

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
ABSTRAK .....	ii
RIWAYAT HIDUP.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO.....	vi
SANWACANA.....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
<b>I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.5 Kerangka Pemikiran .....	15
1.6 Hipotesis .....	19

## II. LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Merek.....	20
2.1.1 Manfaat Merek .....	21
2.2 Konsep Rebranding .....	22
2.3 Pengertian Logo.....	27
2.3.1 Fungsi dan Tujuan Logo.....	30
2.4 Logo Sebagai Identitas Perusahaan .....	32
2.5 Tinjauan Mengenai Citra .....	33
2.5.1 Pengertian Citra.....	33
2.5.2 Citra Perusahaan.....	34
2.5.3 Proses Pembentukan Citra.....	35
2.5.4 Manfaat Citra Perusahaan.....	36

## III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian .....	38
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	38
3.3 Populasi dan Sampel.....	39
3.3.1 Populasi.....	39
3.3.2 Sampel.....	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.5 Operasional Variabel .....	41
3.6 Pengujian Alat Instrumen .....	43
3.6.1 Pengujian Validitas.....	43
3.6.2 Pengujian Reliabilitas.....	44
3.7 Metode Analisis Data.....	45
3.7.1 Analisis Kualitatif.....	45
3.7.2 Analisis Kuantitatif.....	46

## IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah Perusahaan.....	48
4.2 Visi dan Misi.....	49
4.3 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	50
4.3.1 Hasil Uji Validitas .....	50
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	52
4.4 Karakteristik Responden.....	53
4.5 Rakapitulasi Hasil Tanggapan Responden.....	57
4.6 Analisis Hasil Uji Regresi <i>Logistic Model</i> .....	64
4.6.1 Model Regresi <i>Binary Logistic</i> .....	64

4.6.2 Analisis Kelayakan Model Regresi <i>Binary Logistic</i> ..... ..	66
4.6.3 Analisis Model Regresi Binary Logistic..... ..	66
4.6.4 <i>Negelkerke R Square</i> ( $R^2$ )..... ..	67

## **V. KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Simpulan..... ..	69
5.2 Saran..... ..	70

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**