



**PENGARUH *REBRANDING* TERHADAP CITRA BANK
NEO COMMERCE PADA MASA PANDEMI COVID 19**

(Survei Pada Nasabah KCU Jakarta Gozco)



TESIS

**OLEH
ANGGI FEBRIANTO
55220120003**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**



**PENGARUH *REBRANDING* TERHADAP CITRA
BANK NEO COMMERCE PADA MASA PANDEMI
COVID 19**

(Survei Pada Nasabah KCU Jakarta Gozco)



**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program
Pascasarjana Program Studi Magister Ilmu Komunikasi**

MERCU BUANA

OLEH

ANGGI FEBRIANTO

55220120003


**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Anggi Febrianto
NIM : 552201200003
Jenjang Pendidikan : S2
Kosentrasi : *Corporate Communication*
Judul Karya Akhir/Tesis : Pengaruh Rebranding Terhadap Citra Bank Neo
Commerce Pada Masa Pandemi COVID 19 (Survei
Pada Nasabah KCU Jakarta Gozco)

Jakarta, 10 Februari 2023

UNIV Dosen Pembimbing
MERCU BUANA



(Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si)

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : Pengaruh Rebranding Terhadap Citra Bank Neo Commers Pada Masa Pandemi COVID 19 (Survei Pada Nasabah KCU Jakarta Gozco)

Nama : Anggi Febrianto

NIM : 55220120003

Jenjang Pendidikan : S2

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Corporate Communication*

Tanggal : 10 Februari 2023

Jakarta, 10 Februari 2023
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si)

(.....)

2. Penguji Ahli :
(Dr. Suraya, M.Si)

(.....)

3. Pembimbing :
(Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si)

(.....)

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Pengaruh Rebranding Terhadap Citra Bank Neo Commers Pada Masa Pandemi COVID 19 (Survei Pada Nasabah KCU Jakarta Gozco)

Nama : Anggi Febrianto

NIM : 55220120003

Jenjang Pendidikan : S2

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Corporate Communication*

Tanggal : 10 Februari 2023

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 10 Februari 2023
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si)
2. Penguji Ahli :
(Dr. Suraya, M.Si)
3. Pembimbing :
(Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si)



(.....)

(.....)

(.....)

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Anggi Febrianto
NIM : 552201200003
Jenjang Pendidikan : S2
Kosentrasi : *Corporate Communication*
Judul Karya Akhir/Tesis : Pengaruh Rebranding Terhadap Citra Bank Neo
Commers Pada Masa Pandemi COVID 19 (Survei
Pada Nasabah KCU Jakarta Gozco)

Jakarta, 10 Februari 2023

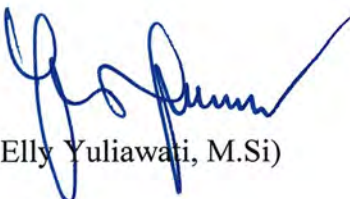
Dosen Pembimbing



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

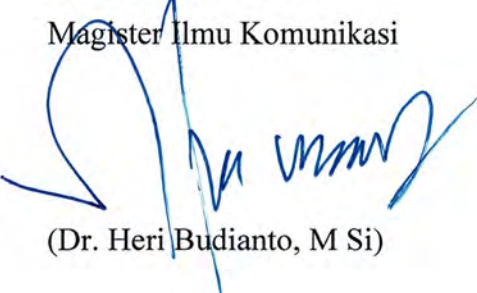
(Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si)

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Elly Yuliani, M.Si)

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



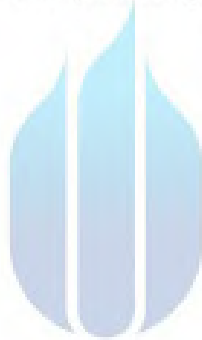
(Dr. Heri Budianto, M Si)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Anggi Febrianto
NIM : 552201200003
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Pengaruh Rebranding Terhadap Citra Bank Neo Commerce Pada Masa Pandemi COVID 19 (Survey Pada Nasabah KCU Jakarta Gozco) telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 6 Februari 2023 didapatkan nilai persentase sebesar 27%.



Jakarta, 6 Februari 2023

Administrator Turnitin

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Sukadi, SE., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Pengaruh Rebranding Terhadap Citra Bank Neo Commers Pada Masa Pandemi COVID 19 (Survei Pada Nasabah KCU Jakarta Gozco)

Nama : Anggi febrianto

N I M : 55220120003

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 10 Februari 2023

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

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.

Jakarta, 10 Februari 2023



(Anggi Febrianto)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbilalamin, segala puji syukur Penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala kemudahan sehingga Penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk menyelesaikan Program Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana Jakarta. Penelitian ini berjudul Pengaruh *Rebranding* Terhadap Citra Bank Neo Commerce Pada Masa Pandemi Covid 19 Survei Pada Nasabah KCU Jakarta Gozco.

Penulis menyadari Tesis ini tidak akan berjalan lancar tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr Juwono Tri Atmodjo, M.Si Pembimbing dan Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah membimbing Penulis. Terima kasih atas waktu, kesabaran, dan arahan bapak sehingga Tesis ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Ibu Dr. Elly Yulawati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi atas bimbingan dan kesempatannya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini.
3. Dr. Heri Budianto, M Si ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi yang selalu memberikan motivasi agar dapat lulus tepat waktu.
4. Dosen Penelaah Ibu Dr. Suraya M.Si atas kritik, dan masukan yang sangat mendetail dan membangun.
5. Orangtua Penulis, Ibu Ninik Agustin yang selalu mendukung Penulis

dalam keadaan apapun, terima kasih Ma, atas doa disetiap sujud mu, Sehat
sehat ya Ma, *You may not be a perfect mother but you make me perfect.*

6. Teman teman Magister Ilmu Komunikasi angkatan 38, khususnya Genk Ghibah terima kasih untuk canda tawa dan saling supportnya. Senang dan beruntung bisa mengenal kalian!
7. Tim Sky Branch – “*The Khayangan*” BNC yang sudah membantu penulis dalam pengambilan data lapangan
8. Kareen, Ade, Oneng, Fian, Icad, Uus, Wulan, *Roller Skate* dan *Inline Skate* Jakarta-Bandung terima kasih untuk motivasi dan dorongan semangatnya agar terus bangkit setelah jatuh.
9. Veny Florencia, terima kasih untuk diskusi, sesi curhat dan becandaanya ya Ven! Aku sangat beruntung punya sahabat sepertimu.

Penulis menyadari bahwa tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu Penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini.

Jakarta, 10 Februari 2023

Anggi Febrianto

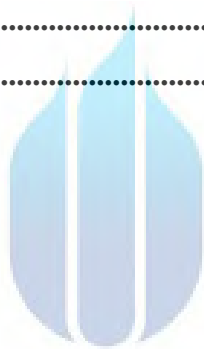
DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iv
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	v
PERNYATAAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Identifikasi Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Kegunaan penelitian	11
1.5.1 Kegunaan Akademis.....	11
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori	32
2.2.1 Tradisi Sibernetika.....	32
2.2.2 Teori Sistem Tertutup.....	33
2.2.3 Komunikasi Organisasi	34
2.2.4 Corporate Communication	37
2.2.5 Rebranding	38

2.2.6 Pelayanan.....	45
2.2.7 Corporate Image	46
2.2.8 Perbankan	48
2.2.9 Pelanggan	49
2.3 Kerangka Pemikiran	50
2.4 Hipotesis Penelitian	52
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	53
3.1 Paradigma Penelitian	53
3.2 Pendekatan Penelitian.....	53
3.3 Sifat Penelitian.....	54
3.4 Metode Penelitian	54
3.5 Populasi dan Sampel.....	55
3.5.1 Populasi	55
3.5.2 Sampel	55
3.5.3 Teknik Penarikan Sampel.....	56
3.6 Variabel Penelitian	57
3.6.1 Definisi konsep.....	57
3.6.2 Definisi Operasional.....	60
3.7 Jenis dan Sumber Data	61
3.7.1 Data Primer.....	61
3.7.2 Data Sekunder	62
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	62
3.8.1 Validitas.....	62
3.8.2 Reliabilitas.....	66
3.9 Teknik Analisis Data	67
3.9.1 Uji Asumsi Klasik	68
3.9.1.1 Uji Normalitas.....	68
3.9.1.2 Uji Multikolinearitas	69
3.9.1.3 Uji Heteroskedastisitas.....	69
3.9.2 Struktur Hubungan Antar Variabel	69
3.9.2 Uji Regresi Linear Berganda	70

3.9.3 Uji Hipotesis.....	71
3.9.3.1 Uji Regresi Secara Simultan (Uji f)	71
3.9.3.2 Regresi Secara Parsial (Uji T).....	72
3.9.4 Koefisien Determinasi	73
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	74
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	74
4.1.1 Sejarah Singkat Bank Neo Commerce	74
4.2 Analisis Deskriptif Responden	78
4.2.1 Karakteristik Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
4.2.2 Karakteristik Deskriptif Responden Berdasarkan Usia	78
4.2.3 Karakteristik Deskriptif Responden Berdasarkan Pendidikan.....	79
4.2.4 Karakteristik Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan	80
4.2.5 Karakteristik Deskriptif Responden Berdasarkan Pendapatan	81
4.2.6 Karakteristik Deskriptif Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah.....	81
4.3 Analisis Deskriptif Variabel	83
4.3.1 Deskripsi Variabel X1 (Nama).....	83
4.3.2 Deskripsi Variabel X2 (Logo).....	88
4.3.3 Deskripsi Variabel X3 (Slogan)	92
4.3.4 Deskripsi Variabel X4 (Pelayanan).....	97
4.3.5 Deskripsi Variabel Y (Citra)	102
4.4 Uji Asumsi Klasik	104
4.4.1 Hasil Uji Normalitas.....	104
4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas	106
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	107
4.5 Uji Koefisien Korelasi	108
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	109

4.7 Koefisien Determinasi	111
4.8 Hasil Uji Hipotesis	112
4.8.1 Hasil Uji T	112
4.8.2 Hasil Uji F	115
4.9 Pembahasan	117
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	128
5.1 Kesimpulan	128
5.2 Saran	130
5.2.1 Saran Akademis	130
5.2.2 Saran Praktis	130
DAFTAR PUSTAKA	132
LAMPIRAN	136



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep	60
Tabel 3.2 Skor Skala Likert	62
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas pada Variabel X1 (Nama)	64
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas pada Variabel X2 (LOGO).....	64
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas pada Variabel X3 (SLOGAN).....	65
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas pada Variabel X4 (PELAYANAN)	65
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas pada Variabel Y1 (CITRA).....	65
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1 (Nama)	66
Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X2 (Logo)	66
Tabel 3.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X3 (Slogan)	67
Tabel 3.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X4 (Pelayanan)	67
Tabel 3.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y1 (Citra).....	67
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	78
Tabel 4.2 Usia	79
Tabel 4.3 Pendidikan.....	79
Tabel 4.4 Pekerjaan.....	80
Tabel 4.5 Pendapatan	81
Tabel 4.6 Lama Menjadi Nasabah	81
Tabel 4.7 Kemudahan Nama Bank Diingat	83
Tabel 4.8 Nama Bank Menarik	83
Tabel 4.9 Nama Bank Disukai	84
Tabel 4.10 Estetika Nama Bank.....	84
Tabel 4.11 Kemudahan Nama Bank Dipahami.....	85
Tabel 4.12 Kemudahan Nama Bank Diucapkan Oleh Semua Orang	85
Tabel 4.13 Nama Bank Kebarat Baratan.....	86
Tabel 4.14 Nama Bank Kekinian	86
Tabel 4.15 Nama Bank Terbayang Sebagai Bank Digital	87
Tabel 4.16 Kesesuaian Nama Bank dengan Selera Anak Muda	87
Tabel 4.17 Keunikan Logo Bank	88

Tabel 4.18 Kecocokan Paduan Warna Pada Logo Dengan Identitas Bank	88
Tabel 4.19 Kemudahan Logo Untuk Dikenali	89
Tabel 4.20 Logo Bank Dipandang “ <i>eye catching</i> ” Atau Mencolok.....	89
Tabel 4.21 Kemudahan Logo Diingat.....	90
Tabel 4.22 Daya Tarik Logo Bank.....	90
Tabel 4.23 Cerminan Jasa Yang Ditawarkan Dari Logo Bank	91
Tabel 4.24 Perbandingan Mudah dikenalnya Logo Bank Dengan Bank Lain.....	91
Tabel 4.25 Ketidakcocokan Logo Bank Dengan Identitas Bank Digital	92
Tabel 4.26 Kemudahan Slogan Diingat	92
Tabel 4.27 Slogan Mengesankan	93
Tabel 4.28 Slogan Disukai	93
Tabel 4.29 Estetika Slogan.....	94
Tabel 4.30 Kepemahaman Slogan Oleh Semua Kalangan.....	94
Tabel 4.31 Slogan Bank Mengikuti Perkembangan Zaman	95
Tabel 4.32 Keterpercayaan Menabung Karena Slogan Bank	95
Tabel 4.33 Slogan Bank Harus Diartikan Menggunakan Kamus	96
Tabel 4.34 Keteringatan Kepada Bank Digital Karena Slogan Bank	96
Tabel 4.35 Professionalitas Penampilan Marketing Bank.....	97
Tabel 4.36 Penampilan Kantor Cabang Kekinian.....	97
Tabel 4.37 Keandalan Pelayanan Bank.....	98
Tabel 4.38 Kesesuaian Pelayanan Bank Dengan Yang Ditawarkan.....	98
Tabel 4.39 Kecepatan Respon Petugas Bank.....	99
Tabel 4.40 Petugas Bank Solutif.....	99
Tabel 4.41 Ketersediaan Informasi Di Instagram Bank.....	100
Tabel 4.42 Perasaan Aman Membuka Deposito Di Bank Neo Commerce	100
Tabel 4.43 Rasa Empati Petugas Bank Saat Melayani	101
Tabel 4.44 Keramahan Petugas Bank	101
Tabel 4.45 Kemudahan Penggunaan Aplikasi Bank Neo oleh Anak Muda	102
Tabel 4.46 Bank Neo Commerce Menjadi Top of Mind	102
Tabel 4.47 Kesukaan Menabung Di Bank Neo Commerce	103

Tabel 4.48 Pengetahuan Tentang Bank Neo Commerce adalah Hasil Rebranding	103
Tabel 4.49 Kemiripan Aplikasi Neo Bank Dengan Aplikasi Belanja atau Ecommerce.....	104
Tabel 4.50 Uji Normalitas dengan Kolmogorov Smirnov	105
Tabel 4.51 Hasil Uji Multikolinearitas.....	106
Tabel 4.52 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser	108
Tabel 4.53 Tabel Koefisien Korelasi	109
Tabel 4.54 Persamaan Regresi Linear Berganda	110
Tabel 4.55 Hasil Uji Koefisien Determinasi	111
Tabel 4.56 Hasil Uji T.....	112
Tabel 4.57 Hasil Uji F.....	115



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>strategic model of corporate re-branding</i>	40
Gambar 2.2 Tahapan Rebranding	42
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	51
Gambar 3.1 Struktur Hubungan Antar Variabel	70
Gambar 4.1 Logo dan slogan Bank Yudha Bhakti	75
Gambar 4.2 Logo Bank Neo Commerce.....	76
Gambar 4.3 Uji Normalitas dengan Histogram.....	105
Gambar 4.4 Uji Normalitas dengan P-Plot	106
Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan <i>Scatter Plot</i>	107
Gambar 4.6 Nilai Hubungan Antar Variabel	116



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	136
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	137
Lampiran 3 Surat Selesai Penelitian	143
Lampiran 4 Data Penelitian.....	144
Lampiran 5 Analisis Data.....	147
Lampiran 6 Uji Validitas X2.....	147
Lampiran 7 Uji Validitas X3.....	148
Lampiran 8 Uji Validitas X4.....	149
Lampiran 9 Uji Validitas Y.....	150
Lampiran 10 CV Penulis.....	152

