

## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....                                  | ii   |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....                            | iii  |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....                             | iv   |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                                 | v    |
| <b>ABSTRAK</b> .....  | vii  |
| <b>ABSTRACT</b> .....                                       | vii  |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                                     | ix   |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                                  | xii  |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                                   | xiii |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                                | xiv  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....                              | 1    |
| 1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....                          | 1    |
| 1.1.1 Profil Indosat Ooredoo .....                          | 1    |
| 1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....                        | 4    |
| 1.1.3 Struktur Perusahaan .....                             | 5    |
| 1.1.4 Produk dari Indosat Ooredoo .....                     | 7    |
| 1.2 Latar Belakang .....                                    | 9    |
| 1.3 Perumusan Masalah .....                                 | 14   |
| 1.4 Tujuan Penelitian .....                                 | 15   |
| 1.5 Kegunaan Penelitian .....                               | 15   |
| 1.5.1 Kegunaan Akademis .....                               | 15   |
| 1.5.2 Kegunaan Praktisi .....                               | 15   |
| 1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir .....         | 16   |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN</b> ..... | 17   |
| 2.1 Tinjauan Teori .....                                    | 17   |
| 2.1.1 Pemasaran .....                                       | 17   |
| 2.1.2 Bauran Pemasaran .....                                | 17   |
| 2.1.3 Produk .....  | 18   |
| 2.1.4 Bauran Produk .....                                   | 20   |
| 2.1.5 Merek .....   | 21   |
| 2.1.6 Strategi Merek .....                                  | 24   |

|  |           |
|--|-----------|
| 2.1.7 <i>Rebranding</i> .....                                      | 25        |
| 2.1.8 <i>Brand Image</i> .....                                     | 27        |
| 2.1.9 Hubungan <i>rebranding</i> terhadap <i>brand image</i> ..... | 29        |
| 2.2 Penelitian Terdahulu.....                                      | 29        |
| 2.3 Kerangka Pemikiran.....  | 39        |
| 2.4 Hipotesis Penelitian.....                                      | 41        |
| 2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....                                  | 42        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....                             | <b>43</b> |
| 3.1 Jenis Penelitian.....  | 43        |
| 3.2 Variabel Operasional.....                                      | 43        |
| 3.3 Tahapan Penelitian.....  | 43        |
| 3.4 Populasi dan Sampel.....                                       | 48        |
| 3.4.1 Populasi.....  | 48        |
| 3.2.4 Sampel.....  | 49        |
| 3.4.3 Teknik Sampling.....   | 50        |
| 3.5 Pengumpulan Data.....  | 50        |
| 3.5.1 Jenis Data.....  | 50        |
| 3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....                                 | 51        |
| 3.5.3 Skala Pengukuran.....  | 51        |
| 3.6 Teknik Pengujian Data.....                                     | 53        |
| 3.6.1 Uji Validitas.....   | 53        |
| 3.6.2 Uji Reliabilitas.....  | 56        |
| 3.7 Teknik Analisis Data.....                                      | 57        |
| 3.7.1 Analisis Deskriptif.....                                     | 57        |
| 3.7.2 <i>Method of Successive Interval (MSI)</i> .....             | 59        |
| 3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....                                       | 60        |
| 3.7.4 Analisis Linier Sederhana.....                               | 61        |
| 3.7.5 Pengujian Hipotesis.....                                     | 62        |
| 3.7.6 Koefisien Determinasi.....                                   | 63        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....                | <b>64</b> |
| 4.1 Karakteristik Responden.....                                   | 64        |
| 4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....       | 64        |

|  |    |
|--|----|
| 4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                    | 65 |
| 4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....    | 66 |
| 4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....                 | 67 |
| 4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan (Perbulan) ..... | 68 |
| 4.2 Hasil Deskriptif.....  | 69 |
| 4.2.1 Analisis Deskriptif .....  | 69 |
| 4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai <i>Rebranding</i> .....             | 70 |
| 4.2.3 Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Image</i> .....            | 74 |
| 4.3 Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval .....                   | 79 |
| 4.4 Uji Asumsi Klasik .....  | 79 |
| 4.5 Regresi Linier Sederhana.....                                      | 83 |
| 4.6 Uji Hipotesis .....  | 85 |
| 4.6.1 Uji t.....   | 85 |
| 4.6.2 Koefisien Determinasi .....                                      | 85 |
| 4.7 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....                               | 87 |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....                                | 90 |
| 5.1 Kesimpulan .....   | 90 |
| 5.2 Saran .....  | 91 |
| 5.2.1 Bagi Perusahaan .....  | 91 |
| 5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....                                   | 91 |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....  | 93 |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b>   |    |