ABSTRAK

Dalam mempertahankan reputasi dan eksistensi perusahaan, *corporate rebranding* merupakan salah satu upaya untuk memperbaharui *brand*, baik secara fisik maupun pelayanannya. Hal ini yang dilakukan oleh PT Pegadaian diiringi dengan inovasi produk sehingga *brand* menjadi lebih baik dan membentuk citra positif yang baru di benak pemangku kepentingannya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *corporate rebranding* dan inovasi produk terhadap *brand image* pada PT Pegadaian (Studi Pada Kantor PT Pegadaian Di Kota dan Kabupaten Bandung), penelitian yang digunakan yaitu penelitian analisis deskriptif verifikatif kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah nasabah PT Pegadaian yang pernah melakukan transaksi di PT Pegadaian dan berdomisili di Kota dan Kabupaten Bandung. Penelitian ini menggunakan tingkat kesalahan 5%, dan jumlah sampelnya yaitu sebesar 400 Responden.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, *Corporate Rebranding* termasuk kedalam kategori baik, dan Inovasi Produk termasuk kedalam kategori sangat baik. Selanjutnya hasil penelitian ini menunjukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara *corporate rebranding* dan inovasi produk terhadap *brand image* PT Pegadaian dan terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara *corporate rebranding* dan inovasi produk terhadap *brand image* PT Pegadaian sebesar 33,06% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil penelitian tersebut tentunya terdapat kesamaan dengan hasil penelitian terdahulu.

Kata Kunci: *Corporate Rebranding*, Inovasi Produk, *Brand Image*