

## INTISARI

Perluasan merek adalah salah strategi merek yang digunakan oleh perusahaan untuk memperluas pangsa pasarnya. Ada berbagai strategi perluasan merek yang bisa dilakukan oleh sebuah perusahaan, salah satunya yaitu strategi perluasan kategori (*category extension*). Artinya perusahaan menggunakan merek induk yang lama untuk memasuki kategori produk yang sama sekali berbeda dari yang dilayani oleh merek induk sekarang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis keberhasilan strategi perluasan kategori merek (*category extension*) Bank X melalui anak perusahaan XYZ Life, serta menganalisis fitur – fitur yang menjadi daya tarik dan nilai tambah bagi target marketnya serta penulis ingin mengetahui keberhasilan perluasan merek Bank X melalui XYZ Life dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan dari segi kualitas Jasa, pertumbuhan penjualan dan niat beli nasabah.

Analisis keberhasilan perluasan merek menggunakan beberapa aspek meliputi aspek kualitas produk/jasa, aspek niat beli, aspek tingkat penjualan. Penelitian ini memfokuskan pada penerapan empat aspek tersebut untuk menganalisis keberhasilan perluasan merek. Teknik wawancara menggunakan daftar pertanyaan semi terstruktur yang mencakup keempat aspek penelitian. (perluasan merek, kualitas jasa, pertumbuhan penjualan, dan niat beli nasabah) Hasil wawancara dianalisis dengan menggunakan pendekatan deskriptif untuk mendapatkan informasi aktual mengenai Keberhasilan perluasan merek pada Bank X.

Penelitian menunjukkan bahwa Keberhasilan perluasan lini merek Bank X melalui XYZ Life secara umum telah berhasil berjalan cukup baik meskipun masih terdapat beberapa aspek dalam penelitian ini yang masih harus disesuaikan maupun diperbaiki agar dapat menghasilkan kinerja lebih optimal. Hasil penelitian ini juga menyarankan agar perusahaan harus meningkatkan keunggulan tingkat kepercayaan nasabah baik dari perusahaan induk dengan meningkatkan kerjasama Bancassurance khususnya di cabang-cabang pembantu maupun kantor kas Bank X sehingga memudahkan konsumen untuk mendapatkan dan memperoleh info tentang XYZ Life serta berinovasi dalam segi produk dan pelayanan.

Kata kunci: keberhasilan Perluasan merek, Niat beli, tingkat penjualan, kualitas produk/jasa

## ABSTRACT

*Brand extension is one of the brand strategy used by companies to expand its market share. There are various brand extension strategies that can be done by a company, one of which is the category extension strategy. This means the company is using the old parent brand to enter a completely different product category than the one served by the current master brand. The purpose of this study is to analyze the success of Bank X's category extension strategy through its subsidiary XYZ Life, as well as analyzing the features that become the attraction and added value for the target market and the author wants to know The success of Bank X brand extension through XYZ Life can provide benefits for the company in terms of Service Quality, Sales Growth and Intention to customers buy.*

*Analysis The success of brand extension uses several aspects include aspects of product / service quality, purchase intention aspect, sales level aspect. This study focuses on the application of these four aspects to analyze the success of brand extension. The interview technique uses a semi-structured questionnaire covering all four aspects of the study. (brand extension, service quality, sales growth, and customer buying intentions) Interview results are analyzed using descriptive approach to obtain actual information on the success of brand extension at Bank X.*

*The results showed that the success of the expansion of the brand line of Bank X through XYZ Life in general has managed to run quite well although there are still some aspects in this study that still must be adjusted and improved in order to produce more optimal performance. The results of this study also suggest that the company should increase the superior level of customer confidence from the parent company by enhancing the cooperation Bancassurance, especially in the branches and auxiliary offices of Bank X, making it easier for consumers to get and get info about XYZ Life and innovate in terms of products and services .*

*Keywords: success Brand extension, Intention to buy, sales level, product/service quality*