



**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.”<sup>1</sup>

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

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

---

<sup>1)</sup> Kolose 3:23. 2004. Lembaga Alkitab Indonesia. Jakarta.

<sup>2)</sup> United Nation. 1997. Report of the World Social Situation.

<sup>3)</sup> 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

Hari Karyadi, SE. Ak., MSA

NIP 19490715 198403 1 002

NIP 19720211 199903 1 003

Anggota 1,

Anggota 2,

Ika Sisbintari, S.Sos., M.AB

Dra. Sri Wahyuni, M.Si

NIP 19740207 200512 2 001

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 Symbolon, 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
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PEMBIMBINGAN</b> .....	v
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	vi
<b>RINGKASAN</b> .....	vii
<b>PRAKATA</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	7
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	8
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	8
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	9
<b>2.1 Konsepsi Dasar</b> .....	9
<b>2.2 Manajemen Pemasaran</b> .....	9
<b>2.3 Konsep Pemasaran</b> .....	10
2.3.1 Bauran Pemasaran .....	11
2.3.2 Produk .....	12
<b>2.4 Merek</b> .....	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	<b>Ekuitas Merek</b> .....	17
2.6	<b>Elemen-Elemen Ekuitas Merek</b> .....	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	<b>Asuransi</b> .....	30
2.7.1	Pengertian Asuransi .....	30
2.7.2	Manfaat Asuransi .....	32
2.7.3	Jenis-Jenis Asuransi .....	32
2.8	<b>Asuransi Pendidikan</b> .....	34
2.8.1	Definisi Asuransi Pendidikan.....	34
2.8.2	Memilih Asuransi Pendidikan.....	35
2.9	<b>Penelitian Terdahulu</b> .....	37
2.10	<b>Alur Roadmap Penelitian</b> .....	38
<b>BAB 3.</b>	<b>METODE PENELITIAN</b> .....	40
3.1	<b>Jenis Penelitian</b> .....	40
3.2	<b>Tahap Persiapan</b> .....	40
3.3	<b>Tahap Pengumpulan Data</b> .....	43
3.4	<b>Tahap Pengolahan dan Analisis Data</b> .....	44
3.5	<b>Operasionalisasi Variabel Penelitian</b> .....	46
3.6	<b>Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data</b> .....	49
3.6.1	Uji Validitas .....	49
3.6.2	Uji Realibilitas .....	49
3.6.3	Analisis Deskriptif .....	50
3.7	<b>Tahap Penarikan Kesimpulan</b> .....	50
<b>BAB 4.</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	51
4.1	<b>Gambaran Umum Perusahaan</b> .....	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
<b>4.2 Hasil Penelitian .....</b>	<b>76</b>
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
<b>4.3 Interpretasi .....</b>	<b>113</b>
4.3.1 Kesadaran Merek .....	113
4.3.2 Asosiasi Merek.....	115
4.3.3 Persepsi Kualitas .....	116
4.3.4 Loyalitas Merek .....	116
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>119</b>
5.1 Kesimpulan .....	119
5.2 Saran.....	120
<b>DAFTAR BACAAN.....</b>	<b>122</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>124</b>
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

