

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	1
BAB 1	2
PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan penelitian	9
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB 2	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Komunikasi.....	12
2.2 Komunikasi Pemasaran	12
2.4 Brand Image	18
2.5 Rebranding	19
2.6 Penelitian Terdahulu	20
2.6.1 Penelitian Internasional.....	20
2.6.2 Penelitian nasional	23
2.7 Kerangka Pemikiran	26

2.8 Hipotesis Penelitian	26
2.9 Ruang Lingkup Penelitian.....	27
BAB 3	28
METODE PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian	28
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	28
3.2.1 Variabel Operasional.....	28
3.2.2 Skala Pengukuran.....	32
3.3 Populasi dan Sampel	33
3.3.1 Populasi	33
3.3.2 Sampel.....	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.4.1 Data Primer	35
3.4.2 Data Sekunder	35
3.5 Uji Validitas dan Realibilitas	36
3.5.1 Uji Validitas	36
3.5.2 Uji Realibilitas	38
3.6 Teknik Analisi Data.....	39
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	39
3.6.2 Method Successive Interval (MSI)	40
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	41
3.6.4 Uji Hipotesis.....	43
BAB 4	45
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Karakteristik Responden	45
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Logo	46
4.2 Hasil Penelitian.....	46
4.2.1 Tanggapan Responden terhadap variabel <i>rebranding</i>	46
4.2.2 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Brand Image</i>	49
4.2.3 Uji Normalitas.....	51
4.2.4 Uji Heteroskedastitas	51

4.2.5 Uji Korelasi	53
4.2.6 Analisis Regresi Linear	53
4.2.7 Uji Hipotesis	54
4.2.8 Uji Koefisien Determinasi.....	55
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	55
4.3.1 Rebranding	55
4.3.2 Brand Image	56
4.3.3 Pengaruh <i>Rebranding</i> Sepatu Compass terhadap <i>Brand Image</i>	57
BAB 5	59
KESIMPULAN	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran	59
5.2.1 Saran Teoritis.....	59
5.2.2 Saran Praktis	60
DAFTAR PUSTAKA	61