



**ANALISIS EKUITAS MEREK PRODUK ASURANSI PENDIDIKAN
TERHADAP NASABAH ASURANSI PENDIDIKAN DI KABUPATEN
JEMBER**

***BRAND EQUITY ANALYSIS OF EDUCATION INSURANCE ON EDUCATION
INSURANCE CUSTOMER IN JEMBER CITY***

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember

Oleh

**Ise Niarma Simbolon
NIM 070910202118**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2011**



**ANALISIS EKUITAS MEREK PRODUK ASURANSI PENDIDIKAN
TERHADAP NASABAH ASURANSI PENDIDIKAN DI KABUPATEN
JEMBER**

***BRAND EQUITY ANALYSIS OF EDUCATION INSURANCE ON EDUCATION
INSURANCE CUSTOMER IN JEMBER CITY***

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember

Oleh

**Ise Niarma Simbolon
NIM 070910202118**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2011**

SKRIPSI

**ANALISIS EKUITAS MEREK PRODUK ASURANSI PENDIDIKAN
TERHADAP NASABAH ASURANSI PENDIDIKAN DI KABUPATEN
JEMBER**

***BRAND EQUITY ANALYSIS OF EDUCATION INSURANCE ON EDUCATION
INSURANCE CUSTOMER IN JEMBER CITY***

Oleh

**Ise Niarma Simbolon
NIM 070910202118**

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Drs. Poerwanto, MA

Dosen Pembimbing Pendamping : Hari Karyadi, SE.,M.SA.,Ak

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Tuhan Yesus, atas segala kasih dan penyertaan-Nya yang begitu luar biasa penulis rasakan.
2. Ibunda Yulia Dewi Indriani dan Ayahanda Lindon Simbolon terkasih, yang telah mendoakan dan mendukung penulis dengan kasih sayang tulus tak terukur dari awal kehidupan penulis hingga saat ini;
3. Adinda Filia Simbolon, Uli Ekayuni Simbolon, Ivon Ima Anggi Simbolon, dan Otniel Mangaranap Simbolon yang menjadi motivasi terbesar penulis;
4. Guru-guru sejak taman kanak-kanak sampai dengan perguruan tinggi;
5. Almamater Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

MOTTO

“Apapun juga yang kamu perbuat, perbuatlah dengan segenap hatimu seperti untuk Tuhan dan bukan untuk manusia.”¹

“Persaingan dalam memperebutkan pelanggan tidak dilakukan di pasar, akan tetapi di benak pelanggan tersebut”²

“Education is a fundamental to enchanting the quality of human life and assuring social and economic progress”³

¹⁾ Kolose 3:23. 2004. Lembaga Alkitab Indonesia. Jakarta.

²⁾ United Nation. 1997. Report of the World Social Situation.

³⁾ Al Ries an Jack Trout , dalam Hermawan Kertajaya dkk. 2005. Positioning Differensiasi Brand. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

nama : Ise Niarma Simbolon

NIM : 070910202118

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Analisis Ekuitas Merek Produk Asuransi Pendidikan Terhadap Nasabah Asuransi Pendidikan di Kabupaten Jember” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 04 Oktober 2011

Yang menyatakan,

Ise Niarma Simbolon
NIM 070910202118

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Analisis Ekuitas Merek Produk Asuransi Pendidikan Terhadap Nasabah Asuransi Pendidikan di Kabupaten Jember” telah diuji dan disahkan pada:

hari, tanggal : Selasa, 04 Oktober 2011

tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim penguji

Ketua,

Drs. Didik Eko Julianto, MAB

NIP 19610700 198902 1 001

Pembimbing Utama,

Pembimbing Anggota,

Drs. Poerwanto, MA

NIP 19490715 198403 1 002

Anggota 1,

Hari Karyadi, SE. Ak., MSA

NIP 19720211 199903 1 003

Anggota 2,

Ika Sisbintari, S.Sos., M.AB

NIP 19740207 200512 2 001

Dra. Sri Wahyuni, M.Si

NIP 19560409 198702 2 001

Mengesahkan,

Dekan,

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA

NIP 195207271981031003

RINGKASAN

Analisis Ekuitas Merek Produk Asuransi Pendidikan Terhadap Nasabah Asuransi Pendidikan di Kabupaten Jember; oleh Ise Niarma Simbolon, 070910202118; 2011; 144 halaman; Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Jurusan Ilmu Administrasi; Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik; Universitas Jember.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keadaan program asuransi pendidikan berdasarkan ekuitas mereknya pada nasabah asuransi pendidikan yang terdapat di kabupaten Jember melalui elemen-elemen utama ekuitas merek. Ekuitas merek adalah seperangkat aset dan liabilitas merek yang berkaitan dengan suatu merek, nama dan simbolnya, yang menambah atau mengurangi nilai yang diberikan oleh sebuah barang atau jasa kepada perusahaan atau para pelanggan perusahaan. Ekuitas merek mempunyai empat elemen utama yaitu kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek. Penelitian dilakukan dengan mengambil sampel nasabah asuransi pendidikan sebanyak 100 responden dengan perhitungan 20 nasabah dari lima perusahaan asuransi yang memiliki program asuransi pendidikan. Kelima perusahaan tersebut yaitu Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912, PT. Asuransi Jiwasraya Persero, Asuransi Jiwa Bringin Life, PT. Asuransi Allianz Life Indonesia, dan PT. Asuransi Jiwa Central Asia Raya.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yaitu untuk menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi atau berbagai variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi obyek penelitian itu berdasarkan apa yang terjadi. Teknik pengukuran analisis ini menggunakan skala likert dengan skala pengukuran menggunakan skala ordinal. Penarikan kesimpulan ini menggunakan metode deduktif yaitu penarikan kesimpulan dari hal-hal yang bersifat umum ke hal-hal yang bersifat khusus yaitu kenyataan yang riil yang terjadi di tempat penelitian sesuai dengan tujuan penelitian.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah, yang pertama, dari elemen kesadaran merek bahwa program asuransi pendidikan Bumiputera mencapai puncak kesadaran

pikiran (*top of mind*) di kalangan nasabah asuransi pendidikan di Kabupaten Jember. Kesadaran merek program asuransi pendidikan Bumiputera telah menduduki peringkat pertama di benak nasabahnya. Elemen asosiasi merek, pada umumnya nasabah asuransi pendidikan mampu mengasosiasikan program asuransi pendidikan yang diikutinya, terutama program asuransi pendidikan Bumiputera merupakan merek yang memiliki asosiasi tertinggi. Elemen persepsi kualitas yang diberikan oleh nasabah asuransi pendidikan terhadap program asuransi pendidikan yang digunakan dinilai konsumen cukup baik, terutama program asuransi pendidikan Jiwasraya memiliki persepsi kualitas terbaik. Elemen terakhir yaitu loyalitas merek, hampir semua konsumen loyal. Loyalitas merek tertinggi diraih oleh program asuransi pendidikan Allianz. Kesimpulan secara umum dari penelitian ini adalah program asuransi pendidikan Bumiputera mengungguli empat program asuransi pendidikan lainnya berdasarkan ekuitas mereknya. Program asuransi pendidikan Bumiputera unggul pada elemen kesadaran merek dan asosiasi mereknya. Merek dianggap berhasil dalam membangun ekuitas merek yang kuat apabila baik dalam produk, servis dan konsumen.

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Tuhan YME atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Ekuitas Merek Produk Asuransi Pendidikan Terhadap Nasabah Asuransi Pendidikan di Kabupaten Jember”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA., selaku Dekan Fakultas Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
2. Dr. Sasongko, M. Si., selaku ketua jurusan Ilmu Administrasi;
3. Drs. Poerwanto, MA., selaku ketua Program Studi Ilmu Administrasi Niaga sekaligus Dosen Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing penulis dalam penulisan skripsi ini;
4. Hari Karyadi, SE.,M.SA.,Ak. selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah mencurahkan waktu, pikiran, perhatian,dan semangat dalam penulisan skripsi ini;
5. Drs. Didik Eko Julianto, M.AB., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing selama penulis menjadi mahasiswa;
6. Seluruh karyawan dan staf akademik Fakultas Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember yang telah memberikan bantuan dalam pelaksanaan skripsi;
7. Bapak Arik Setyo Hadi dari AJB. Bumiputera 1912, Pak Marpaung dari PT. Asuransi Jiwasraya (Persero), Pak Bianto dari PT. AJ. Bringin Life, Pak Wayan dari PT. Asuransi Allianz Life Indonesia, dan Pak Angga dari PT. AJ Central Asia Raya Jember yang telah memberikan informasi dan data bagi peneliti;
8. Lindon Simbolon dan Yulia Dewi Indriani atas kasih sayang, doa, dan perhatian yang tidak pernah putusya senantiasa membuat penulis merasa begitu berharga.

9. Filia Simbolon, Uli Ekayuni Simbolon, Ivon Ima Anggi Simbolon, dan Otniel Mangaranap Simbolon atas keceriaan dan semangat kalian yang menjadi motivasi penulis, kebahagiaan kalian adalah doa dan harapan penulis.
10. Keluarga besar Opung Otniel Simbolon dan Otto Lander, untuk semua hal baik yang telah kalian tanamkan akan menghasilkan buah yang manis pada waktunya.
11. Sahabat ceriaku F4 Sonya, Pemy, dan Santy untuk cinta dan keceriaan yang kalian berikan dan selalu berhasil membangkitkan semangat penulis. BFF.
12. Belahan jiwaku Hell Dhuta, Grace pasaribu, dan Sari Tarigan untuk selalu ada bagi penulis, dalam suka dan duka, terima kasih telah memenuhi hari-hari penulis dengan segala keceriaan dan pelajaran hidup yang begitu berharga bagi penulis.
13. Rekan-rekan sepelayanan di GKT Ekklesia Surabaya, GKT Jember, Pondok Immanuel, dan NHKBP Jember yang tidak dapat disebutkan satu persatu untuk doa yang tak pernah putus, menyediakan tempat bagi penulis untuk berkreasi, dan kedekatan yang kita ciptakan untuk kemuliaan nama Tuhan. Soli deo Gloria.
14. Saudaraku: Kak Saulina, Dhamas Utami Putri, Nadia, Bang Sahat, Bang Jan, KKN Jiyee, Bang Austin, Maylona, Tike, Lisa, Ncis, dan sahabat-sahabat seperjuangan di ADNI '07. Jember akan sangat kurindukan karena kalian.
15. Kost Pondok Lebay: Bou Hutapea untuk setiap petuah menjadi sarjana kehidupan; Cicik, Vhevhe, Maria, Kartini, Moly, Nawalika, Dini Rosita, dan Afis untuk hari-hari yang kita isi bersama dengan keriuhan, kegalauan, dan kebersamaan yang berharga bagi penulis dan atas pinjaman laptop yang sangat bermanfaat.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, 04 Oktober 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PEMBIMBINGAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Konsepsi Dasar	9
2.2 Manajemen Pemasaran	9
2.3 Konsep Pemasaran	10
2.3.1 Bauran Pemasaran.....	11
2.3.2 Produk	12
2.4 Merek	13
2.4.1 Definisi Merek	13
2.4.2 Tujuan dan Manfaat Merek.....	16
2.4.3 Membangun Merek Yang Kuat.....	17

2.5	Ekuitas Merek	17
2.6	Elemen-Elemen Ekuitas Merek	21
	2.6.1 Kesadaran Merek	21
	2.6.2 Asosiasi Merek.....	23
	2.6.3 Kesan Kualitas Merek	25
	2.6.4 Loyalitas Merek	27
2.7	Asuransi	30
	2.7.1 Pengertian Asuransi	30
	2.7.2 Manfaat Asuransi	32
	2.7.3 Jenis-Jenis Asuransi	32
2.8	Asuransi Pendidikan	34
	2.8.1 Definisi Asuransi Pendidikan.....	34
	2.8.2 Memilih Asuransi Pendidikan.....	35
2.9	Penelitian Terdahulu	37
2.10	Alur Roadmap Penelitian	38
BAB 3. METODE PENELITIAN		40
3.1	Jenis Penelitian	40
3.2	Tahap Persiapan	40
3.3	Tahap Pengumpulan Data	43
3.4	Tahap Pengolahan dan Analisis Data	44
3.5	Operasionalisasi Variabel Penelitian	46
3.6	Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data	49
	3.6.1 Uji Validitas	49
	3.6.2 Uji Realibilitas	49
	3.6.3 Analisis Deskriptif	50
3.7	Tahap Penarikan Kesimpulan	50
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN		51
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	51
	4.1.1 Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912	51

4.1.2 PT. Asuransi Jiwasraya Persero	57
4.1.3 Asuransi Jiwa Bringin Life	65
4.1.4 PT. Asuransi Allianz Life Indonesia.....	68
4.1.5 PT. Asuransi Jiwa Central Asia Raya	72
4.2 Hasil Penelitian	76
4.2.1 Karakteristik Responden	76
4.2.2 Analisa Instrumen	77
4.2.3 Analisis Tabel Frekuensi	80
4.2.4 Variabel Kesadaran Merek	81
4.2.5 Indikator Asosiasi Merek	82
4.2.6 Variabel Persepsi Kualitas	90
4.2.7 Variabel Loyalitas Merek.....	101
4.3 Interpretasi	113
4.3.1 Kesadaran Merek	113
4.3.2 Asosiasi Merek.....	115
4.3.3 Persepsi Kualitas	116
4.3.4 Loyalitas Merek	116
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	119
5.1 Kesimpulan	119
5.2 Saran.....	120
DAFTAR BACAAN	122
LAMPIRAN-LAMPIRAN	124
Lampiran 1. Daftar Kuesioner.....	124
Lampiran 2. Tabulasi	129
Lampiran 3. Uji Validitas Butir	139
Lampiran 4. Uji Reliabilitas	142
Lampiran 5. Surat Ijin Laporan Penelitian	144

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Penguasaan <i>Market Share</i> (Pangsa Pasar) Asuransi Jiwa di Indonesia.....	4
1.2 Daftar Perusahaan Asuransi di Kabupaten Jember dan Bidang Usahanya	5
1.2.1 Jumlah Nasabah Asuransi Pendidikan di Kabupaten Jember Tahun 2008-2010.....	6
2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Sekarang.....	35
3.1 Data Nasabah Asuransi Pendidikan di Kabupaten Jember Tahun 2010.....	39
4.1 Sebaran Responden Yang Menjadi Nasabah Asuransi Pendidikan Berdasarkan Perusahaan Asuransi yang diikuti.....	73
4.2 Hasil Uji Validitas Data Indikator Asosiasi Merek (<i>Brand Association</i>)	73
4.3 Hasil Uji Validitas Data Indikator Persepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>)	74
4.4 Hasil Uji Validitas Data Indikator Loyalitas merek (<i>Brand Loyalty</i>)	74
4.5 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Reliabilitas (<i>alpha</i>)	75
4.6 Hasil Uji Reliabilitas terhadap data penelitian	76
4.7 Merek-Merek Asuransi Pendidikan Yang Disebutkan Oleh Responden	77
4.8 Asosiasi Merek Asuransi Pendidikan Bumiputera1912	78
4.9 Asosiasi Merek Asuransi Pendidikan Jiwasraya	80
4.10 Asosiasi Merek Asuransi Pendidikan Bringin Life	81
4.11 Asosiasi Merek Asuransi Pendidikan Allianz	82

4.12	Asosiasi Merek Asuransi Pendidikan PT. CAR	83
4.13	Keseluruhan Asosiasi Merek Asuransi Pendidikan pada Nasabah Asuransi Pendidikan di Jember	84
4.14	Persepsi Kualitas Merek Asuransi Pendidikan Bumiputera 1912	86
4.15	Persepsi Kualitas Merek Asuransi Pendidikan Jiwasraya	88
4.16	Persepsi Kualitas Merek Asuransi Pendidikan Bringin Life.....	90
4.17	Persepsi Kualitas Merek Asuransi Pendidikan Allianz.....	92
4.18	Persepsi Kualitas Merek Asuransi Pendidikan PT. Central Asia Raya (CAR)	93
4.19	Keseluruhan Persepsi Kualitas Merek Asuransi Pendidikan pada Nasabah Asuransi Pendidikan di Jember	95
4.20	Loyalitas Merek Asuransi Pendidikan Bumiputera 1912.....	97
4.21	Loyalitas Merek Asuransi Pendidikan Jiwasraya	99
4.22	Loyalitas Merek Asuransi Pendidikan Bringin Life	101
4.23	Loyalitas Merek Asuransi Pendidikan Allianz	103
4.24	Loyalitas Merek Asuransi Pendidikan Central Asia Raya (CAR)	105
4.25	Keseluruhan Loyalitas Merek Asuransi Pendidikan pada Nasabah Asuransi Pendidikan di Jember	107
4.26	Ekuitas Merek	112

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Model Sederhana Proses Pemasaran.....	18
2.2 Konsep Ekuitas Merek.....	20
2.3 Piramida KesadaranMerek.....	22
2.4 Nilai Asosiasi Merek.....	25
2.5 Nilai dari <i>Perceived Quality</i>	26
2.6 Piramida Loyalitas Merek.....	28
2.7 Nilai Loyalitas Merek.....	28