

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAKSI .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Signifikansi Penelitian.....	11
1.4.1. Akademis .....	11
1.4.2. Praktis .....	11
1.4.3. Sosial.....	11
1.5. <i>State Of The Art</i> (Penelitian Pendahulu) .....	12
1.6. Kerangka Teori.....	13
1.6.1. Paradigma Penelitian .....	13
1.6.2. Teori Penelitian.....	15
1.6.3. Hubungan Teori S-M-C-R dengan Penelitian .....	20
1.7. Kerangka Empiris .....	21
1.8. Hipotesis Penelitian .....	22

1.9.	Definisi Konseptual .....	22
1.9.1.	<i>Rebranding (X)</i> .....	22
1.9.2.	<i>Brand Image (Y1)</i> .....	22
1.9.3.	<i>Consumer Loyalty (Y2)</i> .....	23
1.10.	Definisi Operasional .....	23
1.10.1.	<i>Rebranding (X 1)</i> .....	23
1.10.2.	<i>Brand Image (Y1)</i> .....	23
1.10.3.	<i>Consumer Loyalty (Y2)</i> .....	24
1.11.	Metode Penelitian .....	24
1.11.1.	Tipe Penelitian .....	24
1.11.2.	Populasi & Sampel .....	24
1.12.	Tehnik Pengambilan Sampel .....	26
1.13.	Jenis Sumber Data .....	26
1.13.1.	Data Primer .....	26
1.13.2.	Data Sekunder .....	26
1.14.	Skala Pengukuran .....	27
1.15.	Tehnik Pengumpulan Data .....	27
1.16.	Tehnik Pengolahan Data .....	28
1.16.1.	Editing .....	28
1.16.2.	Koding .....	28
1.16.3.	Tabulasi .....	29
1.17.	Analisis Data Regresi Linear Sederhana .....	29
1.17.1.	Uji Asumsi Klasik .....	30
1.18.	Tehnik Analisis Data .....	33
1.18.1.	Analisis Data .....	33
1.18.2.	Skor rata – rata .....	33
1.18.3.	Uji Validitas .....	33
1.18.4.	Uji Reliabilitas .....	34
<b>BAB II GAMBARAN UMUM ARFA BARBERSHOP .....</b>		<b>35</b>
2.1.	PT. ARFA SUKSES MULIA .....	35
2.2.	Deskripsi Target Pasar PT Arfa Sukses Mulia .....	33

2.2.1.	<i>Target Audience</i> :	34
2.4.	Deskripsi Pekerjaan PT Arfa Sukses Mulia	36
2.5.	Media Informasi Arfa Barbershop	43
2.5.1.	Website Arfa Barbershop	43
2.5.2.	Twitter Official Arfa Barbershop	44
2.5.3.	Webseries Truly Manly	45
2.5.4.	Instagram Arfa Barbershop	46
2.6.	Deskripsi Pelayanan Arfa Barbershop	47
2.7.	Gerai Franchise Arfa Barbershop	48
2.8.	Gambaran Umum Kota Semarang	49
2.8.1.	Kondisi Geografis Kota Semarang	49
2.8.2.	Kondisi Psikografi Penduduk Kota Semarang	51
2.8.3.	Kondisi Demografi di Kota Semarang	52
2.8.4.	Pengeluaran Penduduk Kota Semarang	53
BAB III		54
TEMUAN PENELITIAN		54
3.1.	Deskripsi Responden	54
3.1.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
3.1.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
3.1.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	57
3.2.	Rebranding Arfa Barbershop	58
3.3.	Brand Image Arfa Barbershop	73
3.4.	Consumer Loyalty Arfa Barbershop	90
3.5.	Korelasi Variabel	100
3.5.1.	Pengaruh Variabel Rebranding (X)	100
3.5.2.	Pengaruh Variabel Brand Image (Y1)	101
3.5.3.	Pengaruh Variabel Consumer Loyalty (Y2)	102
3.6.	Tabel Silang Variabel	103
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		105
4.1.	Analisis Data	105
4.1.1.	Analisis Regresi Linear Sederhana	105

4.2.	Uji Validitas.....	110
4.3.	Uji Reliabilitas.....	111
4.4.	Uji Asumsi Klasik .....	112
	4.4.1. Uji Normalitas .....	112
	4.4.2. Uji Linearitas .....	114
	4.4.3. Uji Heterokodestisitas.....	116
4.5.	Uji Hipotesis .....	118
	4.5.1. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) .....	118
4.6.	Pembahasan .....	119
	4.6.1. Pembahasan .....	119
BAB V PENUTUP.....		124
5.1.	Kesimpulan.....	124
5.2.	Keterbatasan Penelitian .....	126
5.3.	Saran .....	127
DAFTAR PUSTAKA .....		129
LAMPIRAN.....		132