

ABSTRAK

PERSEPSI NASABAH TENTANG CITRA KREDIT USAHA RAKYAT PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO), Tbk. SERTA PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN KREDIT NASABAH RETAIL DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

Christina Olivia Naomi Uli

Bank akan mengembangkan jenis-jenis produknya dalam bentuk berbagai layanan perbankan. Produk-produk ini berkembang sesuai dengan kemajuan dan perkembangan teknologi informasi tetapi keragamannya akan dibatasi oleh jenis banknya itu sendiri karena setiap bank memiliki ciri khas, keleluasaan, dan keterbatasan tertentu. Permasalahan yang dapat dirumuskan adalah apakah citra perusahaan, citra pemakai, dan citra produk berpengaruh terhadap keputusan penggunaan kredit usaha rakyat ritel di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Bandar Lampung. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan, citra pemakai, dan citra produk terhadap keputusan penggunaan kredit usaha rakyat ritel di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Bandar Lampung.

Perumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah citra perusahaan, citra pemakai, dan citra produk berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan kredit usaha rakyat ritel di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Bandar Lampung. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Accidental Sampling*, yaitu proses penarikan sampel secara kebetulan. Sedangkan untuk teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis kualitatif dan kuantitatif, dengan menggunakan regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil perhitungan uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa variabel citra perusahaan, citra pemakai, dan citra produk bersama-sama memiliki efek yang signifikan dan positif dalam keputusan penggunaan kredit usaha rakyat ritel di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Bandar Lampung dengan **nilai $F_{hitung} (25,165) > F_{tabel} (3,07)$** . Nilai F_{hitung} menunjukkan bahwa secara statistik keputusan penggunaan kredit usaha rakyat ritel di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Bandar Lampung dipengaruhi secara positif dan nilai signifikan **$0,000 < 0,05$** oleh variabel citra perusahaan, citra pemakai, dan citra produk.

Saran yang diberikan kepada perusahaan sebagai pemegang merek antara lain perusahaan diharapkan menjaga hubungan baik dengan nasabah. Selain itu, perusahaan dapat meningkatkan citra produknya dengan cara membuat variasi

produk. Selanjutnya, perusahaan hendaknya lebih aktif memperkenalkan jati diri perusahaan melalui iklan dan promosi.

Keywords: kredit usaha rakyat BRI, citra, citra perusahaan,
citra pemakai, citra produk, keputusan penggunaan kredit