

# **PENGARUH *REBRANDING* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA FROZEN YOGURT SOUR SALLY DI KOTA BANDUNG**

**Kesya Nandira Prilia  
10090312231**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana *rebranding* yang dilakukan Frozen Yogurt Sour Sally memberikan pengaruh terhadap loyalitas konsumen dari Frozen Yogurt Sour Sally di Kota Bandung tahun 2016. Penelitian ini menggunakan metode penelitian survey. Jumlah sampel yang diambil adalah 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi sederhana.

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa responden memberikan respon yang baik terhadap *rebranding* Frozen Yogurt Sour Sally di Kota Bandung. Dari hasil pengujian hipotesis, dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh *rebranding* terhadap loyalitas konsumen pada Frozen Yogurt Sour Sally di Kota Bandung. *Rebranding* berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Konsumen dengan besarnya pengaruh sebesar 34,5%, sedangkan sisanya yaitu 65,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti seperti kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

Kata kunci: *Rebranding*, Loyalitas Konsumen

# **THE EFFECT OF REBRANDING ON CONSUMER LOYALTY AT FROZEN YOGURT SOUR SALLY IN BANDUNG CITY**

**Kesya Nandira Prilia**  
**10090312231**

## **ABSTRACT**

*This study aimed to determine the extent of effect of rebranding which undertaken by Frozen Yogurt Sour Sally to the loyalty of their customers in Bandung 2016. This research used the method of survey research. The number of samples taken were 100 respondents. The data analysis technique used is the technique of simple regression coefficient analysis.*

*The results of the research that has been done shows that respondents gave a good response to the rebranding of Frozen Yogurt Sour Sally in Bandung City. From the results of hypothesis testing, it was known that there was an effect of rebranding to the consumer loyalty of Frozen Yogurt Sour Sally in Bandung City. Rebranding effect partially on the enormous impact of consumer loyalty was 34.5 % , while the remaining 65.5% was influenced by the other factors that was not examined in this study such as Services Quality and Consumer Satisfaction.*

*Keywords: Rebranding, Consumers Loyalty*

