

ABSTRAK

Abstract : *This study aims to determine the effect of rebranding and marketing mix on satisfaction which has an impact on Mako Cake and Bakery consumer loyalty. This research uses non-probability with purposive sampling technique and survey method with quantitative approach. The sample in this study were consumers who knew Mako Cake and Bakery or who had bought Mako Cake and Bakery products in Jabodetabek with a minimum age of 17 years and had a total of 170 samples. The results of this study indicate that rebranding affects satisfaction, marketing mix affects satisfaction, satisfaction affects consumer loyalty, rebranding and marketing mix together affect satisfaction.*

Keywords: *rebranding, marketing mix, satisfaction, consumer loyalty*

Abstrak : *Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh rebranding dan bauran pemasaran terhadap kepuasan yang berdampak pada loyalitas konsumen Mako Cake and Bakery. Penelitian ini menggunakan non-probability dengan teknik purposive sampling dan metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Sampel pada penelitian ini adalah konsumen yang mengetahui Mako Cake and Bakery atau yang pernah membeli produk Mako Cake and Bakery di Jabodetabek dengan usia minimal 17 Tahun dan memiliki jumlah sebesar 170 sampel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rebranding berpengaruh terhadap kepuasan, bauran pemasaran berpengaruh terhadap kepuasan, kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, rebranding dan bauran pemasaran secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan.*

Kata Kunci: *rebranding, bauran pemasaran, kepuasan, loyalitas konsumen*



KALBIS

Transforming • Hearts and Minds