

ABSTRACT

This study aimed to analyze the significant influence of brand identity, brand positioning, and brand image for the retail's products purchased decisions of Jasindo Oto and also to analyze the significant influence between brand identity, brand positioning, and brand image simultaneously toward purchase decision. The method used in this research was a survey method and for analyze used multiple linear regression. Processing and testing data using SPSS software version 21. Population in this study is all the Jasindo Oto's customer in Jakarta's branch office. The study found that there is a brand identity, brand positioning, and brand image influenced on purchase decisions of Jasindo Oto and also there are significant influences between brand identity, brand position and brand image together on purchase decisions of Jasindo OTO.

Keywords: Brand Identity, Brand Positioning, Brand Image, Purchasing Decision, Motor Vehicle Insurance



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa adanya pengaruh yang signifikan antara *brand identity*, *brand positioning* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian produk ritel Jasindo Oto serta untuk menganalisa adanya pengaruh yang signifikan antara *brand identity*, *brand positioning*, dan *brand image* secara simultan terhadap Jasindo Oto. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dan analisis menggunakan regresi linier berganda. Pengolahan dan pengujian data menggunakan software SPSS versi 21. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Jasindo Oto di kantor cabang Jakarta. Dalam penelitian ini ditemukan adanya pengaruh *brand identity*, *brand position*, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian Jasindo Oto serta terdapat pengaruh yang signifikan antara *brand identity*, *brand position*, dan *brand image* secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Jasindo Oto.

Kata Kunci: *Brand Identity*, *Brand Positioning*, *Brand Image*, Keputusan Pembelian, Asuransi Kendaraan Bermotor

