ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Rebranding* dan reputasi merek terhadap intensi pembelian kembali (*repurchase intention*) studi kasus PT QNB Kesawan Capem Bekasi. Variabel independen yang diteliti dalam penelitian ini adalah variabel *Rebranding* dan reputasi merek. Sedangkan intensi pembelian kembali menjadi variabel dependen. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui metode survey. Kuesioner di sebar kepada nasabah yang telah menjadi nasabah tetap PT. QNB Kesawan Capem Bekasi. Sampel yang digunakan menggunakan metode *purposive sample*. Dari hasil pengolahan data didapatkan variabel *Rebranding* tidak berpengaruh terhadap variabel *Repurchase intention*, ,sedangkan variabel reputasi merek berpengaruh terhadap *Repurchase intention* dan . *Rebranding* reputasi merek secara bersama-sama berpengaruh terhadap *Repurchase intention*. Kesimpulan dari penelitian ini, untuk dapat mempengaruhi keputusan pembelian kembali nasabah PT QNB Kesawan Capem Bekasi, perusahaan harus fokus terhadap *Rebranding* merek untuk mempertahankan keunggulan dari reputasi merek .

Kata kunci : *rebranding*, reputasi merek, *repurchase intention*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

http://lib.mercubuana.ac.id/id
Menteng

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the effect of rebranding and brand reputasio influence on the repurchase intention QNB Kesawan case Capem PT Bekasi. The Indenpendent variable were rebranding and brand reputation. While the decision to repurchase is an dependent variable. Primary data were collected by using questioner .Using purposive sampling, total 200 samples were obtained from the customers of PT. QNB Kesawan Capem Bekasi. From the results of the data processing, rebranding has not influenced the decision to repurchase intention ,While the brand reputation quality has influenced the decision to repurchase intention and both of rebranding and brand reputation has influenced the the decision to repurchase intention .The conclusion of this study, in order to the repurchase of the customers, the companies should focus on rebranding to maintain the superiority of the brand reputation.

***Keywords** : rebranding,* reputasi merek, *repurchase intention*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

http://lib.mercubuana.ac.id/id
Menteng

PENGESAHAN

Judul	:	**Pengaruh *Re Branding* dan Reputasi Merek terhadap Intensi Pembelian Kembali (*Repurchase Intention*) (Studi kasus PT QNB Kesawan Capem Bekasi)**
Bentuk Tesis	:	Riset
Nama	:	Siti Julaiha Lubis
NIM	:	55110120204
Program	:	Pascasarjana Program Magister Manajemen
Tanggal	:	September 2013

Mengesahkan

Ketua Program Studi Magister Manajemen	**Direktur Program Pascasarjana**
Dr. Augustina Kurniasih. ME	Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Pembimbing Utama

Dr. Rina Astini, SE, MM

http://lib.mercubuana.ac.id/id
Menteng

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul	:	**Pengaruh *Re Branding* dan Reputasi Merek terhadap Intensi Pembelian Kembali (*Repurchase Intention)* (Studi kasus PT QNB Kesawan Capem Bekasi)**
Bentuk Tesis	:	Riset
Nama	:	Siti Julaiha Lubis
NIM	:	55110120204
Program	:	Pascasarjana Program Magister Manajemen
Tanggal	:	September 2013

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan dan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercubuana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, September 2013

Siti Julaiha Lubis

http://lib.mercubuana.ac.id/id
Menteng

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayat-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Penulisan tesis dengan judul "Pengaruh Re Branding dan Reputasi Merek terhadap Intensi Pembelian Kembali (Repurchase Intention)(Studi kasus PT QNB Kesawan Capem Bekasi)ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan untuk menyelesikan program pascasarjana program studi Magister Manajemen Universitas Mercubuana.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihakyang telah membantu dalam penyelesaian tesis ini, khususnya kepada :

1. Ibu Dr. Rina Astini, SE, MM, Ibu selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan arahan selama penulisan tesis ini.
2. Ibu Dr. Augustina Kurniasih. ME selaku Kaprodi Magister Manajemen dan sekaligus ketua sidang yang telah memberikan saran dan arahan dalam penulisan tesis ini.
3. Ibu Dr. Anik Trisuwarni selaku Dosen Pengajar Magister Manajemen dan sekaligus dosen penguji I pada saat sidang yang telah memberikan saran dan arahan dalam penulisan tesis ini.
4. Almh. Hj. Tuti Sariah Ibunda saya tercinta, Semua ini saya persembahkan untuk beliau yang kini sudah menghadap Sang Khalik.
5. Badruzzaman Matondang, Sei Suami Saya Tercinta yang selalu setia menemani, mensupport, membantu serta memberikan semangat kepada penulis untuk segera menyelesaikan kuliah pascasarjana ini.

http://lib.mercubuana.ac.id/id
Menteng

6. Darma Wijaya sebagai Abang Penulis yang telah banyak membantu dan selalu menemani Penulis bimbingan sampai dengan menyelesaikan tesis ini.
7. M. Suhadi sebagai Bapak yang telah banyak memberikan dorongan serta membantu baik secara moril maupun materil mulai dari awal perkuliahan hinggan terselesaikannya kuliah Pascasarjana ini.
8. Buat Keluarga Besar saya Tercinta yang ada di Binjai yang selalu memberikan inspirasi dan mendoakan selama menulis tesis ini.
9. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis
10. Mba Eni, Mba Yuli, Mas Hendra, Pak Wili dan teman-teman lainnya yang membantu dan saling berbagi informasi untuk menyelesaikan tesis ini.
11. Para responden yang bersedia meluangkan waktu untuk menjawab kuesioner
12. Semua Teman - teman yang tidak bisa di sebutkan satu persatu namanya khusus untuk anak kelas malam MM UMB menteng.
13. Dan semua pihak yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penyelesaian tesis ini.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Penulis menyadari bahwa baik dalam pengungkapan, penyajian dan pemilihan kata-kata maupun pembahasan materi tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak untuk perbaikan tesis ini. Terakhir penulis berharap semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Jakarta, September 2013

Siti Julaiha Lubis

http://lib.mercubuana.ac.id/id
Menteng