

**ANALISIS PENGARUH *BRAND IDENTITY* DAN *BRAND POSITION* TERHADAP PEMBENTUKAN *BRAND IMAGE*
(Studi Kasus Pada PT Asuransi Dayin Mitra, Tbk)**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Manajemen



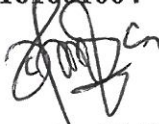
LISA WIJAYA

2161001004

**PROGRAM STUDI
MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN 2019**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Lisa Wijaya
NIM : 2161901004
Tanda Tangan : 
Tanggal : Agustus 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Telah diajukan oleh :
Nama : Lisa Wijaya
NIM : 2161001004
Program Studi : Magister Manajemen
Judul Tesis : Analisis Pengaruh *Brand Identity* dan *Brand Position*
Terhadap Pembentukan *Brand Image*
(Studi Kasus Pada PT Asuransi Dayin Mitra, Tbk)

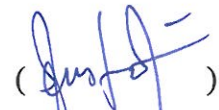
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen – Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Muchsin S. Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D



Penguji 1 : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si



Penguji 2 : Arief B. Suharko, BSEE, MSEE, Ph.D



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : Agustus 2019

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Penulisan Tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen Program Studi Magister Manajemen pada Fakultas Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tesis ini sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Bapak Muchsin S. Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan tesis ini;
- 2) Dr. Prima Mulyasari Agustin., S.Sos., M.Si dan Arief B. Suharko, BSEE, MSEE, Ph.D selaku penguji yang telah berkenan menguji penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini;
- 3) Bapak dan Ibu dosen serta staff Magister Manajemen Universitas Bakrie, penulis ucapkan terimakasih untuk semua ilmu dan kebaikan yang sudah diberikan;
- 4) Pihak PT Asuransi Dayin Mitra, Tbk yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan;
- 5) Orang Tua (Papa dan Mama yang sudah bersama Bapa di surga), seluruh keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral; dan
- 6) Sahabat-sahabat yang terkasih yang telah banyak membantu dan mensupport saya dalam menyelesaikan tesis ini;
- 7) Teman-teman seperjuangan di kampus Magister Manajemen Universitas Bakrie;
- 8) Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, Agustus 2019

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lisa Wijaya
NIM : 2161001004
Program Studi : Magister Manajemen
Jenis Tesis : Riset Bisnis (*Business Research*)


Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

ANALISIS PENGARUH *BRAND IDENTITY* DAN *BRAND POSITION* TERHADAP PEMBENTUKAN *BRAND IMAGE* (Studi Kasus Pada PT Asuransi Dayin Mitra, Tbk)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : Agustus 2019

Yang Menyatakan


(Lisa Wijaya)

**ANALISIS PENGARUH *BRAND IDENTITY* DAN *BRAND POSITION*
TERHADAP PEMBENTUKAN *BRAND IMAGE*
(Studi Kasus Pada PT Asuransi Dayin Mitra, Tbk)**

Lisa Wijaya

ABSTRAK

Kebutuhan akan jasa perasuransian makin dirasakan, baik oleh perorangan maupun dunia usaha di Indonesia. PT Asuransi Dayin Mitra, Tbk merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa asuransi kerugian yang sedang berkembang. Dengan melihat fenomena peluang meningkatnya kebutuhan masyarakat akan asuransi, membuat PT Asuransi Dayin Mitra mulai berlomba menawarkan berbagai macam produk asuransi kerugian kepada para masyarakat.

Berdasarkan fenomena di atas maka dilakukanlah penelitian untuk mengetahui bagaimana pengaruh *brand identity* terhadap pembentukan *brand image* PT. Asuransi Dayin Mitra, Tbk, pengaruh *brand position* terhadap pembentukan *brand image* PT. Asuransi Dayin Mitra, Tbk, dan pengaruh *brand identity* dan *brand position* secara bersama-sama terhadap pembentukan *brand image* PT. Asuransi Dayin Mitra, Tbk.

Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian survei, dimana instrumen penelitian ini berupa kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT Asuransi Dayin Mitra, Tbk untuk cabang Jakarta. Sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan dengan teknik *probability sampling*. Metode yang dipilih dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan alat bantu *software IBM SPSS Statistics 25.0*.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan secara signifikan dan positif *brand identity* terhadap pembentukan *brand image*, *brand position* terhadap pembentukan *brand image*, serta *brand identity* dan *brand position* terhadap *brand image*. Dengan *brand identity* dan *brand position* yang kuat akan berpengaruh kepada *brand image* suatu perusahaan yang mana akan menentukan pilihan konsumen dalam memilih suatu produk.

Kata kunci: *brand identity*, *brand position*, *brand image*

**ANALYSIS THE EFFECT OF BRAND IDENTITY AND BRAND POSITION
ON THE FORMATION OF BRAND IMAGE
(Case Study of PT Asuransi Dayin Mitra, Tbk)**

Lisa Wijaya

ABSTRACT

The need for insurance services is increasingly being felt, both by individuals and businesses in Indonesia. PT Asuransi Dayin Mitra, Tbk is one company that is engaged in developing insurance services. By seeing the phenomena of opportunities for the increasing needs of the community for insurance, PT Asuransi Dayin Mitra, Tbk began competing to offer various types of insurance products to the public.

Based on the above phenomena, a study was conducted to find out how the effect of brand identity on the formation of PT Asuransi Dayin Mitra, Tbk brand image, the effect of brand position on the formation of PT Asuransi Dayin Mitra, Tbk brand image, and the effect of brand identity and brand position together on the formation of PT Asuransi Dayin Mitra, Tbk brand image.

This research is categorized as a survey research, where the research instrument is in the form of a questionnaire. The population in this study are customers of PT Asuransi Dayin Mitra, Tbk for Jakarta branch. A sample of 100 respondents were determined by probability sampling technique. The method chosen in this study use multiple linear regression analysis with IBM SPSS statistics 25.0 software tools.

The result of this study indicate that there is a significant and positive between brand identity and the formation of brand image, brand position towards brand image formation, and brand identity and brand position to brand image. With a strong brand identity and brand position will affect the brand image of a company which will determine the choice of consumers in choosing a product.

Keywords: brand identity, brand position, brand image

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penulisan	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah Penelitian	6
2. DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN	7
2.1 Sejarah Perusahaan	7
2.2 Visi, Misi, dan Nilai-Nilai Perusahaan	10
2.3 Logo Perusahaan	11
2.4 Struktur Organisasi	12
2.5 Produk Asuransi	13
2.6 Kompetitor	19
3. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	21
3.1 Brand Identity	21
3.2 Brand Position	22
3.3 Brand Image	23
3.4 Kerangka Pemikiran	25
3.5 Hipotesis	25
4. METODE PENELITIAN	28
4.1 Desain Penelitian	28
4.2 Populasi dan Sampling	28
4.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	30
4.4 Operasional Variabel	30
4.5 Metode Analisis Data	32
4.6 Model Penelitian	33
4.7 Analisis Data	33

4.8 Uji Asumsi Klasik	36
4.9 Uji Korelasi Antar Dimensi	37
5. HASIL DAN ANALISIS	38
5.1 Gambaran Umum Responden	38
5.2 Uji Instrumen	40
5.3 Analisis Deskriptif	43
5.4 Analisis Uji Asumsi Klasik	44
5.5 Uji Korelasi Antar Dimensi	47
5.6 Analisis Regresi Linier Berganda	48
5.7 Hasil Pengujian Simultan (Uji F)	49
5.8 Koefisien Determinasi (R^2)	50
5.9 Pembahasan	51
6. KESIMPULAN DAN SARAN	54
6.1 Kesimpulan	54
6.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Logo Perusahaan	4
Gambar 3.2	Kerangka Pemikiran,.....	25
Gambar 5.1	Histogram Hasil Uji Normalitas	44
Gambar 5.2	Grafik Normal P-P Plot	45
Gambar 5.3	Grafik Scatterplot Uji Heterokedastisitas	46

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tabel Total Aset PT Asuransi Dayin Mitra, Tbk	3
Tabel 3.1	Tabel Konsep Brand Image	24
Tabel 4.1	Tabel Operasional Variabel,.....	31
Tabel 5.1	Tabel Jenis Kelamin	38
Tabel 5.2	Tabel Usia	39
Tabel 5.3	Tabel Pendidikan Terakhir	39
Tabel 5.4	Tabel Pekerjaan	40
Tabel 5.5	Tabel Hasil Uji Validitas X_1 , X_2 , dan Y	41
Tabel 5.6	Tabel Hasil Uji Reliabilitas	42
Tabel 5.7	Tabel Hasil Uji Multikolinieritas	46
Tabel 5.8	Tabel Matrik Korelasi Antar Dimensi	47
Tabel 5.9	Tabel Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	47
Tabel 5.10	Tabel Uji Regresi Linier Berganda	48
Tabel 5.11	Tabel Hasil Uji F Simultan	50
Tabel 5.12	Tabel Hasil Koefisien Determinan	51

DAFTAR LAMPIRAN

Hasil Output SPSS	56
-------------------------	----