

Analisis pengaruh Brand Identity dan brand position terhadap pembentukan brand Image perusahaan asuransi: studi kasus pada PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967

Wawan Ari Wibowo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=136268&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh antara masing-masing Brand Identity dan Brand Position terhadap Brand Image, dan pengaruh antara Brand Identity dan Brand Position secara bersama-sama terhadap Brand Image. Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah PT. Asuransi Umum Bumiputeramuda 1967 dengan sampel 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel brand identity dan brand position mempunyai pengaruh positif terhadap brand image. Model persamaan regresi mampu menjelaskan variasi naik turunnya variabel brand image sebesar 42,7% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam variabel persamaan regresi. Kata Kunci : Brand Identity, Brand Position, dan Brand Image