

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	iii
<b>MOTTO</b> .....	iv
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	12
1.3. Tujuan .....	12
1.4. Manfaat .....	12
1.5. Kerangka Pemikiran .....	13
1.6. Hipotesis .....	16

<b>II. LANDASAN TEORI .....</b>	<b>17</b>
2.1    Konsep Merek.....	17
2.2    Konsep <i>Rebranding</i> .....	21
2.2.1    Tingkatan <i>Rebranding</i> .....	22
2.2.2    Alasan dan Motivasi <i>Rebranding</i> .....	23
2.2.3    Tipe Perubahan <i>Rebranding</i> .....	24
2.2.4    Bentuk-bentuk <i>Rebranding</i> .....	25
2.2.5    Strategi <i>Rebranding</i> .....	26
2.2.6    Karakteristik <i>Rebranding</i> .....	27
2.2.7    Proses <i>Rebranding</i> .....	27
2.3    Loyalitas Pelanggan.....	28
<b>III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1    Jenis dan Sumber Data.....	32
3.2    Populasi dan Sampel.....	32
3.2.1    Populasi.....	32
3.2.2    Sampel .....	33
3.3    Metode Pengumpulan Data.....	33
3.3.1    Kuesioner .....	33
3.3.2    Wawancara.....	34
3.4    Metode Pengambilan Sampel .....	34
3.5    Variabel Penelitian.....	35
3.6    Uji Validitas dan Reabilitas .....	37
3.6.1    Validitas .....	37

	3.6.2 Reabilitas .....	38
3.7	Tekhnik Analisis .....	38
	3.7.1 Analisis Kualitatif .....	38
	3.7.2 Analisis Kuantitatif .....	39
<b>IV.</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
4.1	Uji Validitas dan Reabilitas .....	41
	4.1.1 Uji Validitas .....	41
	4.1.2 Uji Reabilitas .....	42
4.2	Analisis Kualitatif .....	43
	4.2.1 Gambaran Umum Responden .....	43
	4.2.2 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dan Usia.....	43
	4.2.3 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dan Pekerjaan .....	44
	4.2.4 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dan Informasi Tentang Produk .....	45
	4.2.5 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dan Pengeluaran Rutin .....	45
4.3	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden .....	46
	4.3.1 Tanggapan Tentang Memilih Ulang Sebuah Merek.....	46
	4.3.2 Tanggapan Tentang Membuat Ulang Kesadaran Merek ...	48
	4.3.3 Tanggapan Tentang Memposisikan Ulang Merek.....	49
	4.3.4 Tanggapan Tentang Menciptakan Ulang Citra Merek .....	51
	4.3.5 Tanggapan Tentang Membuat Ulang Kepercayaan.....	52
	4.3.6 Tanggapan Tentang Loyalitas Pelanggan .....	54

4.4	Analisis Kuantitatif .....	55
4.5	Pengujian Hipotesis Statistik .....	56
4.5.1	Uji F (simultan).....	56
4.5.2	Uji t (parsial).....	57
4.5.3	Pengaruh Memilih Ulang Sebuah Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	58
4.5.4	Pengaruh Membuat Ulang Kesadaran Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	59
4.5.5	Pengaruh Memposisikan Ulang Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	59
4.5.6	Pengaruh Menciptakan Ulang Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	60
4.5.7	Pengaruh Membuat Ulang Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	60
<b>V.</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>62</b>
5.1	Kesimpulan .....	62
5.2	Saran .....	63
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	
	<b>LAMPIRAN</b> .....	