

Pengaruh Rebranding Terhadap Brand Loyalty dan Terhadap Brand Equity pada Indosat Ooredoo = Effect of Rebranding on Brand Loyalty and In Brand Equity on Indosat Ooredoo

Ghina Maulanny Gani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920535458&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini menganalisis pengaruh Rebranding terhadap Brand Loyalty dan terhadap Brand Equity pada Indosat Ooredoo. Indosat Ooredoo dinyatakan berhasil dalam melakukan rebranding. Hal ini terbukti dengan adanya perilaku positif yang di tunjukkan oleh konsumen dan meningkatnya brand equity yang di pengaruhi oleh brand loyalty. Hasil penelitian ini menemukan bahwa rebranding yang dilakukan oleh Indosat Ooredoo berhasil meningkatkan brand equity dengan mempertahankan nama "Indosat" pada perubahan logo / nama produk. Dengan ini, loyalitas brand sebagai variabel mediasi berhasil meningkatkan brand equity Indosat Ooredoo. Pengujian dilakukan dengan menggunakan model analisis regresi dengan metode analisis data deskriptif. Dengan wilayah persebaran kuesioner di wilayah Jabodetabek.

.....

This research analyzes the effect of Rebranding on Brand Loyalty and to Brand Equity on Indosat Ooredoo. Indosat Ooredoo was declared successful in rebranding. This is evidenced by the positive behavior given by consumers and increased brand equity that is influenced by brand loyalty. The results of this study found that the rebranding conducted by Indosat Ooredoo managed to increase brand equity by maintaining the name "Indosat" on the change of logo / product name. It is hereby stated that brand loyalty as a mediating variable succeeded in increasing Indosat Ooredoo's brand equity. The test is done by using regression model with descriptive data analysis method. With the distribution area of questionnaires in Jabodetabek area.