

ABSTRAK

Nama : Budi Satria
Program Studi : Timur Tengah dan Islam Program Pascasarjana Universitas
Indonesia
Judul : Pengaruh *Brand* Bank Mandiri Terhadap *Brand Equity* Bank
Syariah
Mandiri

Tesis ini membahas mengenai pengaruh *brand* Bank Mandiri terhadap *brand equity* Bank Syariah Mandiri. *Brand* Bank Mandiri mempengaruhi lima variabel pembentuk *brand equity* Bank Syariah Mandiri yaitu *brand awareness*, *brand association*, *perceived quality*, *brand loyalty* dan *brand image*. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan desain deskriptif dan untuk analisis data menggunakan *model binary logistic*. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa *brand* Bank Mandiri mempengaruhi *brand equity* Bank Syariah Mandiri. Selanjutnya dalam penelitian ini menyarankan agar Bank Syariah Mandiri mengelola *brand equity* lebih baik lagi.

Kata Kunci :
brand equity, *brand awareness*, *brand association*, *perceived quality*, *brand loyalty*, *brand image*.

ABSTRACT

Name : Budi Satria
Study Program : Middle East and Islam, Post Graduate Program,
University of Indonesia.
Title : The Impact of Bank Mandiri Brand on Bank Syariah
Mandiri Brand Equity

This thesis describes the impact of Bank Mandiri Brand on Bank Syariah Mandiri Brand Equity. Bank Mandiri Brand influences five variables forming the brand equity of Bank Syariah Mandiri, namely brand awareness, brand association, perceived quality, brand loyalty and brand image. This is a qualitative study with a descriptive design and for data analysis it adopts binary logistic model. The results of the study conclude that the brand of Bank Mandiri has impact on the brand equity of Bank Syariah Mandiri. This study further suggest that Bank Syariah Mandiri manage its brand equity in a better manner.

Key words:

brand equity, brand awareness, brand association, perceived quality, brand loyalty, brand image.

اختصار

الاسم	: بودي ستريا
الدراسات	: الشرق الأوسط والعلوم الإسلامية دراسات عليا جامعة
إندونيسيا	
موضوع الرسالة	: تأثير ماركة بنك منديري على الماركة العادلة لبنك منديري الشريعة.

هذا البحث يبحث في تأثير ماركة بنك منديري على الماركة العادلة لبنك منديري الشريعة. ماركة بنك منديري تؤثر على خمس علاقات طيبة لماركة بنك منديري الشريعة وهي ماركة الثقة، ماركة المؤسسة، ماركة الكيفية، ماركة الولاء وماركة الرأي العام. هذا البحث بحث تقييمي مع استخدام تحليل تصويري وأما تحليل المراجع فيستخدم استطلاع معقول الجهتين. دلت نتيجة البحث على ماركة بنك منديري تؤثر تأثيرا قويا على ماركة بنك منديري الشريعة. وهذا البحث توصي بنك منديري على أن تحتفظ على الرأي العام الطيب وذلك لترتقي نحو أفضل .

الكلمات المفتاحية : الماركة العادلة، ماركة الأمانة، الماركة المؤسسة، الماركة الكيفية، ماركة الولاء، ماركة الرأي العام