

**PENGARUH APLIKASI MOBILE PT. TABUNGAN DAN ASURANSI PEGAWAI NEGERI
PADA PRODUK ASURANSI DAN TABUNGAN TERHADAP BRAND AWARENESS**

(STUDI KASUS PT. TASPEN BANDUNG TAHUN 2020)

***THE INFLUENCE OF MOBILE APPLICATION PT. TABUNGAN DAN ASURANSI
PEGAWAI NEGERI OFFICER AT THE INSURANCE PRODUCT AND SAVINGS ON BRAND
AWARENESS***

(CASE STUDY PT. TASPEN BANDUNG YEAR 2020)

Sitorus Irma Miranda¹, dan Sampurno Wibowo, SE., M.Si²

Prodi D3 Manajemen Pemasaran Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom

[1irmamirandaagustinas@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:irmamirandaagustinas@student.telkomuniversity.ac.id) [2sampurnowibowo@telkomuniversity.ac.id](mailto:sampurnowibowo@telkomuniversity.ac.id)

Abstrak

Aplikasi mobile atau sering juga disingkat dengan istilah *Mobile Application* adalah aplikasi dari sebuah perangkat lunak yang dalam pengoperasiannya dapat berjalan diperangkat mobile (*Smartphone, Tablet, iPod, dll*), dan memiliki sistem operasi yang mendukung perangkat lunak secara *standalone*. Keunggulan utama dari aplikasi mobile yaitu memberikan kemudahan pengguna dalam mendapatkan informasi. Melalui aplikasi mobile konsumen akan lebih mudah mengenali suatu produk dan jasa dimana konsumen lebih leluasa dalam mencari informasi, menemukan jenis-jenis produk yang diinginkan.

PT. Taspen (Persero) merupakan perusahaan Negara yang mengelola dana pensiun dan tabungan hari tua, jaminan kecelakaan kerja, serta jaminan kematian Pegawai negeri yang pesertanya adalah Pegawai Negeri Sipil, pejabat Negara dan pegawai BUMN. Dalam melakukan layanannya PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri memiliki aplikasi yang memudahkan pegawai negeri sipil melakukan layanan secara online melalui aplikasi tersebut pegawai negeri sipil mudah mengenali produk layanan yang ada

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif. Jenis analysis yang digunakan adalah regresi linier sederhana Sampel penelitian adalah 100 Pegawai Negeri Sipil. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah kuisisioner, observasi, dan studi pustaka. Metode penelitian yang digunakan adalah *Probabilty sampling* terdiri dari Pegawai Negeri Sipil, Teknik sampling yang digunakan adalah probability sampling dengan teknik pengambilan sampel menggunakan

simple random, karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Aplikasi Mobile PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Awareness*. Hasil penelitian deskriptif menunjukkan bahwa variabel (X) Aplikasi Mobile PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri termaksud dalam kategori baik dengan rata-rata skor total 63% dan variabel (Y) *Brand Awareness* termaksud dalam kategori tinggi dengan rata-rata skor total 65% dan hasil penelitian menunjukkan bahwa Aplikasi Mobile PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri berpengaruh terhadap *Brand Awareness* yaitu sebesar 62,6% dan sisanya 37,4% dipengaruhi oleh factor lain.

Kata Kunci: Aplikasi Mobile PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri, *Brand Awareness*.

Abstrack

Android Development became the most widely used smartphone operating system in the world. The Android system is an option for companies that want a low-cost operating system. This research was conducted to analyse whether Android applications have receipts based on usability criteria. PT. Taspen (Persero) is a state company that manages the retirement and savings of the past, work accident work, as well as the guarantee of death of state officials whose participants are civil servants, government officials and employees of state-owned enterprises. In doing its services PT. Savings and civil servants insurance has an application that facilitates civil SERVANTS to perform services online through the application of civil servants easily recognize the products of existing services

This research is a quantitative study with a descriptive and verifiable method. The type of analysis used is a simple example of linear regression research is 100 civil servants. The data collection tools used are questionnaires, observations, and library studies.

The research method used is a Probabilty sampling consisting of civil servants, the sampling technique used is the sampling probability with sampling techniques using Random simple, because the sampling of members of the population is carried out randomly regardless of the strata that exist in the population.

Based on the results of this study shows that the mobile application PT. Savings and state insurance officials influence positive and significant towards the Brand Awaraness. The results of descriptive research indicate that the variable (X) Mobile application PT. Savings and State Office insurance that is intended in good category in Total average score of 63% and variable (Y) Brand awareness is intended in high catogoti with an average score of 65% and the result shows that the Mobile application of PT.

Savings and state insurance officials affects brand awareness by 62.6% and the remaining 27.6% is influenced by other factors.

Keywords: PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri, Brand Awaranes

I. Pendahuluan

PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang diberi tugas untuk mengelola Program Asuransi Sosial yang terdiri dari Program Dana Pensiun dan Tabungan Hari Tua (THT). Didirikan pada tanggal 17 April 1963 dengan nama Perusahaan Negara Dana Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri yang disingkat menjadi PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri. Pembentukan Program Tabungan Hari Tua Pegawai Negeri ditetapkan dalam Peraturan Pemerintah No 9 tahun 1963 tentang Pembelanjaan Pegawai Negeri dan Peraturan Pemerintah Nomor 10 tahun 1963 tentang Tabungan Asuransi dan Pegawai negeri. Pendirian PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri di latar belakang keinginan untuk meningkatkan kesejahteraan pegawai negeri dan keluarganya yang dirintis melalui Konferensi Kesejahteraan Pegawai Negeri pada tanggal 25-26 Juli 1960 di Jakarta. Hasil konferensi tersebut dituangkan dalam Keputusan Menteri Pertama RI Nomor 388/MP/1960 tanggal 25 Agustus 1960 yang antara lain menetapkan perlunya pembentukan jaminan sosial bagi pegawai negeri dan keluarganya pada saat mengakhiri pengabdian kepada Negara. Adapun proses pembentukan program pensiun pegawai negeri ditetapkan dengan Undang-undang No 11 tahun 1956 tentang pembelanjaan Pensiun dan Undang-undang No 11 tahun 1969 tentang pensiun pegawai dan pensiun 13 janda/duda serta undang-undang No 8 tahun 1974 tentang Pokok-pokok kepegawaian. Hingga sekarang PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri berpusat di Jl. Letjen Suprpto, Cempaka Putih. Tahun 1970 PN PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri mendapat peningkatan status menjadi Perusahaan Umum (PERUM) berdasarkan Surat keputusan Menteri Keuangan RI Nomor Kep.749/MK/IV/11/1970 sehingga menjadi PERUM PT. Tabungan dan Asuransi.

Pegawai Negeri. Selanjutnya tahun 1981 PERUM PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri mendapat peningkatan status menjadi Perseroan Terbatas berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 26 Tahun 1981 dengan nama Perusahaan Perseroan (Persero) PT Dana Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri, disingkat PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri. Sesuai Peraturan Pemerintah Nomor 25 Tahun 1981 tentang Asuransi Sosial PNS maka lingkup usaha PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri terdiri dari Program Tabungan Hari Tua (THT) dan Pensiun. Program

THT telah dilaksanakan sejak pendirian PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri. Sedangkan untuk program Pembayaran Pensiun PNS yang semula diselenggarakan oleh Ditjen Anggaran telah dialihkan kepada PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri¹⁴ (PERSERO) secara bertahap sejak tahun 1987. Penyelenggaraan pembayaran Program Pensiun secara nasional dilakukan sejak tahun 1990. Sejak awal berdirinya PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri mengelola Program Tabungan Hari Tua bagi 15 Jaminan sosial bagi tenaga kerja merupakan suatu bentuk perlindungan yang diberikan kepada pekerja beserta keluarganya terhadap berbagai risiko yang ada pada tenaga kerja itu sendiri (*labor risk*) misalnya risiko kehilangan pekerjaan, kecelakaan kerja, sakit, cacat, lanjut usia, meninggal dunia, dan lain-lain. Jaminan sosial bagi tenaga kerja merupakan bagian dari sistem perlindungan sosial yang memberikan perlindungan tidak hanya kepada mereka yang bekerja saja tetapi juga kepada seluruh anggota keluarganya.

Dalam masyarakat tradisional perlindungan sosial terhadap warganya lebih banyak dilakukan secara informal dengan mengandalkan bantuan keluarga lainnya, tetangga dan masyarakat. Misalnya setiap generasi mempunyai tanggung jawab untuk mengurus dan memelihara orang tua di hari tua mereka dan masyarakat diharapkan akan membantu mereka yang lemah. Akan tetapi, adanya tekanan-tekanan seperti arus urbanisasi mengakibatkan melemahnya sistem perlindungan sosial informal tersebut (Lembaga Penelitian SMERU 2003).

Industrialisasi yang diikuti dengan urbanisasi telah menyebabkan kotakota besar dipadati dengan sejumlah besar tenaga kerja yang hidupnya tergantung dari penerimaan upah. Kemajuan teknologi kedokteran telah berhasil meningkatkan usia harapan hidup tetapi di lain sisi hal ini dapat mengakibatkan akan bertambah banyaknya golongan penduduk lanjut usia dan tidak produktif lagi yang hidupnya tergantung dari orang lain dan semakin banyaknya jumlah pensiunan lanjut usia (manula) yang memerlukan biaya untuk kesehatannya.

PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri (Persero) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang asuransi sosial dengan kegiatan utamanya yang bergerak dalam penyimpanan tabungan pegawai negeri yang menjadi peserta dan memberikan manfaat atas tabungan tersebut dalam bentuk asuransi bagi peserta. Perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya menghadapi tingkat risiko yang dapat dikatakan cukup tinggi. Hal ini disebabkan karena ruang kegiatan usaha perusahaan yang bergerak di bidang asuransi. Dalam dunia asuransi, risiko utama yang dihadapi oleh perusahaan asuransi ialah risiko klaim dari peserta. Risiko tersebut dikatakan cukup tinggi karena perusahaan yang bergerak dalam bidang asuransi menghadapi kondisi ketidakpastian yang dapat menyebabkan terjadinya klaim itu sendiri. Perusahaan hanya dapat memperkirakan kejadian kejadian yang mungkin dapat terjadi sehubungan dengan risiko klaim yang dihadapi akan tetapi perusahaan tidak dapat mengetahui dengan pasti kapan klaim tersebut terjadi. Dalam hal ini

perusahaan memerlukan perencanaan yang berkaitan dengan pengelolaan dana keuangannya secara baik agar saat terjadi klaim dari peserta, perusahaan dapat melakukan kewajibannya sebagai penyelenggara asuransi secara optimal. Oleh karena itu, agar pemberian manfaat bagi peserta dapat dilakukan secara maksimal maka PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri (Persero) perlu menghasilkankinerja-kinerja yang Berorientasi pada pemerolehan laba bagi perusahaan. Kinerja-kinerja yang berorientasi pada pemerolehan laba bagi perusahaan sangat diperlukan karena kegiatan tersebut sangat menunjang eksistensi dari 17 PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri (Persero). Pengelolaan dana tabungan yang terkumpul dari peserta ke dalam aktivitas dunia investasi merupakan bentuk dari kinerja yang berorientasi laba. Pengelolaan dana yang efektif pada PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri (Persero) akan berdampak positif bagi kinerja perusahaan dimana keuntungan dari pengelolaan dana dapat menghasilkan pemberian manfaat yang maksimal bagi peserta. Akan tetapi kegiatan pengelolaan dana perlu dipertimbangkan secara baik PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri (Persero) bergerak dalam bidang asuransi sosial. Dalam hal ini keberadaan perusahaan yang didasarkan atas adanya peserta yang mempunyai peranan vital. Adanya klaim-klaim yang diajukan peserta serta beban-beban yang ditanggung dapat dijadikan salah satu dasar pemikiran mengenai kebijakan pengelolaan dana yang ada pada PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri (Persero).

Seiring dengan perkembangan teknologi serta penggunaan media internet telah mengubah cara manusia dalam berkomunikasi karena Internet memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi yang dibutuhkan, oleh karena itu komunikasi sangatlah penting guna menyampaikan informasi kepada konsumen untuk kesan keunggulan yang dimiliki perusahaan dan menciptakan kesan kontribusi yang diberikan perusahaan terhadap konsumen semakin dekat.

Perusahaan jasa dituntut untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat agar bisnisnya dapat bertahan dan memenangi persaingan yang ada, sehingga tujuan dari perusahaan akan tercapai. Salah satu strategi yang diterapkan adalah dengan menciptakan brand image positif bagi konsumen. (Hakim, A. R., & Hidayat, R. 2017:1). PT. Taspen kini mempunyai Aplikasi yang dapat mempermudah konsumen khususnya Asn dalam melakukan transaksi layanan secara Online, tidak harus datang ke kantor Taspen tapi bisa melalui Aplikasi yang bernama Taspen Mobile. Era ini semua kalangan sudah dapat mengakses internet dengan mudah bagi para pensiunan hanya perlu mengunduh Aplikasi Taspen Mobile kemudian melakukan registrasi melalui aplikasi yang telah diunduh. Melalui Tapsen Mobile konsumen dapat melakukan pengecekan informasi saldo, layanan klaim online, layanan Program Dana Pensiun, Tabungan Hari Tua (THT), Jaminan Keselamatan Kerja (JKK), dan Jaminan Kematian (JKM).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, telah terjalin kegiatan interaksi dari PT. Taspen Bandung dengan Konsumen Asn, penyebaran informasi dan promosi berlangsung cepat, namun belum maksimal dan belum dapat dipastikan bahwa kegiatan Taspen Mobile tersebut dapat mempengaruhi *Brand Awareness*, maka diangkatlah penelitian dengan judul: **"Pengaruh Aplikasi Mobile PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri pada Produk Asuransi dan Tabungan terhadap *Brand awareness* (studi kasus PT. Taspen Bandung tahun 2020)"**.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka perumusan masalah yang diangkat oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah Efektivitas Layanan Aplikasi Mobile PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri Produk Asuransi dan Tabungan?
2. Bagaimanakah *Brand Awareness* PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri menurut Pegawai Negeri Sipil?
3. Seberapa besar pengaruh layanan Aplikasi Mobile PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri terhadap *Brand Awareness*?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Efektivitas layanan Aplikasi Mobile PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri yang diberikan oleh Taspen Bandung
2. Untuk mengetahui *Brand Awareness* yang dirasakan oleh pengguna Aplikasi Mobile PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri
3. Untuk mengetahui pengaruh layanan Aplikasi Mobile PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri terhadap *Brand Awareness*

I. Dasar Teori

1.1 Manajeme Pemasaran

Definisi pemasaran menurut *Kotler dan Keller (2016:27)* “Marketing is the acitivity, set of institusion, and process for creating, communicating, delivering, and exchanging offeringsthat have value for customer, client, partners, and society at large“ (fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menghantarkan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemegang kepentingan).

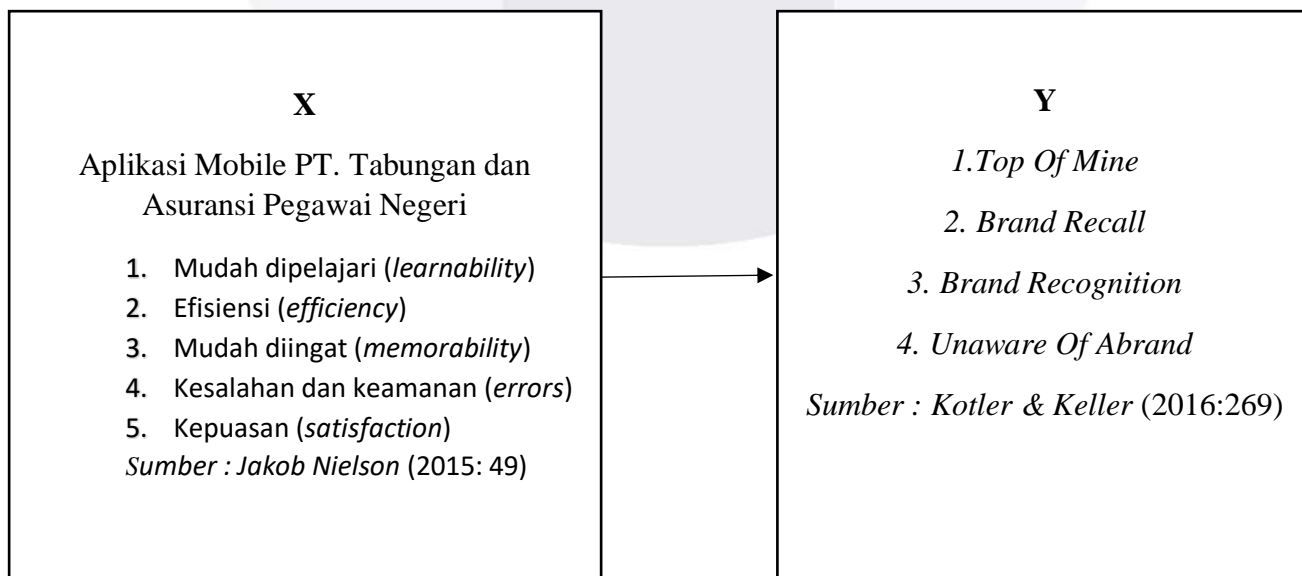
1. 2 Aplikasi mobile

Menurut *Pressman dan Bruce (2015:9)*, aplikasi mobile adalah aplikasi yang telah dirancang khusus untuk platform mobile (misalnya iOS, android,atau windows mobile). Dalam banyak kasus, aplikasi mobile memiliki *user interface* dengan mekanisme interaksi unik yang disediakan oleh platform mobile, inter operabilitas dengan sumber daya berbasis web yang menyediakan akses ke beragam informasi yang relevan dengan aplikasi, dan kemampuan pemrosesan lokal utk pengumpulan, analisis, dan format informasi dengan cara yang paling cocok untuk platform mobile. Selain itu aplikasi mobile menyediakan kemampuan penyimpanan persisten dalam platform.

Kata *mobile* mempunyai arti bergerak atau berpindah, sehingga aplikasi *mobile* menurut Rangsang Purnama (2015) adalah sebutan untuk aplikasi yang berjalan di *mobile device* . Dengan menggunakan aplikasi mobile, dapat dengan mudah melakukan berbagai macam aktifitas mulai dari hiburan, berjualan, belajar, mengerjakan pekerjaan kantor, mengenali suatu merek, browsing dan lain sebagainya.

1.3 Brand awareness

Brand Awareness artinya kesanggupan seorang calon pembeli untuk mengenali atau mengingat kembali bahwa suatu merek merupakan bagian dari kategori produk tertentu (*Kotler dan Keller, 2016*).



1.4 Hipotesis

- II. H_0 : Tidak ada pengaruh dari layanan Aplikasi Mobile PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri (Y) terhadap *Brand Awareness* (X).
- III. H_1 : Terdapat pengaruh antara Aplikasi Mobile PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri (Y) terhadap *Brand Awareness* (X).

Metode Penelitian

Penelitian ini termaksud ke dalam penelitian kuantitatif dengan metode penelitian deskriptif dan verifikatif. Objek Pegawai Negeri Sipil. Alat pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan kuesioner dengan menggunakan skala ordinal dengan menggunakan skala likert dengan 5 skala. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pegawai Negeri Sipil dimana jumlah populasi tidak diketahui dengan pasti jumlahnya. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*, dengan menggunakan rumus Bernouli dan didapat sampel sebesar 100 responden.

Validitas membuktikan bahwa instrument, teknik atau proses yang digunakan untuk mengukur sebuah konsep benar-benar mengukur konsep yang di maksud. Apabila validitas setiap jawaban yang diperoleh ketika memberikan daftar pernyataan lebih besar dari 0,195 maka butir pernyataan dianggap sudah valid. Apabila seluruh instrument variabel penelitian lebih dari 0,700 maka instrument variabel sudah reliabel.

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik untuk menentukan apakah hasil dari uji klasik layak atau tidaknya dilanjut pada analisis regresi linier sederhana yang digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

II. Hasil dan Pembahasan

2.1 Uji validitas

Validitas adalah suatu alat penelitian yang valid, bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Hasil uji validitas pada penelitian ini sebagai berikut:

Pernyataan	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12
Hasil uv	0.850	0.906	0.932	0.928	0.923	0.899	0.940	0.880	0.894	0.953	0.940	0.892

Pernyataan	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11
------------	----	----	----	----	----	----	----	----	----	-----	-----

Hasil uv	0.56	0.80	0.81	0.57	0.62	0.84	0.77	0.83	0.80	0.64	0.79
	8	1	5	4	3	7	4	3	7	9	1

Tabel 1 – Hasil Uji Validitas

Seluruh instrument pernyataan memiliki hasil uji validitas diatas 0,361 maka seluruh butir pernyataan dinyatakan valid.

2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama juga. Hasil uji reliabilitas pada penelitian ini sebagai berikut:

Instrument Variabel	Hasil Uji Reliabilitas
Aplikasi Mobile PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negereri	0.981
<i>Brand awareness</i>	0.910

Tabel 2 – Hasil Uji Reliabilitas

Seluruh instrument variabel memiliki hasil uji reliabilitas diatas 0,600, maka seluruh instrument

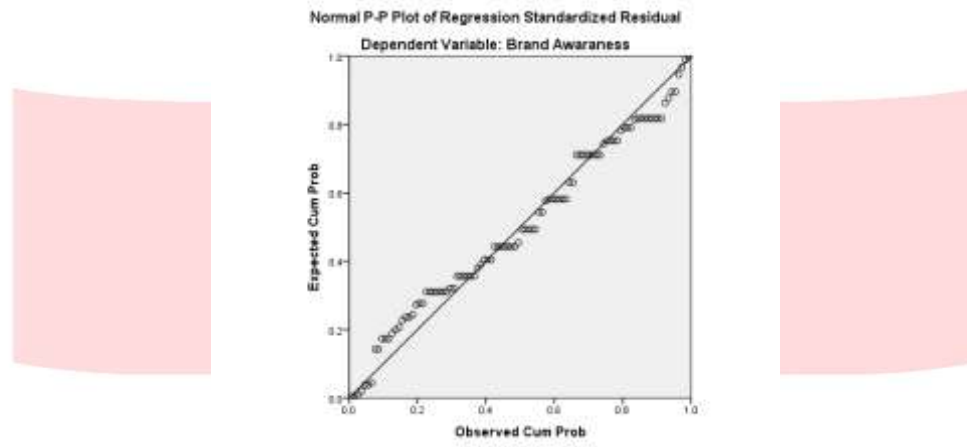
2.3 Analisis Deskriptif

Berdasarkan hasil rekapitulasi skor Aplikasi Mobile PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri, diketahui rata-rata skor adalah 63% yang termaksud dalam klasifikasi skor cukup baik. Indikator pernyataan Anda dapat dengan mudah mengoprasikan aplikasi Taspen Mobile kepada konsumen memperoleh rata-rata skor paling tinggi yaitu 64,80%. Sedangkan indicator pernyataan aplikasi halaman mudah dicari memperoleh rata-rata skor paling rendah, yaitu 61,20%.

Sedangkan hasil rekapitulasi *Brand Awareness* diketahui rata-rata skor adalah 65% yang termaksud dalam klasifikasi skor tinggi. Indikator pernyataan Informasi yang disampaikan oleh PT. Taspen melalui Aplikasi Taspen Mobile Relevan dengan yang dibutuhkan memperoleh rata-rata skor paling tinggi yaitu 70% yang masuk dalam kategori tinggi dan indicator pernyataan Anda sudah mengenal produk Asuransi PT. Taspen memperoleh rata-rata skor paling rendah yaitu 61.60%.

2.4 Analisis Verifikatif

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas. Uji normalitas berguna untuk menguji apakah model yang disusun memiliki distribusi normal atau tidak. Hasil uji normalitas data dengan menggunakan grafik *P-P Plot*:



Gambar 2 – Hasil Normalitas Data

2.5 Analisis Regresi Linier Sederhana

Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana, diperoleh t hitung sebesar 12.800 dan nilai t table dari table distribusi t dengan $\alpha = 0,005$ pada pengujian dua arah adalah 1,981 yang berarti lebih besar dari t table ($t_{hitung} > t_{table}$), selain itu nilai signifikansi pada table t hitung adalah sebesar 0,000 kurang dari 0,05, maka diputuskan untuk H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Aplikasi mobile PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri (X) berpengaruh secara signifikan terhadap *Brand Awareness*.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.932	2.747		1.067	.289
	Brand Awareness	.981	.077	.791	12.800	.000

a. Dependent Variable: Aplikasi Taspen Mobile

Tabel 3 – Hasil uji signifikansi pengaruh X terhadap Y

Setelah hasil pengujian hipotesis diketahui selanjutnya dapat dijelaskan bahwa pemasangan regresi linier sederhana antara Aplikasi mobile PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri (X) dan *Brand Awareness* adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 2.932 + 0.981X$$

Persamaan tersebut menjelaskan bahwa konstanta 2,932 menyatakan jika tidak ada Aplikasi mobile PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri, maka *brand awareness* sebesar 2,932. Sedangkan koefisien regresi sebesar 0,981 menyatakan bahwa setiap penambahan satu media pengguna Aplikasi mobile PT.

Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri akan meningkat sebesar 0,981. Sebaliknya Aplikasi mobile PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri akan mengalami penurunan sebesar 0,981.

Hasil perhitungan koefisien determinasi pengaruh Aplikasi mobile PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri terhadap *Brand Awareness* dengan menggunakan software SPSS 22.00 disajikan dalam table berikut:

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.791 ^a	.626	.622	3.536

a. Predictors: (Constant), Brand Awareness

Pada table diatas menunjukkan bahwa koefisien determinasi diperoleh nilai R square sebesar 0.626. Hal ini berarti bahwa 626% variabel dependen *Brand Awareness* dapat dijelaskan dengan satu variabel independen yaitu . Aplikasi mobile PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri sedangkan sisanya sebesar 37,4% atau 0,374 dapat dijelaskan oleh variabel atau factor-faktor diluar variabel penelitian.

III. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil mengenai variable Aplikasi Mobile PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri (X) diperoleh presentase sebesar 63% angka tersebut berada dalam kategori cukup baik, hasil presentase kegunaan menunjukkan keseluruhan atribut memiliki nilai penerimaan kegunaan dimana aplikasi tersebut mudah dipelajari, efisien, mudah diingat, kesalahan dan keamanan serta kepuasannya. sehingga dapat dikatakan bahwa perangkat lunak aplikasi mobile PT. Tabungan dan Aplikasi Pegawai Negeri yang telah dibuat telah memiliki nilai aspek kegunaan dan banyak digunakan oleh Pegawai Negeri Sipil dikarenakan aplikasi sangat mudah dipelajari serta dimengerti oleh pengguna. Berdasarkan hasil penelitian ini pula ditemukan bahwa pengaruh layanan melalui Aplikasi Mobile PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri terhadap *Brand Awareness* dipengaruhi oleh aplikasi yang dibuat oleh PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri.
2. Selanjutnya variabel *Brand Awareness* (Y) di peroleh presentase 65% angka tersebut berada dalam kategori cukup tinggi, hasil presentase menunjukkan bahwa *Brand*

Awareness terhadap Aplikasi mobile PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri melekat dibenak masyarakat khususnya Pegawai Negeri Sipil.

3. Berdasarkan hasil uji diatas, diperoleh t_{hitung} sebesar 12.800 dan nilai t_{tabel} dari tabel distribusi t dengan $\alpha = 0,05$ pada pengujian dua arah adalah 1,987 yang berarti lebih besar dari t_{tabel} ($t_{hitung} > t_{tabel}$), selain itu nilai signifikan pada tabel t_{hitung} adalah sebesar 0,000 kurang dari 0,05, maka diputuskan untuk H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Aplikasi Mobile PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri (X) berpengaruh secara signifikan terhadap *Brand Awareness* (Y). Jadi variabel Aplikasi Mobile PT. Tabungan dan Aauransi Pegawai Negeri (X) berpengaruh secara signifikan terhadap *Brand Awareness* (Y) dan berdasarkan hasil uji Koefisien Determinasi, Aplikasi Mobile PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri sebesar 0,626 atau 62,6%, sedangkan sisanya sebesar 0,374 atau 37,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk ke dalam penelitian, seperti Seperti iklan, media sosial *Instagram*, *youtube*, *influenser marketing*, *review* konsumen.

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil penelitian, dan simpulan yang didapat maka penelitian ini memberikan saran sebagai berikut:

1. Saran bagi perusahaan
 - a. Berdasarkan hasil penelitian terhadap Aplikasi Mobile PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri Sipil memperoleh rata-rata skor paling rendah yaitu sebesar 61,20% terhadap *Brand Awareness*. Oleh karena itu PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri Sipil dapat membuat satu aplikasi yang memuat semua layanan serta informasi yang ada serta meningkatkan aplikasi dan memberikan fitur-fitur yang lebih mudah untuk dikenali dan dicari oleh Pegawai Negeri Sipil dalam melakukan layanan secara online melalui aplikasi yang di sediakan oleh perusahaan. Melihat kondisi tersebut, PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri Sipil harus mampu mengantisipasinya untuk bagian IT dari perusahaan bisa membuat aplikasi tersebut lebih mudah di akses oleh para pegawai negeri sipil.
 - b. Hasil penelitian terhadap *Brand Awareness* memperoleh rata-rata skor paling rendah yaitu sebesar 61,60% mengenai Produk yang dimiliki oleh PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri Sipil. Perusahaan dapat meningkatkan aplikasi dan memberikan fitur-fitur yang lebih mudah untuk digunakan serta sebagai media promosi perusahaan agar konsumen dapat mengenali produk-produk yang dimiliki oleh perusahaan . Sehingga dapat meningkatkan daya ingat serta keingin tahaun konsumen terhadap segala informasi yang diberikan oleh PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri Sipil.

- c. Ada baiknya bagi perusahaan untuk kedepannya dapat melakukan Promotion dengan baik seperti melakukan pengenalan layanan produk pada saat mobtas (mobile taspen) melakukan layanan keliling, memaksimalkan Instagram yang ada sebagai sarana promosi, mengadakan sosialisasi pengenalan produk. Sehingga para pegawai negeri sipil dapat mengetahui produk-produk yang ada di perusahaan serta perlu lebih lagi membangun dan menjalin hubungan yang baik dengan para pegawai negeri sipil, dengan cara mengadakan kembali sosialisasi-sosialisasi terhadap pegawai negeri sipil.
2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya
 - a. Karena adanya keterbatasan dari penelitian ini diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat membahas lebih mendalam lagi mengenai Aplikasi Mobile PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri terlebih lagi dengan konten yang mampu meningkatkan pengetahuan pegawai negeri sipil terhadap produk-produk yang dimiliki oleh perusahaan.

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan variabel variabel lain diluar variabel yang ada dalam penelitian ini. Bagi peneliti dengan menggunakan metodologi penelitian dan objek penelitian yang berbeda agar dapat dilihat perbedaan dan persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan sehingga dapat menambah pengetahuan bagi banyak pihak.

Daftar Pustaka

Buku :

- Alma, B. (2013). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amstrong, K. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth Edition*. England: Pearson Education, Inc .
- Kotler, P. a. (2014). *Principle Marketing. 14 Edition*. England: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P. d. (2016). *Marketing Management- 15/E*. Essex, England: Pearson Education.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sunjoyo. (2013). *Aplikasi SPSS untuk Smart Riset*. Bandung: Alfabeta.
- Sunjoyo. (Aplikasi SPSS untuk Smart Riset). 2013. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

Skripsi dan Jurnal :

- Armawati, I. (2014). *Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Perceived quality terhadap keputusan pemakaian jasa pada maskapai penerbangan garuda indonesia*. Bandung: eProceedings of Applied Science.
- Bradanata, M. W., & Wibowo, S. (2017). Pengaruh Internet Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret Bandung Cabang Ciganitri. *eProceedings of Applied Science*, 3(2).
- Fajrin, F. V., & Wibowo, S. (2018). Pengaruh Event Marketing Terhadap Brand Image Pada Pt Pikiran Rakyat Bandung Tahun 2018. *eProceedings of Applied Science*, 4(2).
- Hakim, A. R., & Hidayat, R. (2017). Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Bimbingan Belajar Tridaya Bandung 2017). *eProceedings of Applied Science*, 3(2).
- Kiki Handiki, A. M. (2019). *Pengaruh Woed Of Mounth Terhadap Brand Awareness pada PT. Gumbira Wana Indonesia*. Bandung: *eProceedings of Applied Science*, 4(2).
- Rahman, J. N., & Suryawardani, B. (2019). Pengaruh *Brand Awareness* Dan Perceveid Quality Terhadap Minat Beli Pada Neucenrix Data Center (Studi Kasus Pt. Telkom Bengawan Bandung 2019). *eProceedings of Applied Science*, 5(2).
- Rianto, D. (2014). *Pengukuran Usability Sistem Menggunakan Use Questionnaire Pada Aplikasi Android*. Palembang: Jurnal Sistem Informasi (JSI), VOL. 6,.
- Rafika, D., & Wibowo, S. (2018). Pengaruh Sponsorship Terhadap Brand Image Pada Bank Bjb Cabang Buah Batu Bandung 2018. *eProceedings of Applied Science*, 4(2).

Website :

Aplikasi Mobile PT. Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri Bandung

Marketeers – Majalah Bisnis & Marketing Online : www.marketeers.com

We Are Social – www.wearesocial.com www.kemenpar.go.id www.hestanto.web.id/brand-awareness-kesadaran-merek

www.kominfo.go.id