

**ANALISIS PERSEPSI NASABAH PADA PRODUK JS DANA MULTI
PROTEKSI PLUS PERUSAHAAN PT. ASURANSI JIWASRAYA (Persero)
DENGAN MENGGUNAKAN VARIABEL BRAND AWARENESS,
PERCEIVED VALUE, BRAND ASSOCIATION, DAN BRAND LOYALTY.**

Agustina Risanti

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi pelanggan mengenai brand awareness yaitu kemampuan untuk mengidentifikasi (mengenali dan mengingat) merek-merek di kategorinya, dalam rincian yang cukup untuk melakukan pembelian, perceived quality merupakan anggapan konsumen terhadap suatu barang atau produk dari segi kualitas dan keunggulan lainnya yang diharapkan dapat memberikan kesan positif dipikirkannya, brand association adalah segala hal yang berkaitan dengan merek, dan brand loyalty merupakan ukuran dari kesetiaan konsumen terhadap suatu merek pada produk Js Dana Multi Proteksi Plus menurut persepsi nasabah perusahaan PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) khususnya yang telah membeli produk Js Dana Proteksi Plus Jiwasraya. Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah deskriptif kuantitatif dengan metode purposive sampling dengan sampel 30 orang atau responden yang merupakan nasabah PT. Jiwasraya (Persero) Yogyakarta khususnya yang menjadi nasabah produk Js Dana Multi Proteksi Plus. Dalam pengujian sampel penulis menggunakan arithmetic mean dengan menyesuaikan variabel-variabel ekuitas merek. Dari pengujian tersebut diperoleh rata-rata dengan jumlah 2,75 yang menyatakan bahwa persepsi pelanggan tentang brand equity produk Js Dana Multi Proteksi Plus baik.

Kata Kunci: *Brand Awareness, Perceived Quality, Brand Association, Brand Loyalty*

**AN ANALYSIS ON CUSTOMERS PERCEPTION
TOWARDS DANA MULTI PROTEKSI PLUS
OF PT. ASURANSI JIWASRAYA (Persero) BASED ON
BRAND AWARENESS, PERCEIVED VALUE, BRAND ASSOCIATION,
AND BRAND LOYALTY.**

Agustina Risanti

Abstract

The purpose of this study is to find out the customer perceptions of brand awareness. Brand awareness is the ability to identify (recognize and remember) brands in their category, in sufficient details to make purchase. Perceived quality is a consumer's perception of an item or product in terms of quality and other advantages that are expected to give a positive impression in his mind. Brand association is all things related to brands. While brand loyalty is a measure of consumer loyalty to a brand. This study investigates customers' perception on Dana Multi Proteksi Plus, a product of PT. Asuransi Jiwasraya (Persero). This is a quantitative descriptive research which employed purposive sampling technique. This study took 30 customers of Dana Multi Proteksi Plus of PT. Jiwasraya (Persero) Yogyakarta as its samples. In testing the sample, the researcher used the arithmetic mean by adjusting the variables of brand equity. From the test, it was found that the average score is 2.75. With this figure, it can be concluded that customers perception on Dana Multi Proteksi Plus, is categorized as 'good'.

Keywords: *Brand Awareness, Perceived Quality, Brand Association, Brand Loyalty*