 HASIL PENELITIAN	48
4.2.1 Hasil Penelitian Berdasarkan Variabel Persepsi	49
4.2.2 Hasil Penelitian Berdasarkan Variabel Tingkat Kepercayaan	52
4.3 REKAPITULASI PERHITUNGAN UJI VALIDITAS DAN REALIBILITAS INSTRUMENT	55
4.3.1 Variabel Persepsi.....	55
4.3.2 Persepsi Masyarakat Secara Keseluruhan.....	57
4.3.3 Variabel Tingkat Kepercayaan.....	58
4.3.4 Tingkat Kepercayaan Secara Keseluruhan.....	59
4.4 UJI NORMALITAS	60
4.5 UJI KORELASI.....	61
4.6 PEMBAHASAN.....	61
BAB 5. PENUTUP	63
5.1 KESIMPULAN	63
5.2 SARAN.....	63
DAFTAR PUSTAKA	64

RIWAYAT HIDUP.....65

LAMPIRAN.....

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Pandangan Lama dan Baru	16
Tabel 2.2 Operasional Variabel Persepsi Masyarakat.....	23
Tabel 2.3 Operasional Variabel Tingkat Kepercayaan	24
Tabel 3.1 Standar Penilaian Realibilitas	34
Tabel 3.2 Hasil Test Retest	37
Tabel 3.3 Tabel Uji Korelasi.....	41
Tabel 4.1 Persentase Pernyataan X Butir 1	49
Tabel 4.2 Persentase Pernyataan X Butir 2	49
Tabel 4.3 Persentase Pernyataan X Butir 3	50
Tabel 4.4 Persentase Pernyataan X Butir 4.....	50
Tabel 4.5 Persentase Pernyataan X Butir 5.....	51
Tabel 4.6 Persentase Pernyataan X Butir 6.....	51
Tabel 4.7 Persentase Pernyataan Y Butir 1	52
Tabel 4.8 Persentase Pernyataan Y Butir 2.....	53
Tabel 4.9 Persentase Pernyataan Y Butir 3.....	53
Tabel 4.10 Persentase Pernyataan Y Butir 4.....	54
Tabel 4.11 Persentase Pernyataan Y Butir 5.....	54
Tabel 4.12 Persentase Pernyataan Y Butir 6.....	55
Tabel 4.13 Realibility Statistics Variabel X.....	56
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Persepsi Masyarakat.....	56
Tabel 4.15 Persepsi Masyarakat Secara Keseluruhan.....	57

Tabel 4.16 Realibility Statistics Variabel Y	58
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Tingkat Kepercayaan	58
Tabel 4.18 Tingkat Kepercayaan Secara Keseluruhan	59
Tabel 4.19 Correlations	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	25
Gambar 4.1 Perubahan Logo Grab.....	43
Gambar 4.2 GrabTaxi.....	45
Gambar 4.3 GrabCar	46
Gambar 4.4 GrabBike	46
Gambar 4.5 GrabExpress	47
Gambar 4.6 GrabFood.....	47
Gambar 4.7 GrabHitch.....	48
Gambar 4.8 Uji Normalitas	60