

ABSTRAK

Zahrah, Farwa 2014 SKRIPSI. Judul : “ Strategi Membangun *Brand Equity* Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Malang”

Pembimbing: Yayuk Sri rahayu, SE., MM

Kata Kunci: *Brand equity*, Bank Syariah

Brand equity merupakan strategi perusahaan untuk mempertahankan loyalitas konsumen serta keuntungan jangka panjang. *Brand equity* merupakan nilai *prestise* yang mencerminkan citra diri seseorang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi dan efektivitas implementasi strategi *brand equity* pada Bank Syariah Mandiri Cabang Malang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Subyek penelitian adalah bagian marketing dan nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.

Strategi membangun *brand equity* pada Bank Syariah Mandiri Cabang selaras dengan teori yaitu dengan menggunakan penjualan perseorangan, periklanan (*advertising*), *sponsorship*, publisitas, komunikasi di tempat pembelian, menggunakan simbol pada merek, melakukan *brand extention*, memberikan kemudahan penggunaan produk, memberikan pelayanan prima, menggunakan performa, menggunakan nilai *prestise*, memanfaatkan nama perusahaan pembuat produk, melakukan kerjasama dengan perusahaan lain, menggunakan jaringan ritel, menjaga nama, memberikan penawaran produk yang berkualitas, menetapkan harga sesuai dengan kebutuhan konsumennya, menjaga standar kualitas lingkungan perusahaan, mengedepankan standar kualitas pelayanan, menggunakan LAZNAS, menggunakan teknologi yang canggih, memberikan hadiah kepada nasabah serta melakukan strategi jemput bola. Strategi ini sudah efektif terbukti dengan adanya pertumbuhan yang terus mengalami kenaikan pada Bank Syariah Mandiri Cabang Malang.