

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PERNYATAAN

KATA PENGANTAR..... i

DAFTAR ISI..... v

DAFTAR TABEL..... ix

DAFTAR GAMBAR..... xii

DAFTAR LAMPIRAN..... xiv

ABSTRAK..... xv

ABSTRACT..... xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang..... 1

1.2 Perumusan Masalah..... 7

1.3 Tujuan Penelitian..... 7

1.4 Kegunaan Penelitian..... 8

1.5 Kerangka Pemikiran..... 9

1.6 Hipotesis..... 17

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran..... 18

2.2 Bauran Pemasaran..... 19

2.3 Pengertian *Brand*..... 23

2.4 Pengertian *Rebranding*..... 29

2.5 Pengertian Loyalitas.....	35
2.6 Pengaruh <i>Rebranding</i> Terhadap Loyalitas Konsumen.....	37

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	39
3.1.1 Sejarah Sour Sally.....	39
3.2 Metode Penelitian.....	41
3.2.1 Jenis Penelitian.....	41
3.2.2 Populasi, Teknik Sampling, dan Sampel.....	41
3.2.2.1 Populasi.....	41
3.2.2.2 Teknik Sampling.....	42
3.2.2.3 Sampel.....	42
3.2.3 Data yang Diperlukan dalam Penelitian, Jenis Data, dan Sumber Data.....	43
3.2.4 Variabel dan Tabel Operasionalisasi Variabel.....	44
3.2.4.1 Definisi Operasionalisasi Variabel.....	44
3.2.4.2 Tabel Operasionalisasi Variabel.....	49
3.2.5 Instrumen, Syarat Instrumen yan Baik (Untuk Pedoman Kuesioner).....	54
3.2.5.1 Instrumen.....	54
3.2.5.2 Syarat Instrumen yang Baik untuk Pedoman Kuesioner.....	55
3.2.5.2.1 Di tryoutkan.....	55

3.2.5.2.2 Memenuhi persyaratan validitas.....	55
3.2.5.2.3 Memenuhi persyaratan reliabilitas.....	57
3.2.5.3 Bentuk Instrumen untuk Pedoman Kuesioner.....	58
3.2.6 Alat Analisis Data.....	59
3.2.6.1 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	59
3.2.6.2 Transformasi Data.....	61
3.2.7 Pengujian Hipotesis.....	62

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

4.1 Upaya perusahaan dalam melakukan <i>Rebranding</i> pada Sour Sally di Kota Bandung.....	65
4.2 Tanggapan konsumen terhadap <i>Rebranding</i> yang dilakukan Sour Sally di Kota Bandung.....	73
4.2.1 Identitas Responden.....	73
4.2.2 a) Analisis Tanggapan Responden.....	75
b) Nilai Interval untuk Pernyataan Variabel <i>Rebranding</i> ...	83
4.3 Tanggapan konsumen tentang Loyalitas Konsumen pasca <i>Rebranding</i> yang dilakukan Sour Sally di Kota Bandung.....	87
4.3.1 a) Analisis Tanggapan Responden.....	87
b) Nilai Interval untuk Pernyataan Variabel Loyalitas Konsumen.....	89
4.4 Pengaruh <i>Rebranding</i> terhadap Loyalitas Konsumen Sour Sally di Kota Bandung.....	91
4.4.1 Pengujian Hipotesis.....	93

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	xvii
LAMPIRAN.....	xx

