



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**PENGARUH BRAND BANK MANDIRI TERHADAP BRAND  
EQUITY BANK SYARIAH MANDIRI**

**TESIS**

**Budi Satria  
0706192325**

**PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI TIMUR TENGAH DAN ISLAM  
JAKARTA  
JANUARI 2009**



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**PENGARUH BRAND BANK MANDIRI TERHADAP BRAND  
EQUITY BANK SYARIAH MANDIRI**

**TESIS**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Sains (M.Si)

**Budi Satria  
0706192325**

**PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI TIMUR TENGAH DAN ISLAM  
EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH  
JAKARTA  
JANUARI 2009**

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Budi Satria  
NPM : 0706192325**

**Tanda Tangan :**

**Tanggal : 5 Januari 2009**

## LEMBAR PENGESAHAN

**Tesis ini diajukan oleh :**  
**Nama :** Budi Satria  
**NPM :** 0706192325  
**Program Studi :** Timur Tengah dan Islam Program Pascasarjana  
Universitas Indonesia  
**Judul Tesis :** Pengaruh Brand Bank Mandiri Terhadap Brand  
Equity Bank Syariah Mandiri

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister of Sains (M.Si) pada Program Studi Timur Tengah dan Islam Program Pascasarjana Universitas Indonesia.

### DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Muhammad Muslich, MBA (.....)  
Pembimbing : Nurdin Sobari, SE, MM, CAAE (.....)  
Penguji : Prof. Dr. Sofjan Assauri, MBA (.....)  
Pembaca Ahli : Ir Hardius Usman, M.Si. (.....)  
/Reader

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 5 Januari 2009

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmannirahim*

Alhamdulillah, puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan nikmat dan rahmat-Nya sehingga penulis pada akhirnya bisa dan mampu menyelesaikan tesis ini meskipun dengan waktu yang sangat singkat. Shalawat dan salam penulis sampaikan pada Nabi Muhammad SAW yang telah merombak kehidupan di bumi ini.

Penulis menyadari bahwa penulis tidak dapat menyelesaikan tesis ini tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya penulis haturkan kepada:

1. Bapak Mustafa Edwin Nasution, Ph.D, selaku ketua program PSTTI Universitas Indonesia.
2. Bapak Nurdin Sobari, SE. MM. CAAE selaku dosen sekaligus pembimbing tesis yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran didalam mengarahkan penulis dalam penyusunan tesis ini;
3. Bapak Prof. Dr. Sofjan Assauri, MBA selaku dosen yang selalu sabar dan ikhlas memberikan ilmu dan bimbingannya;
4. Bapak Dr. Muhammad Muslich, MBA dan Bapak Hardius Usman, M.Si, selaku dosen penulis yang telah banyak memberikan ilmu yang bermanfaat serta telah memberikan kritikan dan saran untuk penyempurnaan thesis ini;
5. Keluarga penulis, yaitu istri tercinta Endah Tri Iriany dan anak tersayang Diah Ayu Setiarini yang selalu memberikan do'a dan semangat agar penulis bisa menyelesaikan tesis ini. "Hatur sungkem" buat Bapak dan Ibunda tercinta atas do'anya, kasih sayang dan jasa-jasanya yang tak ternilai dengan materi kepada penulis. Semoga penulis bisa membalas jasa kedua orang tua penulis suatu saat nanti. Amin ya Allah.

6. Para pengajar (dosen) di Universitas Indonesia Program Pascasarjana Studi Timur Tengah dan Islam kekhususan Ekonomi dan Keuangan Syariah yang telah memberikan ilmu yang sangat berharga bagi penulis dan dukungan untuk kelancaran penulisan tesis ini.
7. Rekan rekan karyawan dan atasan di Bank Mandiri Direktorat Internal Audit Group yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah turut andil membantu dan memberikan sumbangsih yang sangat berharga bagi penulis dalam penelitian tesis ini. Terima kasih, semoga Allah SWT membalas kebaikan-kebaikan Bapak dan Ibu sekalian . Amin
8. Para staff akademik Universitas Indonesia Program Studi Timur Tengah dan Islam yang telah membantu penulis dalam bidang administrasi akademik.
9. Teman-teman di Universitas Indonesia Program Studi Timur Tengah dan Islam terutama kekhususan Ekonomi dan Keuangan Syariah angkatan 13 dan khususnya lagi teman teman di kelas konsentrasi Pemasaran Islami yang telah memberi semangat dan membantu demi suksesnya studi di Universitas Indonesia. Jasa teman-teman sekalian akan selalu penulis ingat dan kenang. Persahabatan bak mata rantai yang kokoh, kuat dan tak dapat diputuskan.
10. Orang-orang lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang turut andil memberikan bantuannya dalam menyelesaikan tesis ini.

Penulis sudah berusaha dengan segenap kemampuan penulis agar hasil dari karya akhir ini menjadi karya yang maksimal. Akan tetapi penulis juga menyadari bahwa tesis ini masih belum sempurna yang pada suatu saat nanti dapat diperbaiki dan dikembangkan lebih lanjut.

Jakarta, 5 Januari 2009

Penulis

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Budi Satria  
NPM : 0706192325  
Program Studi : Timur Tengah dan Islam Program Pascasarjana Universitas  
Indonesia  
Kekhususan : Ekonomi dan Keuangan Syariah  
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalty Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Pengaruh Brand Bank Mandiri Terhadap Brand Equity Bank Syariah Mandiri

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalty Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya tanpa meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 5 Januari 2009  
Yang menyatakan

(Budi Satria)

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA TUGAS AKHIR</b>	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Pembatasan Masalah.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	15
1.5.1 Bagi Manajemen Bank Syariah .....	13
1.5.2 Bagi Praktisi Perbankan dan Akademis .....	14
1.6 Kerangka Pemikiran.....	14
1.7 Hipotesis Penelitian.....	16
1.8 Metode Penelitian.....	17
1.9 Sistematika Penulisan.....	17
<b>2 TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Pengertian Merek.....	19
2.2 Merek Berdasarkan Syariah.....	23
2.2.1 <i>Shiddiq</i> .....	23
2.2.2 <i>Amanah</i> .....	24
2.2.3 <i>Fathanah</i> .....	25
2.2.4 <i>Tabligh</i> .....	26
2.3 Kegunaan dari Merek .....	27
2.3.1 Peran Merek Bagi Konsumen .....	27
2.3.2 Peran Merek Bagi Produsen .....	27



2.4	Ekuitas Merek .....	28
2.4.1	Pendekatan <i>Customer Base Brand Equity</i> .....	29
2.4.2	Membangun Ekuitas Merek Berdasarkan CBBE .....	29
2.4.3	Elemen Ekuitas Merek.....	31
2.4.3.1	<i>Awareness</i> .....	32
2.4.3.2	<i>Percieved Quality</i> .....	34
2.4.3.3	Assosiasi Terhadap Merek.....	36
2.4.3.4	Loyalitas Merek.....	38
2.4.3.5	<i>Brand Image</i> .....	40
2.5	Perilaku Konsumen .....	41
2.5.1	Proses Pengambilan Keputusan .....	41
2.5.2	Alasan-alasan yang Mendorong Perilaku Konsumen...	44
2.5.3	Persepsi .....	49
2.6	Penelitian Sebelumnya.....	51
2.6.1	Hasis Purwanto.....	51
2.6.2	Yudha Tembaga.....	52
2.6.3	Godo Tjahyono.....	52
2.6.4	Kusdiyanto.....	53
2.2.5	Sri Hartani.....	53
<b>3</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1	Desain Riset .....	54
3.2	Proses Riset .....	55
3.3	Obyek Penelitian.....	56
3.4	Pengumpulan Data.....	56
3.4.1	Riset Sekunder.....	57
3.4.2	Riset Primer .....	57
3.5	Statistik Deskriptif .....	58
3.5.1	Jenis Kelamin .....	58
3.5.2	Usia .....	59
3.5.3	Pekerjaan Responden .....	59
3.5.4	Pendidikan Responden .....	60
3.5.5	Pendapatan Responden .....	61
3.5.6	Tempat Tinggal Responden .....	61
3.6	Tahap Penyelesaian Masalah.....	62
3.6.1	Uji Validitas.....	62
3.6.2	Uji Reabilitas Cronhbach Alpha.....	63
3.6.3	Model Logit.....	63

3.6.4	Interpretasi Model/Parameter.....	66
3.6.5	Interpretasi Parameter dari Variabel Bebas Dokotomi.....	67
3.6.6	Interpretasi Parameter Variabel Bebas Kontinu.....	68
3.6.7	Interpretasi Parameter dari Variabel Bebas Politomi.....	68
3.6.8	Variabel Independent.....	68
3.7	Pembentukan Model Logit .....	69
3.8	Difinisi Operasional .....	70
3.9	<i>Flow Chart</i> Tahap Penelitian.....	72
<b>4</b>	<b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1	Pengujian Data .....	75
4.1.1	Uji Validitas.....	75
4.1.2	Uji Reliabilitas.....	80
4.1.3	Rangkuman Uji Validitas dan Reliabilitas.....	83
4.2	Pengolahan Data.....	83
4.2.1	Uji untuk Keseluruhan Model.....	83
4.2.2	Uji Wald/Uji Signifikansi tiap Parameter.....	85
4.2.3	Interpretasi Model Logit.....	86
<b>5</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1	Kesimpulan.....	89
5.2	Saran .....	89
	Daftar Pustaka .....	92

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pertumbuhan Kredit dan DPK Perbankan Indonesia	1
Gambar 1.2	Kerangka Pemikiran <i>Brand Equity</i> Bank Syariah Mandiri.....	15
Gambar 2.1	Elemen Utama Ekuaitas Merek.....	32
Gambar 2.2	<i>Brand Awareness Pyramid</i> .....	33
Gambar 2.3	Diagram Membangun Asosiasi Merek Perusahaan.....	37
Gambar 2.4	<i>Brand Loyalty Pyramid</i> .....	38
Gambar 2.5	Proses Pengambilan Keputusan .....	42
Gambar 2.6	Hierarki Kebutuhan .....	48
Gambar 3.1	<i>Research Design Process</i> .....	54
Gambar 3.2	Jenis Kelamin .....	58
Gambar 3.3	Profil Usia Responden.....	59
Gambar 3.4	Profil Pekerjaan Responden.....	60
Gambar 3.5	Profil Pendidikan Responden.....	60
Gambar 3.6	Profil Pendapatan Responden.....	61
Gambar 3.7	Profil Tempat Tinggal Responden.....	62
Gambar 3.8.	Tahapan Penyelesaian Masalah .....	72

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan Dana Pihak Ketiga dan Kredit 10 Bank.....	2
Tabel 1.2	Pertumbuhan Pembiayaan dan DPK Bank Syariah Mandiri.....	8
Tabel 3.1	Contoh Pemerian Kode.....	70
Tabel 3.2	Penjelasan Variabel dalam Model Logit.....	71
Tabel 4.1	Atribut <i>Brand Awareness</i> .....	75
Tabel 4.2	Uji Validitas <i>Brand Awareness</i> .....	76
Tabel 4.3	Atribut <i>Perceived Quality</i> .....	76
Tabel 4.4	Uji Validitas <i>Perceived Quality</i> .....	77
Tabel 4.5	Atribut <i>Brand Associations</i> .....	77
Tabel 4.6	Uji Validitas <i>Brand Associations</i> .....	78
Tabel 4.7	Atribut <i>Brand Loyalty</i> .....	78
Tabel 4.8	Uji Validitas <i>Brand Loyalty</i> .....	79
Tabel 4.9	Atribut <i>Brand Image</i> .....	79
Tabel 4.10	Uji Validitas <i>Brand Image</i> .....	80
Tabel 4.11	Uji Reliabilitas <i>Brand Awareness</i> .....	81
Tabel 4.12	Uji Reliabilitas <i>Perceived Quality</i> .....	81
Tabel 4.13	Uji Reliabilitas <i>Brand Association</i> .....	82
Tabel 4.14	Uji Reliabilitas <i>Brand Loyalty</i> .....	82
Tabel 4.15	Uji Reliabilitas <i>Brand Image</i> .....	82
Tabel 4.16	Kesimpulan Uji Reliabilitas dan Validitas.....	83
Tabel 4.17	<i>Iretation History Model</i> Keseluruhan Variabel.....	84
Tabel 4.18	Uji G Keseluruhan Variabel.....	84
Tabel 4.19	Uji Wald Seluruh Variabel.....	85

## DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1	Model Logit.....	64
Rumus 3.2	Uji G Keseluruhan Model.....	65
Rumus 3.3	Uji Wald.....	66
Rumus 3.4	Perbandingan Risiko.....	66
Rumus 3.5	Odds Ratio.....	66
Rumus 3.6	Odds Ratio variabel Bebas Dikotomi.....	67

