

Pengaruh corporate rebranding perubahan nama perusahaan Indosat menjadi Indosat Ooredoo terhadap sikap konsumen = Impact of corporate rebranding of Indosat into Indosat Ooredoo toward consumer attitude

Sibarani, Natasha, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20429727&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana dan mengapa konsumen menerima atau menolak perubahan merek perusahaan. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Indosat Ooredoo yang pada tahun 2015 lalu baru saja terpapar fenomena perubahan merek product dari Indosat menjadi Indosat Ooredoo. Hasil pada penelitian ini menunjukkan tiga buah proses sikap terhadap product rebranding. ditemukan juga perbedaan karakteristik individu yang dapat memberikan efek pada sikap konsumen.The purpose of this research is to understand how and why consumers resist or accept corporate rebranding. The sample in this study is Indosat Ooredoo consumers in 2015 which newly exposed to the phenomenon of changes in product brand Indosat into Indosat Ooredoo. The results in this study showed three attitudes toward the product rebranding process and differences in the characteristics of individuals who can give the effect on consumer attitudes.