

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
RIWAYAT HIDUP	v
PERSEMBAHAN	vi
PRAKATA	viii
MOTTO	x
ABSTARK	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	7
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek.....	7
1.3.2 Ruang Lingkup Objek	7
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat.....	7
1.3.4 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1 Bagi Peneliti	7
1.5.2 Bagi Perusahaan	8
1.5.3 Bagi Insitusi IIB Darmajaya.....	8
1.5.4 Bagi Peneliti Selanjutnya	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	9

BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Merek (<i>Brand</i>)	10
2.1.1 Pengertian Merek (<i>Brand</i>)	10
2.2 Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>)	12
2.2.1 Pengertian Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>)	12
2.2.2 Manfaat Ekuitas Merek.....	14
2.2.3 Konsep Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>).....	15
2.3 <i>Rebranding</i>	16
2.3.1 Pengertian <i>Rebranding</i>	16
2.3.2 Kriteria Pokok <i>Rebranding</i>	17
2.3.3 Bentuk-Bentuk <i>Rebranding</i>	18
2.3.4 Strategi <i>Rebranding</i>	19
2.3.5 Faktor Pendorong <i>Rebranding</i>	20
2.3.6 Proses <i>Rebranding</i>	21
2.4 <i>Repositioning</i>	22
2.4.1 Pengertian <i>Repositioning</i>	22
2.4.2 Tujuan <i>Repositioning</i>	23
2.4.3 Alasan Melakukan <i>Repositioning</i>	23
2.4.4 Strategi <i>Repositioning</i>	23
2.5 Penelitian Terdahulu	25
2.6 Kerangka Pikir	27
2.7 Pengembangan Hipotesis	28
 BAB III METODE PENELITIAN	 31
3.1 Jenis Penelitian.....	31
3.2 Sumber Data.....	31
3.3 Metode Pengumpulan Data	31
3.4 Populasi.....	32
3.4.1 Populasi.....	32
3.4.2 Sample.....	32
3.5 Variabel Penelitian	32
3.5.1 Variabel Independen	34

3.5.2 Variabel Dependen	34
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	34
3.7 Uji Persyaratan Instrumen.....	35
3.7.1 Uji Validitas	35
3.7.2 Uji Realibilitas	36
3.8 Uji Persyaratan Analisis Data	36
3.8.1 Uji Normalitas.....	36
3.8.2 Uji Linieritas	37
3.8.3 Uji Homogenitas	37
3.8.4 Uji Multikolinieritas	38
3.9 Metode Analisis Data.....	38
3.10 Pengujian Hipotesis Penelitian	39
3.10.1 Uji t	39
3.10.2 Uji F	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
1.1 Deskripsi Data	43
1.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden	43
1.1.1.1 Hasil Uji Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin	43
1.1.1.2 Hasil Uji Frekuensi Berdasarkan Jenis Usia	44
1.1.1.3 Hasil Uji Frekuensi Berdasarkan Jenis Pekerjaan	44
1.1.1.4 Hasil Uji Frekuensi Berdasarkan Jenis Penghasilan	45
1.1.1.5 Hasil Uji Frekuensi Berdasarkan Jenis Domisili	46
1.1.1.6 Hasil Uji Frekuensi Berdasarkan Jenis Pendidikan Terakhir ..	47
4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden	47
4.1.2.1 Hasil Uji Frekuensi Jawaban Variabel <i>Rebranding</i> (X1)	48
4.1.2.2 Hasil Uji Frekuensi Jawaban Variabel <i>Repositioning</i> (X2)	49
4.1.2.3 Hasil Uji Frekuensi Jawaban Variabel <i>Brand Equity</i> (Y)	50
4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen	51
4.2.1 Hasil Uji Validitas	51
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	53
4.3 Hasil Persyaratan Analisis Data	54

4.3.1	Hasil Uji Normalitas	54
4.3.2	Hasil Uji Linieritas	55
4.3.3	Hasil Uji Homogenitas	55
4.3.4	Hasil Uji Multikolinieritas	56
4.4	Hasil Analisis Data	57
4.4.1	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	57
4.5	Hasil Pengujian Hipotesis	58
4.5.1	Uji t	58
4.5.2	Uji f	60
4.6	Pembahasan	61
4.6.1	Pengaruh <i>Rebranding</i> (X1) Terhadap <i>Brand Equity</i> (Y) Gojek Indonesia	61
4.6.2	Pengaruh <i>Repositioning</i> (X2) Terhadap <i>Brand Equity</i> (Y) Gojek Indonesia	62
4.6.3	Pengaruh <i>Rebranding</i> (X1) Dan <i>Repositioning</i> Terhadap <i>Brand Equity</i> (Y) Gojek Indonesia	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		63
5.1	Kesimpulan	63
5.2	Saran	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Perusahaan Bisnis Transportasi	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Tabel Kuisioner Penilaian	32
Tabel 3.2 Operasional Variabel	34
Tabel 3.3 Interpretasi Nilai R	36
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	45
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	46
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	47
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Rebranding</i> (X1)	48
Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Repositioning</i> (X2)	49
Tabel 4.9 Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Brand Equity</i> (Y)	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Data Kuisioner Jawaban Responden <i>Rebranding</i> (X1)	51

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Data Kuisioner Jawaban Responden	
<i>Repositioning</i> (X2)	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Data Kuisioner Jawaban Responden	
<i>Brand Equity</i> (Y)	52
Tabel 4.13 Koefisien Product Moment	53
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 4.16 Hasil Uji Linieritas	55
Tabel 4.17 Hasil Uji Homogenitas	56
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinieritas	56
Tabel 4.19 Hasil Uji Determinasi	57
Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	57
Tabel 4.21 Hasil Uji T	59
Tabel 4.22 Hasil Uji F	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Rebranding</i> Gojek Indonesia	3
Gambar 2.1 Dimensi <i>Brand Equity</i>	15
Gambar 2.2 Kerangka Pikir	27

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1** Kuisoner Penelitian
- Lampiran 2** Hasil Kuisoner *Rebranding*
- Lampiran 3** Hasil Kuisoner *Repositioning*
- Lampiran 4** Hasil Kuisoner *Brand Equity*
- Lampiran 5** Hasil Uji Karakteristik Responden
- Lampiran 6** Hasil Jawaban Responden
- Lampiran 7** Hasil Uji Validitas
- Lampiran 8** Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 9** Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 10** Hasil Uji T dan F
- Lampiran 11** Nama dan Karakteristik Responden
- Lampiran 12** Notulen Sidang