

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FAI

Pengaruh Brand Awareness dan Brand Association Pada Logo iB (islamic Banking) Terhadap Brand Trust Perbankan Syariah (Studi Kasus: PT. Bank Syariah Mandiri KC Bintaro Sektor III

Liza Amalia

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=75164&lokasi=lokal>

Abstrak

Liza Amalia, ?Pengaruh Brand Awareness dan Brand Association Pada Logo iB (islamic Banking) Terhadap Brand Trust Perbankan Syariah (Studi Kasus: PT. Bank Syariah Mandiri KC Bintaro Sektor III)?. Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam Universitas Prof. Dr. HAMKA.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara brand awareness, dan brand association pada logo iB terhadap brand trust perbankan syariah. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan populasi dari nasabah Bank Syariah Mandiri KC Bintaro sektor III 4.820 nasabah dan 98 nasabah sebagai sampelnya. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan simple random sampling. Sedangkan untuk metode analisis data menggunakan model analisis regresi linear berganda, dan untuk olah data menggunakan program SPSS 22. Hasil dari penelitian ini brand awaremess berpengaruh positif dan signifikan terhadap brand trust perbankan syariah dengan tingkat sig. $0,005 < sig. 0,05$. Selanjutnya, Brand association berpengaruh positif dan signifikan terhadap brand trust perbankan syariah dengan tingkat sig. $0,000 < sig. 0,05$. Secara bersama-sama variabel brand awareness dan brand association berpengaruh simultan terhadap brand trust perbankan syariah dengan F hitung sebesar 4,924 dan tingkat signifikansi 0,009.