

ABSTRAK

Elisabeth I. Gimon

Tesis

Analisis Pengaruh *Money Market Experience* terhadap *Pleasure* dan *Brand Equity* pada Nasabah PT Pegadaian Cabang Malalayang di Manado

Tujuan penelitian ini adalah menjelaskan pengaruh dari money market experience yang meliputi: *accessibility*, *easy of doing business*, *executional excellence*, *personalized offering*, *staff engagement*, *value for money*, dan *reputation* terhadap *pleasure* dan pengaruh *pleasure* terhadap brand equity pada PT Pegadaian cabang Malalayang Manado. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Variabel penelitian meliputi: *accessibility*, *easy of doing business*, *executional excellence*, *personalized offering*, *staff engagement*, *value for money*, dan *reputation* sebagai variabel bebas sedangkan bvr terikatnya adalah *pleasure* dan brand equity. Jumlah sampel penelitian sebanyak 150 nasabah PT Pegadaian cabang Malalayang Manado. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan, keseluruhan variabel bebas mempengaruhi *pleasure*, dan variabel *pleasure* mempengaruhi brand equity. Pengujian secara parsial menunjukkan bahwa terdapat empat hipotesis yang terbukti pengaruhnya terhadap *pleasure* pada layanan PT Pegadaian cabang Malalayang Manado. Empat variabel tersebut adalah: *easy of doing business*, *executional excellence*, *staff engagement*, dan *reputation*. Sedangkan tiga variabel lain yaitu: *accessibility*, *personalized offering*, dan *value for money* tidak mempengaruhi *pleasure*. *Pleasure* adalah variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap brand equity.

Kata Kunci:

Accessibility, Easy of Doing Business, Executional Excellence, Personalized Offering, Staff Engagement, Value for Money, Reputation, Pleasure, Brand Equity, PT Pegadaian cabang Malalayang Manado

