DAFTAR ISI

Halaman

PERSETUJUAN SKRIPSI ..... **ii**
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN ..... **iii**
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI ..... **iv**
MOTTO DAN PERSEMBAHAN ..... **v**
ABSTRAK ..... **vi**
ABSTRACT ..... **vii**
KATA PENGANTAR ..... **viii**
DAFTAR ISI ..... **xi**
DAFTAR TABEL ..... **xiv**
DAFTAR GAMBAR ..... **xv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvi**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian 10
1.3.1 Tujuan Penelitian 10
1.3.2 Manfaat Penelitian 11
1.4 Sistematika Penulisan 12
BAB II TELAAH PUSTAKA **13**
2.1 Landasan Teori 13
2.1.1 Merek 13
2.1.2 *Rebranding* 13
2.1.3 Logo 14
2.1.4 *Brand Image* (Citra Merk) 14
2.1.5 Bentuk (*Shape)* 16
2.1.6 Warna 17
2.1.7 Tipografi 18
2.1.8 Slogan *(Tagline)* 19
2.1.9 Kualitas Layanan 21

2.2 Penelitian Terdahulu 23
2.3 Hubungan Antar Variabel 31
2.4 Kerangka Pemikiran 38
2.5 Hipotesis 40
BAB III METODE PENELITIAN 41
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel 41
3.2 Populasi dan Sampel 44
3.3 Jenis dan Sumber Data 46
3.4 Metode Pengumpulan Data 47
3.5 Metode Analisis Data 48
3.5.1. Uji Instrumen Data 48
3.5.2. Uji Asumsi Klasik 49
3.5.3. Uji Regresi Linear Berganda 50
3.5.4. Uji Hipotesis 51
BAB IV HASIL DAN TELAAH 52
4.1 Deskripsi Objek Penelitian 52
4.1.1 Deskripsi Umum Telkomsel (PT. Telekomunikasi Selular) 52
4.1.2 *Rebranding* Telkomsel 53
4.1.3 Deskripsi Responden 55
4.2 Analisis Data 55
4.2.1 Uji Instrumen Data 55
4.2.1.1 Uji Validitas 55
4.2.1.2 Uji Reliabilitas 57
4.2.2 Uji Asumsi Klasik 58
4.2.2.1 Uji Normalitas 58
4.2.2.2 Uji Multikolinearitas 59
4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas 60
4.2.2.4 Uji Regresi Linear Berganda 61
4.2.3 Uji Hipotesis 63
4.2.3.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2) 63
4.2.3.2 Uji Parsial (Uji t) 64

4.3 Interpretasi Hasil **67**
4.3.1 Pengaruh Bentuk Logo terhadap *Brand Image* 67
4.3.2 Pengaruh Warna Logo terhadap *Brand Image* 68
4.3.3 Pengaruh Tipografi terhadap *Brand Image* 70
4.3.4 Pengaruh Slogan terhadap *Brand Image* 71
4.3.5 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap *Brand Image* 72
BAB V PENUTUP **75**
5.1 Simpulan 75
5.2 Kerterbatasan Penelitian 77
5.3 Saran Manajerial 78
5.4 Saran Penelitian 79
DAFTAR PUSTAKA **80**
LAMPIRAN **87**

SEMARANG
FEB UNDIP