

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR .....</b>	<b>v</b>

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Research Gap .....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	9
1.5 Manfaat Penelitian .....	10
1.5.1 Implikasi Teoritis .....	10
1.5.2 Implikasi Manajerial .....	10
1.6 Sistematika Penelitian .....	11

## **BAB II LANDASAN TEORI**

2.1 Dasar Teori .....	13
2.1.1 Rebranding .....	13
2.1.2 Brand Identity .....	14
2.1.3 Brand Name .....	15
2.1.4 Brand Personality .....	17
2.1.5 Brand Elements .....	17
2.1.6 Satisfaction .....	18
2.1.7 Performance .....	19
2.2. Pengembangan hipotesis .....	20
2.2.1 Hubungan antara brand identity, satisfaction dan performance ...	21
2.2.2 Hubungan antara brand name, satisfaction dan performance .....	20
2.2.3 Hubungan brand personality, satisfaction dan performance .....	22
2.2.4 Hubungan antara brand elements, satisfaction dan performance...	23
2.2.5 Hubungan antara satisfaction dan performance .....	24
2.3 Kerangka Penelitian .....	25

## **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Desain Penelitian .....	26
3.2 Objek Penelitian .....	27
3.3 Unit Analisis .....	28
3.4 Tipe Penelitian.....	28
3.5 Pengukuran Variabel Penelitian .....	28
3.5.1 Skala Pengukuran Variabel .....	29
3.5.2 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel .....	30
3.6 Target Populasi dan Sampel .....	33
3.7 Sample Unit .....	33
3.8 Penentuan Jumlah Sampel .....	33
3.9 Teknik Penarikan Sample .....	35

3.10 Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.11 Metode Analisis Data .....	36
3.11.1 Analisis Model pada PLS-SEM .....	38
3.11.2 Outer Model Analisis model luar PLS-SEM .....	39
3.11.3 Inner Model .....	40

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Profil Demografi Responden .....	43
4.2 Statistik Deskriptif .....	45
4.2.1 Statistik Deskriptif Brand Identity .....	45
4.2.2 Statistik Deskriptif Brand Name .....	47
4.2.3 Statistik Deskriptif Brand Personality .....	49
4.2.4 Statistik Deskriptif Brand Elements .....	51
4.2.5 Statistik Deskriptif Satisfaction.....	53
4.2.6 Statistik Deskriptif Performance .....	54
4.3 Tabel Outer Loading .....	56
4.4 Hasil Construct reliability and validity .....	60
4.5 Hasil Discriminant validity – HTMT .....	63
4.6 Hasil Heterotrait-monotrait ratio (HTMT) - Confident Interval.....	65
4.7 Hasil Collinearity statistics (VIF) .....	67
4.8 Hasil R-square .....	68
4.9 Analisa model struktural .....	69
4.10 Hasil F-square .....	71
4.11 Hasil Model fit .....	73
4.12 Hasil Uji Hipotesis .....	74
4.13 Hasil Pengaruh tidak langsung .....	76
4.14 Pembahasan dan Diskusi .....	78

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN5.1**

5.1 Kesimpulan .....	85
----------------------	----

5.2 Implikasi Teoritis .....	87
5.3 Implikasi Manajerial .....	87
5.4 Saran untuk Penelitian Selanjutnya .....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>91</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Perbandingan Sebelum dan Setelah Rebranding .....	2
Tabel 1.2. Perbandingan Sebelum dan setelah rebranding .....	7
Tabel 3.1. Likert Scale .....	29
Tabel 3.2. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel .....	30
Tabel 4.1. Tabel Profil Responden .....	44
Tabel 4.2. Nilai Interval Statistic Descriptive dan Kategori .....	45
Tabel 4.3. Statistik Deskriptif Brand Identity .....	46
Tabel 4.4. Statistik Deskriptif Brand Name .....	47
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif Brand Personality .....	49
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Brand Elements .....	51
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Satisfaction .....	52
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Performance .....	54
Tabel 4.9. Outer Loading .....	57
Tabel 4.10. Construct reliability and validity .....	61
Tabel 4.11. Discriminant validity – HTMT .....	64
Tabel 4.12. Heterotrait-monotrait ratio (HTMT) - Confident Interval .....	65
Tabel 4.13. Collinearity statistics (VIF) .....	67
Tabel 4.14. R Square .....	68
Tabel 4.15. F-Square .....	72
Tabel 4.16. Model Fit .....	73
Tabel 4.17. Hasil Uji Hipotesis .....	75
Tabel 4.18. Pengaruh tidak langsung .....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Perubahan Logo Bank Bukopin Menjadi KB Bank .....	4
Gambar 2.1. Model Penelitian .....	25
Gambar 3.1. Hasil Perhitungan Jumlah Sampel Power G Analysis .....	34
Gambar 4.1. Outer loading .....	57
Gambar 4.2. Analisa Model Struktural .....	70



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER .....	95
LAMPIRAN 2 PLS ALGORITHM SETING LOC .....	100
LAMPIRAN 3 PLS BOOSTRAPING SETING LOC .....	101
LAMPIRAN 4 PLS FIMIX .....	105
LAMPIRAN 5 HASIL TURNITIN.....	107

