

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	12
C. Pembatasan Masalah	12
D. Rumusan Masalah	12
E. Tujuan Penelitian	12
F. Manfaat Penelitian	13
1. Manfaat Akademik.....	13
2. Manfaat Praktis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, HIPOTESIS	
DAN KERANGKA KONSEP	14
A. Tinjauan Pustaka	14
1. Komunikasi Pemasara	14
a. Pengertian Komunikasi Pemasaran	14
b. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	14
2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	16
3. Strategi Pemasaran STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>).....	17
4. Merek (<i>Brand</i>).....	18
a. Pengertian Merek.....	18
b. Manfaat Merek	19
c. Tipe-Tipe Merek.....	20
5. <i>Rebranding</i>	21
a. Pengertian <i>Rebranding</i>	21
b. Faktor Pendorong Aktivitas <i>Rebranding</i>	21
c. Kriteria Pokok <i>Rebranding</i>	22
d. Bentuk-bentuk <i>Rebranding</i>	23
e. Dimensi <i>Rebranding</i>	23
6. Citra Merek.....	24

a. Pengertian Citra Merek.....	24
b. Faktor-Faktor Pendukung Citra Merek	25
c. Dimensi Citra Merek	27
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Hipotesis	31
D. Kerangka Konsep	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
A. Tempat dan Waktu Penelitian	33
B. Pendekatan Penelitian.....	33
C. Metode Penelitian.....	33
D. Definisi Variabel dan Operasional Variabel	34
1. Definisi Variabel Penelitian	34
2. Operasional Variabel.....	34
E. Populasi dan Sampel.....	36
1. Populasi	36
2. Sampel.....	36
F. Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian	37
G. Teknik Pengumpulan Data	38
1. Data Primer	38
2. Data Sekunder	38
H. Teknik Analisis Data.....	39
1. Uji Regresi Linier Sederhana	39
2. Uji Koefisien Regresi (Uji t)	40
3. Uji Hipotesis.....	40
I. Uji Validitas dan Reliabilitas	40
1. Uji Validitas	40
2. Uji Reliabilitas.....	42
J. Hasil Uji Validitas	43
1. Uji Validitas Variabel X (Rebranding Pos Indonesia)	43
2. Uji Validitas Variabel Y (Citra Merek).....	44
K. Hasil Uji Realiabilitas.....	45
1. Uji Reliabilitas Variabel X (Rebranding Pos Indonesia)	45
2. Uji Reliabilitas Variabel Y (Citra Merek).....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Gambaran Umum	46
1. Tentang Pos Indonesia	48
2. Rebranding Pos Indonesia.....	51
B. Hasil Penelitian	54
1. Identitas Responden	54
a. Usia	55
b. Jenis Kelamin	55
c. Status Pekerjaan.....	56
2. Pernyataan Variabel X (Rebranding)	57
a. Repositioning.....	57

b. Redesigning	59
c. Relaunching	61
3. Pernyataan Variabel Y (Citra Merek)	62
a. Keunggulan Produk	62
b. Kekuatan Merek	64
c. Keunikan Merek	66
4. Rekapitulasi Variabel X dan Y.....	68
5. Uji Regresi Linear Sederhana	70
6. Uji Hipotesis.....	73
C. Pembahasan	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82