

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

School of Business Management
Jurusan International Marketing
Skripsi Sarjana S1
Semester Genap tahun 2014/2015

ANALYSIS THE EFFECT OF REBRANDING AND WORD OF MOUTH TO PURCHASE DECISION (CASE STUDY : DAVID ENTERTAINMENT TAMAN PALEM)

Silvia 1501156332

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of rebranding and word of mouth to purchase decision. The method of analysis in this study is using multiple regression combine with SPSS 21.0 and the sampling is conducted with probability sampling technique of customers who came to David Entertainment's booth from March 2015 to May 2015. The results of this study indicated that the rebranding, word of mouth had a significant influence on purchase decision. The writer recommends the company to make a lot of communication to the customer about their new brand in order to increase the customer's decision to purchase and customer's behavior to use this service again in the future then recommend it to others. S

Keywords : Rebranding, Word of Mouth, Purchase Decision

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

School of Business Management
Jurusan International Marketing
Skripsi Sarjana S1
Semester Genap tahun 2014/2015

**ANALISIS PENGARUH *REBRANDING* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP
PURCHASE DECISION (STUDI KASUS : DAVID ENTERTAINMENT TAMAN
PALEM)**

SILVIA 1501156332

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *rebranding* dan *word of mouth* terhadap *purchase decision*. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan *multiple regression* dengan bantuan program SPSS 21.0 dan pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *probability sampling* yaitu pengunjung yang mengunjungi *booth* David Entertainment pada bulan Maret 2015 sampai Mei 2015. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa baik *rebranding*, *word of mouth* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *purchase decision*. Rekomendasi peneliti adalah perusahaan harus lebih mengkomunikasikan merek ini kepada konsumen untuk meningkatkan jumlah keputusan pembelian dan mempengaruhi konsumen agar memakai jasa ini kembali di lain kesempatan dan merekomendasikannya kepada orang lain . S

Kata Kunci : *Rebranding, Word of Mouth, Purchase Decision*