

DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	10
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	10
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	11
1.4 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TELAAH PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Merek	13
2.1.2 <i>Rebranding</i>	13
2.1.3 Logo	14
2.1.4 <i>Brand Image</i> (Citra Merk)	14
2.1.5 Bentuk (<i>Shape</i>).....	16
2.1.6 Warna	17
2.1.7 Tipografi.....	18
2.1.8 Slogan (<i>Tagline</i>).....	19
2.1.9 Kualitas Layanan.....	21

2.2	Penelitian Terdahulu.....	23
2.3	Hubungan Antar Variabel.....	31
2.4	Kerangka Pemikiran	38
2.5	Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN		41
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	41
3.2	Populasi dan Sampel.....	44
3.3	Jenis dan Sumber Data	46
3.4	Metode Pengumpulan Data	47
3.5	Metode Analisis Data	48
3.5.1.	Uji Instrumen Data.....	48
3.5.2.	Uji Asumsi Klasik.....	49
3.5.3.	Uji Regresi Linear Berganda.....	50
3.5.4.	Uji Hipotesis.....	51
BAB IV HASIL DAN TELAAH		52
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	52
4.1.1	Deskripsi Umum Telkomsel (PT. Telekomunikasi Selular).....	52
4.1.2	<i>Rebranding</i> Telkomsel.....	53
4.1.3	Deskripsi Responden	55
4.2	Analisis Data	55
4.2.1	Uji Instrumen Data.....	55
4.2.1.1	Uji Validitas	55
4.2.1.2	Uji Reliabilitas	57
4.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	58
4.2.2.1	Uji Normalitas.....	58
4.2.2.2	Uji Multikolinearitas	59
4.2.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	60
4.2.2.4	Uji Regresi Linear Berganda.....	61
4.2.3	Uji Hipotesis.....	63
4.2.3.1	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	63
4.2.3.2	Uji Parsial (Uji t).....	64

4.3	Interpretasi Hasil	67
4.3.1	Pengaruh Bentuk Logo terhadap <i>Brand Image</i>	67
4.3.2	Pengaruh Warna Logo terhadap <i>Brand Image</i>	68
4.3.3	Pengaruh Tipografi terhadap <i>Brand Image</i>	70
4.3.4	Pengaruh Slogan terhadap <i>Brand Image</i>	71
4.3.5	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap <i>Brand Image</i>	72
BAB V PENUTUP		75
5.1	Simpulan	75
5.2	Keterbatasan Penelitian	77
5.3	Saran Manajerial	78
5.4	Saran Penelitian	79
DAFTAR PUSTAKA		80
LAMPIRAN		87