

ABSTRAK

Nama : Teuku Muhammad Azani
Program Studi : Program Magister Ilmu Manajemen
Judul : PENGARUH KESADARAN MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN JASA GADAI EMAS PADA BANK ACEH SYARIAH DENGAN KEPERCAYAAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL MEDIASI.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kesadaran merek dan citra merek terhadap kepercayaan merek dan keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas pada Bank Aceh Syariah Cabang Lhokseumawe. Sampel dalam penelitian ini adalah 150 orang nasabah produk gadai emas. Transaksi gadai emas di Indonesia saat ini berkembang pesat, baik yang dikelola oleh perbankan syariah maupun perbankan non syariah, termasuk Lembaga pembiayaan non bank. Salah satu bank yang mengadakan program pegadaian emas adalah Bank Aceh Syariah. Prinsip *Rahn* yang dioperasionalkan oleh Bank Aceh Syariah menggunakan akad *Al-qard dan Alijarah*, yaitu dengan menyewa *safe deposit box* (SDB) sebagai tempat penyimpanan emas, nasabah akan dibebankan biaya administrasi dan juga biaya penggunaan SDB, dan konsep inilah yang dimanfaatkan oleh Bank Aceh Syariah Cabang Lhokseumawe untuk memberikan biaya yang lebih ringan kepada nasabah dibandingkan lembaga-lembaga keuangan dan pegadaian lainnya. Data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar melalui google form. Metode analisis data menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dan perangkat Analysis of Moment Structure (Amos). Hasil penelitian menunjukkan kesadaran merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan merek dan keputusan nasabah untuk membeli produk Rahn Bank Aceh Syariah. Selanjutnya citra merek ditemukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan merek dan keputusan pembelian nasabah. Kemudian kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian nasabah. Dalam pengujian pengaruh tidak langsung ditemukan variabel kepercayaan merek ditemukan memediasi pengaruh kesadaran merek dan citra merek terhadap keputusan pembelian nasabah produk gadai emas Bank Aceh Syariah Cabang Lhokseumawe. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi penting bagi pengelola bank dalam Menyusun strategi dan perencanaan bisnis perbankan, khusus nya produk gadai emas.

Kata kunci: kesadaran merek, citra merek, kepercayaan merek, keputusan nasabah.