

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Citra Merek dalam Memediasi *Rebranding* Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Arfa Barbershop di Yogyakarta. Subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah menggunakan jasa Arfa Barbershop minimal 2 kali pada tahun 2017 dan 2018 serta minimal berusia 17 tahun. Dalam penelitian ini sampel berjumlah 100 responden yang dipilih dengan metode *purposive sampling* dan pengambilan data menggunakan alat instrument kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah *path analysis*.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa *Rebranding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Merek dan Loyalitas Pelanggan. Citra Merek memediasi pengaruh *Rebranding* terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata kunci: *Rebranding*, Citra Merek, dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Brand Image in Mediating Rebranding of Customer Loyalty on Arfa Barbershop in Yogyakarta. The subjects in this study were customers who had used Arfa Barbershop services at least twice in 2017 and 2018 and were at least 17 years old. In this study a sample of 100 respondents was selected by purposive sampling method and data collection using a questionnaire instrument. The analysis tool used is path analysis.

Based on the analysis that has been done, the results show that Rebranding has a positive and significant effect on Brand Image and Customer Loyalty and Brand Image mediates the effect of rebranding on customer loyalty.

Keywords: Rebranding, Brand Image, and Customer Loyalty