

*Abstrak:*

*Perkembangan teknologi dan informasi yang semakin canggih seperti sekarang ini, menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis baru bagi perusahaan yang beroperasi di Indonesia, keadaan tersebut memunculkan persaingan yang semakin ketat baik antar perusahaan domestik maupun dengan perusahaan asing. Strategi persaingan perusahaan agar tetap eksis dan berkembang yaitu dengan merubah identitas perusahaan dengan cara mengganti logo. Salah satu perusahaan yang mengganti logonya adalah PT Telkom Tbk.*

*Masalah yang dihadapi perusahaan adalah perubahan logo bukan hanya menyangkut identitas perusahaan, tetapi juga berkaitan dengan citra merek. Tidak sedikit perusahaan yang mengubah logo, namun mendapatkan respon yang kurang baik dari konsumen. Perusahaan memerlukan umpan balik dari konsumen untuk melihat seberapa baik perubahan logo yang dilakukan, serta apa yang dipikirkan konsumen ketika mereka melihat logo tersebut. Adapun permasalahan yang akan dibahas adalah Apakah perubahan logo (rebranding) berpengaruh terhadap citra merek pada PT Telkom Tbk di Bandar Lampung.*

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perubahan logo (rebranding) terhadap citra merek yang dilakukan oleh PT Telkom Tbk di Bandar Lampung. Hipotesis dalam penelitian ini adalah Perubahan logo PT Telkom Tbk berpengaruh terhadap citra merek. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner dengan metode non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Sampel yang diambil 100 responden pelanggan PT Telkom. Alat analisis yang digunakan yaitu regresi sederhana.*

*Kata kunci: perubahan merek, logo, slogan, citra merek*