

ABSTRAK

Mukhtar. 2021. *Pengaruh Citra Merek dan Word of Mouth Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kc Banjarmasin.* Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pembimbing: H. Abdul Gafur, Lc., MA.

Kata Kunci : Citra Merek, *Word of Mouth*, *Proses Pengambilan Keputusan*

Persaingan industri perbankan Syariah di Indonesia yang sedang terjadi saat ini semakin ketat. Dengan demikian, terjadi pula perubahan di dalam setiap promosi dalam rangka memaksimalkan layanan perbankan serta membuat citra bank semakin positif. Salah satu bentuk promosi pemasaran ialah dari mulut ke mulut (*Word of Mouth*).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan *word of mouth* terhadap proses pengambilan keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia Kc Banjarmasin secara parsial dan simultan.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang bersifat kuantitatif dengan metode pengumpulan data (kuesioner). Objek penelitian ini adalah citra merek (X_1) dan *word of mouth* (X_2) terhadap prosen pengambilan keputusan nasabah (Y), subyek dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia Kc Banjarmasin dengan sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda, uji T dan uji F.

Hasil dari penelitian ini. Pertama: hasil Uji F (simultan) menyatakan bahwa variabel citra merek (X_1) dan *word of mouth* (X_2) berpengaruh secara simultan. Kedua: Berdasarkan hasil Uji T (parsial) hanya satu variabel yang berpengaruh secara parsial yaitu citra merek (X_1). Sedangkan variabel *word of mouth* tidak berpengaruh secara parsial terhadap proses pengambilan keputusan.