

Pengaruh perubahan nilai-nilai dalam rebranding AJB Bumiputera 1912 terhadap komitmen konsumen untuk tetap menjadi anggota AJB Bumiputera 1912

Selvi Amalia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20304470&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya perusahaan yang melakukan perubahan logo (rebranding evolutionary), salah satunya Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera 1912. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perubahan nilai-nilai dalam rebranding terhadap komitmen konsumen untuk tetap menjadi anggota Bumiputera. Metodologi penelitian menggunakan paradigma positivisme pada pendekatan kuantitatif dengan metode survey menggunakan cluster sample.

Hasil penelitian menemukan bahwa yang paling berpengaruh terhadap komitmen konsumen untuk tetap menjadi anggota AJB Bumiputera 1912 adalah faktor-faktor dari kesuksesan rebranding itu sendiri. Setelah itu pengaruh kedua datang dari persepsi konsumen terhadap nilai-nilai rebranding.

Disimpulkan bahwa terdapat pengaruh perubahan nilai-nilai rebranding terhadap komitmen konsumen untuk tetap menjadi anggota AJB Bumiputera 1912, namun demikian untuk menghasilkan hasil yang lebih optimal maka faktor-faktor kesuksesan rebranding perlu lebih ditingkatkan.

.....The research was motivated by the many companies that do change the logo (rebranding evolutionary), one of which Bumiputera 1912 Mutual Life Insurance Company (MLIC). This study aims to determine the effect of changing values in the rebranding of the consumer's commitment to continues to be member of the Bumiputera. The research methodology uses a quantitative approach positivisme paradigm with the method using a cluster sample survey.

The study found that the most influence on consumer commitment to continues to be member of Bumiputera 1912 MLIC are the factors of success of rebranding itself. After that the second effect comes from the consumer's perception of the values of rebranding.

Concluded that there are effects of changes in the values of the rebranding of the consumer's commitment to continues to be member of Bumiputera 1912 MLIC, however, to produce optimum results over the rebranding success factors need to be further improved.