

DAFTAR ISI

	Halaman
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	17
C. Tujuan.....	18
D. Manfaat.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	20
A. Landasan Teori.....	20
1. <i>Grand Theory</i>	20
2. <i>Rebranding</i>	21
3. <i>Brand image</i>	25
4. <i>Customer Loyalty</i>	28
5. <i>Customer Satisfaction</i>	32
B. Penelitian Terdahulu	36
C. Hubungan Antar Variabel	48
1. Hubungan <i>Rebranding</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	48
2. Hubungan <i>Brand image</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	48
3. Hubungan <i>Rebranding</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	49
4. Hubungan <i>Brand image</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	50

5. Hubungan <i>Customer satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> ..	51
6. Hubungan <i>Rebranding</i> Terhadap <i>Customer loyalty</i> Melalui <i>Customer Satisfaction</i>	52
7. Hubungan <i>Brand image</i> Terhadap <i>Customer loyalty</i> Melalui <i>Customer Satisfaction</i>	53
D. Kerangka Konseptual	53
E. Hipotesis	54
BAB III METODE PENELITIAN	56
A. Rancangan Penelitian	56
B. Objek dan Waktu Penelitian.....	56
1. Objek Penelitian	56
2. Waktu Penelitian	57
C. Populasi	57
D. Sampel dan Teknik Sampling	57
1. Sampel.....	57
2. Teknik Pengambilan Sampel.....	59
E. Jenis Penelitian	59
F. Prosedur Pengambilan Data	60
G. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	60
1. Variabel Bebas (independent)	60
2. Variabel Terikat (dependen)	61
3. Variabel Mediasi (mediasi)	61
H. Definisi Operasional Variabel	61
I. Skala Pengukuran Variabel	65
J. Uji Instrumen.....	66
1. Uji Validitas	66
2. Uji Reliabilitas	70
K. Teknik Analisis Data	71
1. Analisis Deskriptif	71
2. Analisis Kuantitatif	71
3. Pengujian Hipotesis.....	74

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	80
A. Analisis Deskriptif Responden.....	80
1. Usia	80
2. Jenis Kelamin	81
3. Asal Daerah	81
B. Analisis Deskriptif Variabel.....	82
C. Analisis Kuantitatif	84
1. Pengujian <i>Outer Model (Measurement Model)</i>	85
2. Pengujian <i>Inner Model (Model Struktur)</i>	87
D. Hasil Pengujian Hipotesis	90
E. Pembahasan.....	95
1. Pengaruh <i>Rebranding</i> terhadap <i>Customer loyalty</i> (Hipotesis 1). 95	
2. Pengaruh <i>Brand image</i> terhadap <i>Customer loyalty</i> (Hipotesis 2)97	
3. Pengaruh <i>Rebranding</i> terhadap <i>Customer satisfaction</i> (Hipotesis 3)	98
4. Pengaruh <i>Brand image</i> terhadap <i>Customer satisfaction</i> (Hipotesis 4)	100
5. Pengaruh <i>Customer satisfaction</i> terhadap <i>Customer loyalty</i> (Hipotesis 5).....	101
6. Pengaruh <i>Rebranding</i> terhadap <i>Customer loyalty</i> melalui <i>Customer satisfaction</i> (Hipotesis 6)	103
7. Pengaruh <i>Brand image</i> terhadap <i>Customer loyalty</i> melalui <i>Customer satisfaction</i> (Hipotesis 7)	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	106
A. Kesimpulan.....	106
B. Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN.....	114