

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.6 Sistematika Penulisan.....	12
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Manajemen	14
2.2 Manajemen Pemasaran.....	15
2.3 <i>Rebranding</i>	15
2.3.1 Beberapa alasan dalam melakukan <i>Rebranding</i>	16
2.3.2 Risiko <i>Rebranding</i>	17
2.3.3 Manfaat <i>Rebranding</i>	17
2.4 Bauran Pemasaran	17
2.5 Perilaku Konsumen	23
2.6 Kepuasan Konsumen.....	25

2.7	Loyalitas Konsumen.....	26
2.8	Penelitian Terdahulu	27

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1	Model Konseptual Penelitian	33
3.2	Variabel Penelitian	34
3.3	Operasional Variabel Penelitian.....	34
3.4	Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis	38
3.4.1	Hubungan Antar <i>Rebranding</i> Terhadap Kepuasan	39
3.4.2	Hubungan Antar Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan	40
3.4.3	Hubungan Antar <i>Rebranding</i> dan Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan	41
3.4.4	Hubungan Antar <i>Rebranding</i> Terhadap Loyalitas Konsumen.....	42
3.4.5	Hubungan Antar Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen ..	43
3.4.4	Hubungan Antar Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen	44
3.5	Unit Analisis, Populasi dan Sampel	45
3.5.1	Unit Analisis.....	45
3.5.2	Sumber Data	46
3.5.3	Metode Pengumpulan Data	46
3.5.4	Populasi dan Sampel	47
3.6	<i>Pre Test</i>	48
3.6.1	Uji Validitas	48
3.6.2	Uji Reliabilitas	48
3.7	<i>Main Test</i>	49
3.8	Uji Asumsi Klasik	49
3.8.1	Uji Normalitas	49
3.8.2	Uji Multikolinearitas	49
3.8.3	Uji Heteroskedastisitas	50
3.9	Uji Hipotesis.....	50
3.9.1	Uji Regresi Linier Berganda.....	50
3.9.2	Uji Koefisien Determinasi	51

3.9.3	Uji T	51
3.9.4	Uji F.....	52
3.9.5	Uji Analisis Jalur	52
BAB 4 ANALISIS PEMBAHASAN		
4.1	Profil Responden	53
4.1.1	Usia Responden.....	53
4.1.2	Jenis Kelamin Responden	54
4.1.3	Profesi Responden.....	54
4.1.4	Domisili Responden	55
4.1.5	Pengeluaran untuk membeli roti perbulan	56
4.1.6	Responden yang mengetahui Mako <i>Cake and Bakery</i>	56
4.2	Analisis Hasil <i>Pre Test</i>	57
4.2.1	Uji Validitas	57
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	60
4.3	<i>Main Test</i>	60
4.3.1	Uji Validitas	60
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	63
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	64
4.4.1	Uji Normalitas	64
4.4.2	Uji Heterokedastisitas	64
4.4.3	Uji Multikolinearitas	65
4.5	Uji Hipotesis.....	65
4.5.1	Analisis Sub Model 1	65
4.5.1.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	66
4.5.1.2	Analisis Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R2</i>).....	67
4.5.1.3	Analisis Hasil Uji t	68
4.5.1.4	Analisis Hasil Uji F.....	69
4.5.2	Analisis Sub Model 2	69
4.5.2.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
4.5.2.2	Analisis Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R2</i>).....	71

4.5.2.3 Analisis Hasil Uji t	71
4.5.3 Uji Analisis Jalur	72
4.6 Pembahasan	75
4.7 Hasil Nilai <i>Mean</i>	77
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	83
5.2 Implikasi Manajerial	83
5.3 Keterbatasan Penelitian	84
5.4 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	85
DAFTAR PUSTAKA	86
RIWAYAT HIDUP	88
LAMPIRAN	



KALBIS Institute
 Transforming • Hearts and Minds