

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	3
ABSTRACT	5
ABSTRAK.....	6
DAFTAR ISI	7
DAFTAR GAMBAR.....	9
DAFTAR TABEL	10
DAFTAR LAMPIRAN	11
BAB I PENDAHULUAN	12
1.1 Latar Belakang.....	12
1.2 Rumusan Masalah.....	23
1.3 Tujuan Penelitian	23
1.4 Manfaat Penelitian	23
1.4.1 Manfaat Teoritis	23
1.4.2 Manfaat Praktis	24
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	27
2.1 Kajian Teori	27
2.1.1 <i>Rebranding</i>	27
2.1.2 <i>Brand Image</i>	29
2.1.3 Loyalitas Pelanggan.....	32
2.2 Penelitian Terdahulu	34
2.3 Kerangka Pemikiran Penelitian	45
2.4 Hipotesis Penelitian Tentang Hubungan Antar Variabel	47
2.4.1 Pengaruh <i>Rebranding</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	47
2.4.2 Pengaruh <i>Rebranding</i> Terhadap Brand Image	48
2.4.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	49
2.4.4 Pengaruh <i>Rebranding</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui <i>Brand Image</i>	50
BAB III METODE PENELITIAN	53
3.1 Jenis Penelitian	53
3.2 Objek Penelitian	53
3.3 Populasi dan Sampel.....	54
3.3.1 Populasi	54
3.3.2 Sampel	54
3.4 Teknik Pengumpulan Data	57
3.5 Definisi Operasional	58

3.6 Teknik Analisis Data.....	62
3.7 Uji Measurement Model (Outer Model)	63
3.9 Pengujian Hipotesis.....	65
BAB IV HASIL DAN PENELITIAN	66
4.1 Gambaran Objek Penelitian	66
4.2 Karakteristik Responden	66
4.3 Analisis Deskriptif Variabel.....	70
4.3.1 Statistik Deskriptif Variabel <i>Rebranding</i>	71
4.3.2 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	72
4.3.3 Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan	73
4.4 Uji Measurment Model (Outer Model)	74
4.4.1 Uji Validitas	74
4.4.2 Validitas Deskriminan.....	76
4.4.3 Uji Reliabilitas.....	77
4.5 Uji Structural Model (Inner Model).....	78
4.5.1 Uji R-Square R.....	78
4.5.2 Uji Q-Square	79
4.5.3 Uji F-Square	79
4.6 Uji Hipotesis.....	80
4.7 Pembahasan.....	83
4.8 Implikasi.....	88
BAB V PENUTUP.....	91
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	93