

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi	3
1.2 Latar Belakang	4
1.3 Perumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Batasan Masalah	9
1.6 Kegunaan Penelitian	9
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Rangkuman Teori <i>Rebranding</i>	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.2 Manajemen Pemasaran	12
2.1.3 Bauran Pemasaran	12
2.1.4 Manajemen Merek	13

2.1.5 <i>Rebranding</i>	21
2.2 Rangkuman Teori Efektivitas	25
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	26
3.2 Sumber Data	26
3.3 Teknik Pengumpulan Data	27
3.4 Teknik Pengolahan Data	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Pelaksanaan <i>Rebranding</i> PT.Asuransi Jiwasraya	30
4.1.1 Faktor Internal	31
4.1.2 Faktor Eksternal	47
4.2 Efektivitas <i>Rebranding</i> PT Asuransi Jiwasraya	54
BAB V KESIMPULAN	
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	61