

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Rebranding* Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Fourspeed Nomad Di Kota Bandung 2014)”**.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika. Selama penyusunan skripsi ini penulis mendapat bimbingan, motivasi, semangat, perhatian dan doa dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis ingin berterima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Yang terhormat ibu Lia Yuldinawati, ST, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi, atas kesabaran, waktu, arahan, nasehat, motivasi, pengetahuan dan ilmu yang diberikan kepada penulis dari awal hingga akhir penelitian ini.
2. Yang terhormat Ibu Heppy Millanyani, S.Sos, MM. Dan Ibu Sisca Eka Fitria, ST., MM selaku dosen penguji proposal skripsi, atas pengarahan, bimbingan, nasihat, motivasi, pengetahuan serta ilmu yang telah diberikan kepada penulis.
3. Yang terhormat Ibu Astrie Krisnawati, S.Sos., Msi.M selaku Dosen Wali penulis.
4. Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Ibu Ratri Wahyuningtyas, ST., MM.
5. Yang tercinta kedua orang tua penulis, Ayahanda Seman Bongkrang dan Ibunda Atmah atas segala perhatian, kesabaran, motivasi, dan doa yang tiada henti diberikan selama ini.
6. Yang tercinta keempat kakak penulis yaitu Ade Setiawan, Rahmat Akbar, Agus Sulaeman, dan Halimah atas segala perhatian dan dukungan yang tiada henti diberikan.
7. Teman dan sahabat penulis, Adit, Ayub, Bang Andre, Derry, Raisa, Fikri, Anto, Gian, Arief, Dika, Lina dan teman-teman lainnya yang tidak tersebut, terima kasih atas semua bantuan pengertian, kesabaran, dukungan, motivasi serta berbagi ilmu kepada penulis.

Penulis menyadari adanya kekurangan dalam penyusunan skripsi ini dan masih jauh dari sempurna, karena kesempurnaan tentu hanya milik Allah SWT. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca sekalian sangat kami harapkan untuk terciptanya perbaikan. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Terimakasih.

Bandung, 27 Agustus 2014

Penulis

Ansory Wiranata

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Perubahan Logo Fourspeed Nomad	2
1.1.2 Struktur Organisasi	3
1.1.3 Visi Misi Fourspeed Nomad	3
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Kegunaan Penelitian	6
1.6 Sistematika Penulisan Skripsi	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	9
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	9
2.1.1 Rangkuman Teori	9
2.1.2 Hubungan Antara <i>Rebranding</i> Dengan Loyalitas Pelanggan	17
2.1.3 Penelitian Terdahulu	17
2.2 Kerangka Pemikiran	24
2.3 Hipotesis	25
2.4 Ruang Lingkup Penelitian	25
2.4.1 Variabel dan Sub Variabel Penelitian	25
2.4.2 Lokasi dan Objek Penelitian	26
2.4.3 Waktu dan Periode Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN	27

3.1	Jenis Penelitian	27
3.2	Variabel Operasional	27
3.3	Tahapan Penelitian	30
3.4	Populasi dan Sampel	30
	3.4.1 Populasi	30
	3.4.2 Sampel	30
	3.4.3 Teknik <i>Sampling</i>	31
3.5	Pengumpulan Data	32
	3.5.1 Jenis Data	32
	3.5.2 Teknik Pengumpulan Data	32
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	33
	3.6.1 Uji Validitas	33
	3.6.2 Uji Reliabilitas	35
3.7	Teknik Analisis Data	36
	3.7.1 Analisis Deskriptif	36
	3.7.2 Transformasi Data Ordinal Menjadi Data Interval	37
	3.7.3 Analisis Koefisien Regresi Linier Berganda	38
	3.7.4 Uji Asumsi Klasik	38
	3.7.5 Pengujian Hipotesis	39
3.8	Hipotesis Penelitian.....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		41
4.1	Data Responden	41
	4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	41
	4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
	4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
4.2	Hasil Penelitian	43
	4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Rebranding</i> Fourspeed Nomad	43
	4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Konsumen Fourspeed Nomad	51
	4.2.3 Pengaruh <i>Rebranding</i> Terhadap Loyalitas Konsumen Fourspeed Nomad	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		63
5.1	Kesimpulan	63
5.2	Saran	64

DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN – LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Restoran, Rumah Makan dan Bar Di Kota Bandung	4
Tabel 2.1 Fungsi Merek Bagi Konsumen	10
Tabel 2.2 Alasan Perusahaan Melakukan <i>Rebranding</i>	12
Tabel 2.3 Empat Elemen <i>Rebranding</i>	14
Tabel 2.4 Skripsi dan Tesis	18
Tabel 2.5 Jurnal Internasional	20
Tabel 2.6 Jurnal Nasional	22
Tabel 3.1 Operasional Variabel	28
Tabel 3.2 Desain Pengukuran Kuesioner.....	29
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas <i>Rebranding</i> (X)	34
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y)	34
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas <i>Rebranding</i> (X)	35
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan (Y)	36
Tabel 3.7 Kategori Persentase	37
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel X1 yaitu <i>Repositioning</i>	43
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel X2 yaitu <i>Renaming</i>	45
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel X3 yaitu <i>Redesign</i>	47
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel X4 yaitu <i>Relaunch (Recommunicating)</i>	48
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Rebranding</i> Fourspeed Nomad.....	50
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Y yaitu Loyalitas Konsumen	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	55
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan	56
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial.....	57
Tabel 4.11 Hasil Uji R.....	58
Tabel 4.12 Hasil Koefisien Regresi Linier Berganda	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Divisi-divisi Fourspeed Indonesia	1
Gambar 1.2	Perubahan Logo Fourspeed Nomad	2
Gambar 1.3	Struktur Organisasi	3
Gambar 2.1	<i>Evolutionary & Revolutionay Rebranding</i>	13
Gambar 2.2	<i>Rebranding</i> Dalam Sebuah Hierarki Merek.....	13
Gambar 2.3	Siklus Pembelian	16
Gambar 2.4	Kerangka Pemikiran	25
Gambar 3.1	Garis Kontinum	37
Gambar 4.1	Jenis Kelamin Responden	41
Gambar 4.2	Usia Responden	42
Gambar 4.3	Pekerjaan Responden	42
Gambar 4.4	Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Sub Variabel <i>Repositioning</i> (X1).....	44
Gambar 4.5	Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Sub Variabel <i>Renaming</i> (X2).....	46
Gambar 4.6	Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Sub Variabel <i>Redesign</i> (X3)	48
Gambar 4.7	Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Sub Variabel <i>Relauch (Recommunicating)</i> (X4).....	49
Gambar 4.8	Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Rebranding</i> (X)	50
Gambar 4.9	Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Variabel Loyalitas Konsumen (Y)	52
Gambar 4.10	<i>Normal Probability Plot</i>	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	67
Lampiran 2 Hasil Kuesioner.....	73
Verbatim	97
Lampiran Hasil Perhitungan Data SPSS.....	99