

## ABSTRAK

Skripsi ini membahas bagaimana pengaruh dari *internal branding* terhadap sikap karyawan mengenai *brand* perusahaan pada PT. Bank Mega Tbk. – Kantor Pusat Jakarta. Data diperoleh melalui *survey* dengan menyebarkan kuisisioner pada karyawan kantor pusat Bank Mega pada dengan level menengah dan level bawah, dan didapatkan hasil jawaban dari 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dan *snowball sampling*, sedangkan alat analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari *internal branding* terhadap sikap karyawan mengenai *brand* perusahaan.

Untuk penelitian ini disarankan Bank Mega lebih memperhatikan proses *internal branding* yang dilakukan, selain itu diharapkan adanya penelitian lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi sikap karyawan mengenai *brand* perusahaan selain *internal branding*.

Kata kunci : *internal branding*, sikap karyawan, *brand* perusahaan