

**PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI  
MEREK, DAN KESAN KUALITAS TERHADAP NIAT  
NASABAH UNTUK TETAP MENGGUNAKAN  
TABUNGAN SYARIAH MANDIRI DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN  
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN

MILIK  
PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA



**DIAJUKAN OLEH**

**RATIH DAMAYANTI**

No. Pokok : 040016777

**KEPADA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2004**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KESADARAN MEREK, ASOSIASI MEREK,  
DAN KESAN KUALITAS TERHADAP NIAT NASABAH  
UNTUK TETAP MENGGUNAKAN TABUNGAN  
SYARIAH MANDIRI DI SURABAYA**

**DIAJUKAN OLEH :**  
**RATIH DAMAYANTI**  
**No. Pokok : 040016777**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

**DOSEN PEMBIMBING,**



**Dra.Ec. Hj. DWI UTAMI S., MS.**

**TANGGAL** 5/2/2011

**KETUA PROGRAM STUDI,**



**Prof. Dr. H. AMIRUDDIN UMAR, SE**

**TANGGAL** 5/2/2011

## ABSTRAKSI

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kesadaran merek, asosiasi merek, dan kesan kualitas terhadap niat nasabah untuk tetap menggunakan tabungan Syariah Mandiri di Surabaya. Responden yang diteliti adalah para nasabah Bank Syariah Mandiri khususnya yang memiliki rekening tabungan Syariah Mandiri di Surabaya.

Variabel bebas yang digunakan untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini adalah variabel kesadaran merek, asosiasi merek, dan kesan kualitas. Sedangkan variabel terikatnya adalah niat nasabah untuk tetap menggunakan tabungan Syariah Mandiri di Surabaya.

Dua ratus responden telah mengisi kuesioner dan menjadi sumber data penelitian ini. Dengan teknik *Pearson product moment correlation* dan teknik *cronbach's alpha*, data penelitian ini telah memenuhi syarat valid dan reliabel. Uji hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh ketiga variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat dan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

Model persamaan regresi linier berganda yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah:  $Y = 0,969 + 0,317 X_1 + 0,338 X_2 + 0,347 X_3$ . Berdasarkan hasil analisis diperoleh simpulan bahwa variabel kesadaran merek, asosiasi merek, dan kesan kualitas secara bersama-sama maupun secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat nasabah untuk tetap menggunakan tabungan Syariah Mandiri di Surabaya. Penelitian ini juga menemukan bahwa variabel asosiasi merek memiliki pengaruh yang dominan terhadap niat nasabah untuk tetap menggunakan tabungan Syariah Mandiri di Surabaya.