



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>8</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>10</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>11</b>
<b>1.5 Sistematika Penulisan .....</b>	<b>11</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>13</b>
<b>2.1 Teori Mengenai Merek.....</b>	<b>13</b>
<b>2.2 Teori Mengenai Brand Equity.....</b>	<b>21</b>
<b>2.2.1 Customer Based Brand Equity.....</b>	<b>23</b>



2.3	Teori Mengenai Brand Awareness.....	28
2.3.1	Peran Brand Awareness.....	30
2.3.2	Mencapai Kesadaran Merek.....	32
2.4	Teori Mengenai Brand Image.....	33
2.5	Strategi Penguatan Merek.....	37
2.6	Penelitian Terdahulu .....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN DAN PROFIL PERUSAHAAN ...</b>		<b>50</b>
3.1	Metoda Penelitian .....	50
3.1.1	Nara Sumber .....	50
3.1.2	Jenis Data dan Pengumpulan Data.....	52
3.1.3	Metode Analisis data.....	52
3.1.4	Waktu dan Lokasi Penelitian.....	53
3.2	Profil Perusahaan.....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>56</b>
4.1	Profil Informan.....	57
4.2	Analisis Hasil Penelitian.....	58
4.2.1	Strategi Jasa Raharja dalam Menjaga Konsistensi Mereknya.....	58
4.2.2	Strategi Jasa Raharja dalam Menjaga Keberlangsungan Merek dan Perubahan dalam Taktik Pemasarannya .....	62
4.2.3	Strategi Jasa Raharja dalam Melindungi	



<b>Sumber-Sumber Ekuitas Merek.....</b>	<b>66</b>
<b>4.2.4 Strategi Jasa Raharja dalam</b>	
<b>Membangun Merek.....</b>	<b>68</b>
<b>4.2.5 Analisis Keseluruhan.....</b>	<b>72</b>
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>80</b>
<b>5.1 Simpulan .....</b>	<b>80</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>83</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>86</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1. Non-Life Insurance &amp; Reinsurance Data.....</b>	<b>7</b>
<b>Tabel 2.1. Penelitian Sebelumnya.....</b>	<b>42</b>
<b>Tabel 3.1. Daftar Pertanyaan Wawancara.....</b>	<b>51</b>



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1 Skema Penyelenggaraan Jaminan Sosial/Asuransi</b>	
<b>Sosial di Indonesia.....</b>	<b>6</b>
<b>Gambar 2.1. <i>Brand Equity</i> .....</b>	<b>22</b>
<b>Gambar 2.2. Customer-based Brand Equity Pyramid.....</b>	<b>24</b>
<b>Gambar 2.3. Piramida Brand Awareness.....</b>	<b>29</b>
<b>Gambar 2.4. Strategi-Strategi Penguatan Merek.....</b>	<b>39</b>



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**STRATEGI JASA RAHARJA DALAM MENGUATKAN BRAND EQUITY**  
FITRI AGUSTINA, Iin Mayasari Dr., MM., MSi  
Universitas Gadjah Mada, 2015 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

## DAFTAR LAMPIRAN

**Lampiran 1: Hasil Wawancara dengan Sekretaris Perusahaan PT Jasa  
Raharja (Persero) dan Kepala PT Jasa Raharja (Persero) Cabang DKI  
Jakarta..... 89**