

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GRAFIK	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Akademis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.4.2 Manfaat Sosial	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Kajian Teoritis.....	16
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	16
2.2.1.1 Tujuan Komunikasi Pemasaran	19
2.2.1.2 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	20
2.2.2 Pemasaran Jasa	21
2.2.3 Bauran Pemasaran	23
2.2.3.1 Produk (<i>Product</i>).....	24
2.2.3.2 Harga (<i>Price</i>).....	24
2.2.3.3 Tempat Distribusi (<i>Place</i>)	24
2.2.3.4 Promosi (<i>Promotion</i>).....	24
2.2.4 <i>Rebranding</i>	25
2.2.4.1 <i>Branding</i>	25
2.2.4.2 Pengertian <i>Rebranding</i>	25
2.2.4.3 Tingkatan <i>Rebranding</i>	26
2.2.4.4 Faktor-faktor <i>Rebranding</i>	26
2.2.4.5 Dimensi <i>Rebranding</i>	27
2.2.4.6 Karakteristik <i>Rebranding</i>	28
2.2.4.7 Strategi <i>Rebranding</i>	29
2.2.5 Teori AIDA.....	30
2.2.5.1 <i>Attention</i>	30
2.2.5.2 <i>Interest</i>	31

2.2.5.3 <i>Desire</i>	31
2.2.5.4 <i>Action</i>	31
2.2.6 <i>Brand Awareness</i>	32
BAB III METEDOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Paradigma Penelitian.....	37
3.2 Metode Penelitian.....	39
3.3 Subyek Penelitian.....	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.4.1 Data Primer.....	43
3.4.2 Data Sekunder.....	43
3.5 Teknik Analisis Data.....	43
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	47
4.1.2 Sejarah Perusahaan.....	47
4.1.3 Logo Perusahaan.....	49
4.1.4 Visi dan Misi Perusahaan.....	50
4.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan.....	50
4.1.6 Produk La Familia Wellness Cente.....	51
4.2 Hasil Penelitian.....	53
4.2.1 Faktor dan Tujuan Rebranding La Familia Wellness Centre....	54

4.2.2 Strategi Rebranding La Familia Wellness Centre.....	56
4.2.3 Proses Rebranding La Familia Wellness Centre.....	66
4.2.4 Jumlah Pengunjung La Familia Wellness Centre.....	70
4.3 Pembahasan.....	72
4.3.1 Tabel Bentuk Strategi <i>Rebranding</i>	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	77
5.2.1 Saran Akademis.....	77
5.2.2 Saran Praktis.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79

