

Pengaruh rebranding terhadap citra merek : studi pada PT Kereta Api Indonesia persero = The impact of rebranding towards brand image : study on PT Kereta Api Indonesia persero

Dimas Pratomo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20368546&lokasi=lokal>

Abstrak

Perubahan tampilan visual dan perbaikan layanan, merupakan langkah-langkah yang sering dilakukan oleh perusahaan jasa untuk memperbaiki citra merek dan memperoleh kembali kepercayaan konsumennya serta menarik calon pelanggan baru. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh rebranding perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi kereta api, terhadap citra merek perusahaan tersebut. Penelitian menggunakan metode non probabilita sampling dengan teknik purposive, dan melibatkan 120 responden yang merupakan pengguna jasa transportasi PT Kereta Api Indonesia (Persero) yang pernah beberapa kali menggunakan jasa transportasi perusahaan tersebut dari atau sebelum tahun 2008 hingga tahun 2013.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rebranding (renaming, redesign, dan repositioning) berpengaruh terhadap citra merek, dimana renaming, dan repositioning berpengaruh positif terhadap citra merek, sedangkan redesign berpengaruh negatif terhadap citra merek. Pengaruh rebranding terhadap citra merek perusahaan diketahui sebesar 35,4%, dan dimensi repositioning adalah dimensi yang paling kuat pengaruhnya terhadap citra merek.

<hr>

Changes in corporate brand visual identity and services improvement, are the steps that often performed by service companies to improve brand image, regain the Trust, and attract more customers or prospects. The purpose of this study is to clarify the rebranding concept and investigate the influence of rebranding toward brand image of railway transport services (PT Kereta Api Indonesia (Persero)). This study gathered data from 120 respondents, who are passengers that had several time using the company's transportation services from 2008 or before 2008 to 2013.

The results found that rebranding (renaming, redesign, and repositioning) influences brand image. Renaming and repositioning is found positively influence brand image but redesign negatively influence brand image. The effect of rebranding to the brand image of company is at 35.4%. The results also found that repositioning have most powerful influence on brand image.