

**PENGARUH *INTERNAL BRANDING* TERHADAP SIKAP KARYAWAN
MENGENAI *BRAND* PERUSAHAAN PADA PT. BANK MEGA Tbk.
KANTOR PUSAT JAKARTA**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen

Nama : Riska Permana
NIM : 43106120005



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA

**PENGARUH *INTERNAL BRANDING* TERHADAP SIKAP KARYAWAN
MENGENAI *BRAND* PERUSAHAAN PADA PT. BANK MEGA Tbk.
KANTOR PUSAT JAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh

Gelar SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen

Nama : Riska Permana

NIM : 43106120005



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Riska Permana**
N I M : 43106120005
Program Studi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya akan mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan *plagiat* (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 20 Maret 2009

Riska Permana
NIM : 43106120005

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : **Riska Permana**
NIM : 43106120005
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh *Internal Branding* terhadap Sikap
Karyawan Mengenai *Brand* Perusahaan pada
PT. Bank Mega Tbk.- Kantor Pusat Jakarta
Tanggal Lulus Ujian : 20 Maret 2008

Disahkan oleh :

Pembimbing Skripsi

Rina Astini, SE, MM

Dekan,

Ketua Program Studi Manajemen – S1,

Dra. Yuli Harwani, MM

Arief Bowo Prayoga K, SE, MM

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

**Pengaruh *Internal Branding* terhadap Sikap Karyawan mengenai
Brand Perusahaan pada PT. Bank Mega Tbk. – Kantor Pusat Jakarta**

Dipersiapkan dan Disusun oleh :

Riska Permana

43106120005

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 20 Maret 2009

**Susunan Dewan Penguji
Ketua Penguji / Pembimbing Skripsi**

Rina Astini, SE, MM

Anggota Dewan Penguji

Dra. Yuli Harwani, MM

Anggota Dewan Penguji

Arief Bowo Prayoga K, SE, MM

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Pemasaran dari Universitas Mercu Buana, Jakarta tahun ajaran 2007/ 2009.

Untuk penulisan skripsi ini peneliti memilih judul “ **Pengaruh *Internal Branding* Terhadap Karyawan Mengenai *Brand* Perusahaan Pada PT. Bank Mega Tbk. - Kantor Pusat Jakarta** “. Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah membangun serta membimbing peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini, diantaranya kepada :

1. Ibu Dra. Yuli Harwani, MM., selaku Dekan Universitas Mercu Buana,
2. Bpk. Arief Bowo Prayoga K, SE., MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen
3. Ibu Rina Astini, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing, terima kasih banyak atas segala bimbingan Ibu selama ini, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Bpk. Yimmy Lesmana dan Ibu Nany Susilowati, selaku Direktur PT. Mega Capital Indonesia, perusahaan tempat peneliti bekerja, terima kasih atas segala nasehat, ilmu, bimbingan serta dukungan Bapak dan Ibu, terutama dukungan dalam penyediaan fasilitas kerja yang lengkap, yang kadangkala peneliti pergunkan juga untuk keperluan kuliah dan penulisan skripsi ini.

5. Staff karyawan Bank Mega Kantor Pusat Jakarta atas bantuannya dalam pengisian kuisioner penelitian,
6. Ayahanda H. Abdul Rahman dan Ibunda Hj. Ratnawilis atas segala do'a, kasih sayang, bimbingan, dukungan, nasehat, air mata dan segala hal yang tak terbayar oleh apapun di dunia ini yang telah dilimpahkan pada peneliti sedari dalam kandungan sampai saat ini, *You Are The Best Mom and Dad in this World*,
7. Adikku Rian Rahman dan Rima Suryana Rahman atas do'a, dukungan, nasehat dan kasih sayangnya. *Especially To my Bro, thanks a lot for all your donation for me...insyaallah I will pay it back later..*
8. Untuk keluarga berbulu ku Betty, Myo, Bella, Goldy, Buyung dan Upik, terima kasih banyak telah menemani dan memberikan kehangatan untuk peneliti selama ini, terutama ketika mengerjakan penulisan skripsi ini.
9. Terima kasih teramat banyak untuk Mas Micky 'mimin' atas dukungan, do'a dan kebajikannya, Edo 'dutsy' *thanks for being 'E' for me*, Nana 'inoy', Inna *iInnun'* & Mba Wahyu untuk rasa sayang dan persahabatan kita, Cicih 'cuihcuih' & Rini 'rince' untuk segala *software* dan ilmu *download* nya, Mba Yani atas ilmu perawatan dirinya. Ibu Dhati atas perhatian, kebaikan, rasa kasih & sayang serta pelukan hangatmu setiap hari, Mba Yanti atas segala perhatian, kebaikan dan kesediaannya membuatkan teh, susu, kopi dan mie pedes + sawinya untuk peneliti, Ibu Katrini untuk setiap teriakan "ayo sholat" , " Udah sholat belum?" , "Gak denger pengajian?" terima kasih banyak telah mengingatkan peneliti untuk senantiasa mengingat-Nya, untuk Pak Yanto, Pak Nano dan Mas Anggi atas segala ilmu dan

bantuannya untuk *software* dan jaringan internet super cepatnya benar-benar sangat membantu peneliti dalam menyelesaikan dalam skripsi ini.

10. Untuk sahabat-sahabatku '7 Angels' : Dini 'nini', Made 'cece', Fifteen 'tini', Tari 'Onang', Okta 'Oneng' & Aan 'Ani'. Walaupun jarang ngumpul *you're always in my heart..nice to know u all*,
11. Rekan-rekan kerja di PT. Mega Capital Indonesia yang tak dapat peneliti sebutkan satu persatu.
12. Sdri. Imelda Febriena '*mba icha*', atas dorongan semangatnya pada peneliti untuk merampungkan penulisan skripsi ini secepatnya.
13. Rekan-rekan Angkatan X Program Kuliah Kelas Karyawan Fakultas Ekonomi - Manajemen yang tidak dapat disebutkan satu persatu

'Tak ada gading yang tak retak', peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahannya, mengingat pengetahuan peneliti yang masih terbatas, untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari pembaca demi perbaikan dan kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat dikemudian hari.

Jakarta, 20 Maret 2009

Riska Permana

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI

HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	
1.3.1. Tujuan Penelitian	4
1.3.2. Kegunaan Penelitian	4

BAB II. LANDASAN TEORITIS

2.1. Pengertian <i>Brand</i>	6
2.2. Pemahaman tentang <i>Internal Branding</i>	
2.2.1. Pengertian <i>Internal Branding</i>	8
2.2.2. Alasan dan Manfaat <i>Internal Branding</i>	9

	Halaman
2.2.3. Komponen Pendukung Proses <i>Internal Branding</i>	11
2.2.4. Faktor Pendukung Keberhasilan <i>Internal Branding</i>	15
2.3. Ruang Lingkup Sikap	
2.3.1. Pengertian Sikap	17
2.3.2. Komponen sikap	18
2.4. Hubungan <i>Internal Branding</i> dengan Sikap Karyawan ..	20

BAB III. METODELOGI PENELITIAN

3.1. Gambaran Umum Perusahaan	
3.1.1. Lokasi Penelitian	22
3.1.2. Sejarah Singkat dan Profil Perusahaan	22
3.2. Metode Penelitian	23
3.3. Hipotesis	24
3.4. Populasi dan Sampel Penelitian	
3.4.1. Populasi	24
3.4.2. Sampel	24
3.5. Variabel dan Skala Pengukurannya	
3.5.1. Variabel	26
3.5.2. Skala Pengukuran	26
3.6. Definisi Operasional Variabel	26
3.7. Sumber dan Metode Pengumpulan Data	
3.7.1. Sumber Data	30
3.7.2. Metode Pengumpulan Data	30

	Halaman
3.8. Metode Analisis Data	31
BAB IV. ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Karakteristik Responden	33
4.2. Analisis Hasil Kuisisioner tentang Variabel	
<i>Internal Branding</i>	34
4.2.1. Budaya Perusahaan.....	35
4.2.2. Kepemimpinan	40
4.2.3. Karyawan	45
4.3. Analisa Hasil Kuisisioner tentang Sikap karyawan	
4.3.1. Kepercayaan	48
4.3.2. Evaluasi	50
4.4. Hasil Analisa atas Hubungan Variabel <i>Internal</i>	
<i>Branding</i> terhadap Variabel Sikap Karyawan	51
BAB. V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	56
5.2. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Proses <i>Internal Branding</i>	9
Gambar 2.2 Peran Kepemimpinan Selama Proses <i>Internal Branding</i> ..	15
Gambar 4.1 Karakteristik Responden	34

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	27
Tabel 4.1 Penerapan nilai budaya Perusahaan di lingkungan kerja...	35
Tabel 4.2 Intensitas komunikasi nilai budaya perusahaan pada Karyawan.....	36
Tabel 4.3 Intensitas penyelenggaraan <i>outbound</i> di Bank Mega	37
Tabel 4.4 Intensitas penyelenggaraan <i>training skill</i> di Bank Mega..	37
Tabel 4.5 Publikasi perusahaan pada karyawan yang sukses	38
Tabel 4.6 Figur karyawan yang dapat ditiru.....	39
Tabel 4.7 Publikasi kesuksesan Bank Mega	40
Tabel 4.8 Tindakan pemimpin terkait dengan komitmen terhadap <i>Brand Bank Mega</i>	41
Tabel 4.9 Komitmen pemimpin terhadap <i>brand</i> Bank Mega	42
Tabel 4.10 Tindakan nyata pemimpin dalam menghidupkan <i>brand</i> Bank Mega	44
Tabel 4.11 Komunikasi antara atasan dan bawahan melalui <i>Brand Road Show</i>	43
Tabel 4.12 Komunikasi pemimpin dalam menghidupkan <i>brand value</i> & <i>brand matras</i> (slogan) Bank Mega melalui media.....	44
Tabel 4.13 Kebebasan dalam bekerja sesuai dengan nilai budaya Perusahaan	45
Tabel 4.14 Kesempatan penyampaian ide	46
Tabel 4.15 Sarana yang diberikan Bank Mega pada karyawan dalam berpartisipasi	47

	Halaman
Tabel 4.16 Frekuensi skor tingkat kepercayaan terhadap Atribut <i>brand</i>	48
Tabel 4.17 Frekuensi skor evaluasi terhadap atribut <i>brand</i>	50
Tabel 4.18 <i>Descriptive Statistics</i>	51
Tabel 4.19 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	51
Tabel 4.20 <i>Correlations</i>	52
Tabel 4.21 <i>Model Summary</i> ^b	53
Tabel 4.22 ANOVA ^b	53
Tabel 4.23 Coefficients ^a	54

DAFTAR LAMPIRAN

- Kuisioner penelitian
- Hasil kuisioner penelitian