

Penerapan supply chain management pada PT. Halliburton Indonesia dalam rangka proses efisiensi

Donny Muandito Yogantoro

Deskripsi Dokumen: <http://lib.ui.ac.id/opac/themes/libri2/detail.jsp?id=116529&lokasi=06>

Abstrak

Tesis ini menganalisis pengaruh trust in a brand for brand loyalty UD setelah rebranding. Rebranding dianalisa menggunakan kerangka corporate rebranding. Evaluasi eksternal setelah rebranding dilakukan dengan mengukur pengaruh trust in a brand terhadap brand loyalty UD Trucks. Pengukuran trust in a brand dilakukan kepada empat variabel independen yaitu brand reputation, brand predictability, brand competence dan trust in the company. Penelitian ini menggunakan metode survey yang dilakukan di beberapa kota Jakarta, Tangerang, Bandung dan Balikpapan. Teknik sampling yang digunakan metode non-probability sampling dengan cara purposive sampling. Teknik ini berarti memilih responden berdasarkan kriteria tertentu. Dengan metode regresi linear diperoleh temuan bahwa brand predictability, brand competence dan trust in the company berhubungan positif terhadap peningkatan trust in a brand dan peningkatan trust in a brand berpengaruh signifikan terhadap brand loyalty.