

II. HASIL DAN PEMBAHASAN

2.1 Karakteristik Responden

Berdasarkan jawaban responden yang telah diklasifikasikan menurut jenis kelamin, umur, pendidikan, jenis pekerjaan, dan pengeluaran dalam satu bulan, maka dapat digambarkan mengenai data responden sebagai berikut :

2.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	68	68%
Perempuan	32	32%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2012

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin pada Tabel 10, dapat diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 68 orang atau 68% sebagai pengguna fasilitas kredit usaha rakyat ritel pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Bandar Lampung, dan selebihnya berjenis kelamin perempuan sebanyak 32 orang atau 32%.

2.1.2 Berdasarkan Usia

Tabel 2. Usia Responden

Usia Responden (tahun)	Frekuensi	Persentase
< 20 tahun	3	3%
20 – 25 tahun	13	13%
26 – 35 tahun	68	68%
36 - 45 tahun	10	10%
>46 tahun	6	6%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2012.

Dari hasil kuesioner pada Tabel 11 dapat diketahui bahwa usia pengguna fasilitas kredit usaha rakyat ritel pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Bandar Lampung tahun 2012, didominasi usia 26-35 tahun sebanyak 68%

atau 68 orang. Kemudian, skala usia 20-25 tahun sebesar 13% dan paling sedikit pada skala usia <20 tahun sebesar 3% dari total responden.

2.1.3 Berdasarkan Jenjang Pendidikan

Pendidikan S1/S2 mempunyai jumlah yang paling banyak yaitu sebanyak 54 orang atau sebesar 54%. Dilanjutkan pendidikan D1/D2/D3 sebanyak 27 orang atau sebesar 27% dan yang paling sedikit jenjang pendidikan SMA yang berjumlah 19 orang atau sebesar 19%.

Tabel 3. Jenjang Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SD	0	0%
SMP	0	0%
SMA	19	19%
D1/D2/D3	27	27%
S1/S2	54	54%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2012.

2.1.4 Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Rata-rata pekerjaan responden memiliki jumlah yang banyak adalah wiraswasta sebanyak 59 orang atau sebesar 59%. Selanjutnya urutan kedua adalah Pegawai Negeri Sipil sebanyak 18 orang atau 18%. Kemudian karyawan BUMN menempati urutan ketiga dengan jumlah 13 orang atau 13% dan profesional memiliki jumlah yang paling kecil yaitu sebanyak 3 orang atau 3%.

Tabel 4. Jenis Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pegawai Negeri	18	18%
Wiraswasta	59	59%
Karyawan BUMN	13	13%
Profesional	3	3%
Karyawan Swasta	7	7%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2012.

2.1.5 Berdasarkan Pengeluaran dalam Satu Bulan

Tabel 5. Pengeluaran dalam Satu Bulan

Pengeluaran	Frekuensi	Persentase
Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	5	5%
Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	51	51%
Rp 3.000.001 - Rp 4.000.000	27	27%
Rp 4.000.001 - Rp 5.000.000	10	10%
> Rp 5.000.001	7	7%
Total	100	100

Sumber: Data Primer diolah, 2012.

Berdasarkan Tabel 14, dapat dilihat bahwa pengeluaran responden terbesar adalah antara Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000 perbulan sebanyak 51 orang atau 51%. Urutan kedua pengeluaran antara Rp 3.000.001 - Rp 4.000.000 sebanyak 27 orang atau 27%, kemudian pengeluaran antara Rp 4.000.001 - Rp 5.000.000 sebanyak 10 orang atau 10%, dan yang terkecil pengeluaran antara Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000 sebanyak 5 orang atau 5%.

2.2 Analisis Kualitatif

2.2.1 Analisis Persepsi Responden Terhadap Variabel Citra Perusahaan (X_1)

Berikut hasil tanggapan responden mengenai variabel citra perusahaan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk.

Tabel 6. Persepsi Responden Terhadap Citra Perusahaan (X_1)

Item Pertanyaan	Skor Jawaban					Total	Modus
	SB = 5 Frekuensi	B = 4 Frekuensi	CB = 3 Frekuensi	KB = 2 Frekuensi	STB = 1 Frekuensi		
1	16	47	28	8	1	100	4
2	14	49	20	12	5	100	4
3	6	40	47	7	0	100	3
Total Modus							4

Sumber: Data Primer diolah, 2012.

Persepsi responden terhadap citra perusahaan meliputi sejumlah indikator, seperti logo BRI sangat menarik, mudah dikenali dan mudah diingat, visi dan misi BRI jelas dan mudah dipahami, BRI memiliki kantor cabang yang tersebar di seluruh kota di Indonesia. Semakin baik citra perusahaan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk, maka akan semakin tinggi keputusan penggunaan KUR Retail dan sebaliknya.

Tabel 6 merupakan hasil tanggapan responden terhadap citra perusahaan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Pada item pertanyaan pertama mengenai persepsi responden terhadap logo Bank Rakyat Indonesia sangat menarik, mudah dikenali dan mudah diingat, diperoleh rata-rata responden menjawab 4 (baik) dengan 47 responden. Pertanyaan 2 persepsi responden tentang visi dan misi Bank Rakyat Indonesia jelas dan mudah dipahami. rata-rata responden menjawab 4 (baik) dengan 49 responden. Pertanyaan 3 persepsi responden tentang Bank Rakyat Indonesia memiliki kantor cabang yang tersebar di seluruh kota di Indonesia., rata-rata responden menjawab 3 (cukup baik) dengan 47 responden.

2.2.2 Analisis Persepsi Responden Terhadap Variabel Citra Pemakai (X_2)

Berikut hasil tanggapan responden mengenai variabel citra pemakai KUR PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk.

Tabel 7. Persepsi Responden Terhadap Citra Pemakai (X_2)

Item Pertanyaan	Skor Jawaban					Total	Modus
	SB = 5	B = 4	CB = 3	KB = 2	STB = 1		
	Frekuensi	Frekuensi	Frekuensi	Frekuensi	Frekuensi		
1	19	29	30	21	1	100	3
2	25	45	17	11	2	100	4
3	4	41	45	9	1	100	3
Total Modus							3

Sumber: Data Primer diolah, 2012.

Pada Tabel 7 mengenai citra pemakai dibagi ke dalam 3 pertanyaan. Pertanyaan 1 persepsi responden mengenai nasabah yang menggunakan fasilitas KUR Ritel BRI karena sasaran KUR BRI mencakup semua kalangan masyarakat, baik kalangan menengah ke atas maupun kalangan ke bawah, rata-rata responden menjawab 3 (cukup baik) dengan 30 responden. Pertanyaan 2 persepsi responden tentang KUR BRI mencakup semua bidang usaha (perdagangan, pertanian, jasa, transportasi, perikanan, perkebunan, dan calon tenaga kerja), rata-rata responden menjawab 4 (baik) dengan 45 responden. Pertanyaan 3 persepsi responden tentang menggunakan fasilitas KUR Ritel BRI karena telah puas terhadap layanan yang telah diberikan., rata-rata responden menjawab 3 (cukup baik) dengan 45 responden.

2.2.3 Analisis Persepsi Responden Terhadap Variabel Citra Produk (X_3)

Berikut hasil tanggapan responden mengenai variabel citra produk KUR PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk.

Tabel 8. Persepsi Responden Terhadap Citra Produk (X_3)

Item Pertanyaan	Skor Jawaban					Total	Modus
	SB = 5	B = 4	CB = 3	KB = 2	STB = 1		
	Frekuensi	Frekuensi	Frekuensi	Frekuensi	Frekuensi		
1	27	38	28	4	3	100	4
2	16	21	36	20	7	100	3
3	6	42	40	12	0	100	4
Total Modus							4

Sumber: Data Primer diolah, 2012.

Pada Tabel 8 mengenai citra produk KUR BRI dibagi ke dalam 3 pertanyaan. Pertanyaan 1 persepsi responden mengenai suku bunga KUR Ritel BRI kecil dan terjangkau, rata-rata responden menjawab 4 (baik) dengan 38 responden. Pertanyaan 2 persepsi responden mengenai salah satu yang menarik dari KUR Ritel BRI adalah limit kredit yang bervariasi, rata-rata responden menjawab 3 (cukup baik) dengan 36 responden. Pertanyaan 3 persepsi responden mengenai fasilitas KUR Ritel BRI sangat objektif dalam menilai kesesuaian nilai agunan dengan pembiayaan, rata-rata responden menjawab 4 (baik) dengan 42 responden.

2.2.4 Analisis Persepsi Responden Terhadap Variabel Keputusan Konsumen (Y)

Keputusan penggunaan KUR Ritel di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Bandar Lampung dibagi ke dalam 3 pertanyaan. Pertanyaan 1 persepsi responden mengenai prioritas pembelian, rata-rata responden menjawab 4 (baik) dengan 41 responden. Pertanyaan 2 persepsi responden mengenai keyakinan dalam membeli, rata-rata responden menjawab 4 (baik) dengan 43 responden. Pertanyaan 3 persepsi responden mengenai pertimbangan manfaat, rata-rata responden menjawab 4 (baik) dan 3 (cukup baik) dengan 34 responden. Berikut hasil tanggapan responden terhadap variabel keputusan penggunaan KUR Ritel di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Bandar Lampung pada Tabel 9.

Tabel 9. Persepsi Responden Terhadap Keputusan Penggunaan (Y) KUR Ritel di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Bandar Lampung.

Item Pertanyaan	Skor Jawaban					Total	Modus
	SB = 5	B = 4	CB = 3	KB = 2	STB = 1		
	Frekuensi	Frekuensi	Frekuensi	Frekuensi	Frekuensi		
1	23	41	24	7	5	100	4
2	21	43	26	8	2	100	4
3	15	34	34	15	2	100	4
Total Modus							4

Sumber: Data Primer diolah, 2012.

2.3 Analisis Data

2.3.1 Pengujian Hipotesis Statistik Secara Parsial

2.3.1.1 Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Konsumen

Tabel 10. Hasil Perhitungan Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Konsumen

		Coefficients(a)				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	4,595	1,169		3,929	,000
	Citra Perusahaan	,590	,108	,483	5,468	,000

a Dependent Variable: Keputusan Konsumen

Sumber: Data Primer diolah, Hasil Output SPSS Lampiran 4a, 2012.

Hasil analisis dengan menggunakan SPSS diperoleh:

- ◆ Konstanta $a = 4,595$ dan koefisien $b = 0,590$ sehingga persamaan regresinya menjadi $\hat{Y} = 4,595 + 0,590 X_1$. Konstanta a sebesar 4,595 menyatakan bahwa jika tidak ada skor pengaruh citra perusahaan ($X=0$), maka rata-rata skor keputusan konsumen sebesar 4,595.

- ◆ Koefisien regresi untuk X sebesar 0,590 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan atau pengaruh citra perusahaan baik, maka akan meningkatkan keputusan konsumen sebesar 0,590 %.
- ◆ Uji t untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel independen (citra perusahaan) sebesar 5,468.

Hipotesis:

H_0 : Tidak ada pengaruh citra perusahaan terhadap keputusan konsumen KUR Ritel di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Bandar Lampung.

H_1 : Ada pengaruh citra perusahaan terhadap keputusan konsumen KUR Ritel di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Bandar Lampung.

Kriteria pengujian hipotesis:

- ◆ Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan $dk = n-2$ dan $\alpha = 0.05$ maka H_0 ditolak. Sebaliknya H_1 diterima.
- ◆ Apabila probabilitas (sig.) < 0.05 maka H_0 ditolak. Sebaliknya H_1 diterima.

Jadi, diperoleh t_{hitung} untuk pengaruh citra BRI sebesar 5,468 $> t_{tabel}$ sebesar 1,660, dan probabilitasnya (sig.) ternyata 0,000 $< 0,05$ hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, atau dengan kata lain citra perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah KUR Ritel di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Bandar Lampung.

2.3.1.2 Pengaruh Citra Pemakai Terhadap Keputusan Konsumen

Tabel 11. Hasil Perhitungan Pengaruh Citra Pemakai Terhadap Keputusan Konsumen

		Coefficients(a)				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	3,828	,986		3,884	,000
	Citra Pemakai	,664	,091	,594	7,302	,000

a Dependent Variable: Keputusan Konsumen

Sumber: Data Primer diolah, Hasil Output SPSS Lampiran 4b, 2012.

Hasil analisis dengan menggunakan SPSS diperoleh:

- ◆ Konstanta $a = 3,828$ dan koefisien $b = 0,664$ sehingga persamaan regresinya menjadi $\hat{Y} = 3,828 + 0,664 X_1$. Konstanta a sebesar 3,828 menyatakan bahwa jika tidak ada skor pengaruh citra pemakai ($X=0$), maka rata-rata skor keputusan konsumen sebesar 3,828.
- ◆ Koefisien regresi untuk X sebesar 0,664 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan atau pengaruh citra pemakai baik, maka akan meningkatkan keputusan konsumen sebesar 0,664 %.

- ◆ Uji t untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel independen (citra pemakai) sebesar 7,302.

Hipotesis:

H_0 : Tidak ada pengaruh citra pemakai terhadap keputusan konsumen KUR Ritel di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Bandar Lampung.

H_1 : Ada pengaruh citra pemakai terhadap keputusan konsumen KUR Ritel di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Bandar Lampung.

Kriteria pengujian hipotesis:

- ◆ Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan $dk = n-2$ dan $\alpha = 0.05$ maka H_0 ditolak. Sebaliknya H_1 diterima.
- ◆ Apabila probabilitas (sig.) < 0.05 maka H_0 ditolak. Sebaliknya H_1 diterima.

Jadi, diperoleh t_{hitung} untuk pengaruh citra pemakai sebesar 7,302 $>$ t_{tabel} sebesar 1,660, dan probabilitasnya (sig.) ternyata 0,000 $<$ 0,05 hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, atau dengan kata lain citra pemakai berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen KUR Ritel di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Bandar Lampung.

2.3.1.3 Pengaruh Citra Produk Terhadap Keputusan Konsumen

Tabel 12. Hasil Perhitungan Pengaruh Citra Produk Terhadap Keputusan Konsumen

		Coefficients(a)					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t		Sig.
Model		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error	
1	(Constant)	4,555	,956		4,767		,000
	Citra Produk	,605	,089	,565	6,774		,000

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

Sumber: Data Primer diolah, Hasil Output SPSS Lampiran 4c, 2012.

Hasil analisis dengan menggunakan SPSS diperoleh:

- ◆ Konstanta $a = 4,555$ dan koefisien $b = 0,605$ sehingga persamaan regresinya menjadi $\hat{Y} = 4,555 + 0,605 X_1$. Konstanta a sebesar 4,555 menyatakan bahwa jika tidak ada skor pengaruh citra produk ($X=0$), maka rata-rata skor keputusan konsumen sebesar 4,555.
- ◆ Koefisien regresi untuk X sebesar 0,605 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan atau pengaruh citra produk baik, maka akan meningkatkan keputusan konsumen sebesar 0,605 %.
- ◆ Uji t untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel independen (citra produk) sebesar 6,774.

Hipotesis:

H_0 : Tidak ada pengaruh citra produk terhadap keputusan konsumen KUR Ritel di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Bandar Lampung.

H_1 : Ada pengaruh citra produk terhadap keputusan konsumen KUR Ritel di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Bandar Lampung.

Kriteria pengujian hipotesis:

- ◆ Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan $dk = n-2$ dan $\Gamma = 0.05$ maka H_0 ditolak. Sebaliknya H_1 diterima.
- ◆ Apabila probabilitas (sig.) < 0.05 maka H_0 ditolak. Sebaliknya H_1 diterima.

Jadi, diperoleh t_{hitung} untuk pengaruh citra produk sebesar $6,774 > t_{tabel}$ sebesar $1,660$, dan probabilitasnya (sig.) ternyata $0,000 < 0,05$ hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, atau dengan kata lain citra produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen KUR Ritel di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Bandar Lampung.

2.3.2 Pengujian Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda meliputi berbagai perhitungan dan pengujian, yaitu penentuan persamaan regresi, perhitungan koefisien determinasi, dan pengujian signifikansi variabel independen. Analisis data secara kuantitatif dilakukan melalui pendekatan statistik, yaitu dengan model analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas, antara lain Citra Perusahaan (X_1), Citra Pemakai (X_2), dan Citra Produk (X_3) terhadap variabel terikat, yaitu Keputusan Konsumen (Y). Berdasarkan hasil perhitungan dengan program *SPSS 15.0 For Windows*, diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 13. Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	1,393	1,144		1,218	,226
	Citra Perusahaan	,258	,109	,212	2,376	,020
	Citra Pemakai	,358	,118	,320	3,041	,003
	Citra Produk	,281	,110	,262	2,556	,012

a Dependent Variable: Keputusan Konsumen

Sumber: Data Primer diolah, Hasil Output SPSS Lampiran 4d, 2012.

Berdasarkan Tabel 13 maka dapat dibentuk suatu persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,212X_1 + 0,320X_2 + 0,262X_3$$

Dimana: Y : Keputusan Konsumen
 X₁ : Citra Perusahaan
 X₂ : Citra Pemakai
 X₃ : Citra Produk

Dari model regresi yang terbentuk, maka diperoleh hubungan antara masing-masing variabel independen (Citra Perusahaan, Citra Pemakai, dan Citra Produk) dengan variabel dependen (Keputusan Konsumen) yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Model regresi yang terbentuk merupakan model regresi linier.
2. Persamaan garis regresi yang dapat dibuat yaitu;

$$= 0,212X_1 + 0,320X_2 + 0,262X_3$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat dilihat bahwa koefisien X₂ > X₃ > X₁ yang berpengaruh sangat besar adalah variabel X₂ (citra pemakai) dengan koefisien regresi sebesar 0,320 dan yang memiliki pengaruh paling kecil adalah variabel X₁ (citra perusahaan) dengan koefisien regresi sebesar 0,212. Sedangkan untuk variabel X₃ memiliki koefisien regresi sebesar 0,262.

Dari taraf kepercayaan dan tingkat signifikansi, dapat dilihat bahwa variabel X₁ memiliki taraf kepercayaan sebesar 98% dengan tingkat signifikansi 0,020, lalu variabel X₂ dengan taraf kepercayaan sebesar 99,7% dan tingkat signifikansi 0,003, dan variabel X₃ memiliki taraf kepercayaan sebesar 98,8% dengan tingkat signifikansi 0,012. Dengan kata lain, variabel X₁, X₂, dan X₃ berpengaruh sangat-sangat signifikan.

4.3.3 Pengujian Hipotesis Statistik Secara Keseluruhan

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh semua variabel independen bersama-sama terhadap variabel dependen. Metode yang digunakan adalah uji F terhadap signifikansi model regresi yang menunjukkan mampu tidaknya model atau persamaan yang terbentuk dalam memprediksi nilai variabel dependen dengan tepat. Pengujian bersifat satu arah dengan *level of significant* sebesar 0,05 dan jumlah sampel sebanyak 100 orang dengan melibatkan 3 parameter, yaitu 1 konstanta β_0 dan 3 koefisien, yaitu β_1 , dan β_2 ($df_1 = 100 - 3 - 1 = 96$ dan $df_2 = 3 - 1 = 2$).

Hipotesis Statistik:

1. Jika F hitung > F tabel, maka H₀ ditolak dan H_a diterima, yang berarti ada pengaruh secara keseluruhan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
2. Jika F hitung ≤ F tabel, maka H₀ diterima dan H_a ditolak, yang berarti tidak berarti ada pengaruh secara keseluruhan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Hipotesis.

H_0 : tidak ada pengaruh Citra Perusahaan (X_1), Citra Pemakai (X_2), dan Citra Produk (X_3) terhadap Keputusan Konsumen (Y) KUR Ritel di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Bandar Lampung.

H_1 : ada pengaruh Citra Perusahaan (X_1), Citra Pemakai (X_2), dan Citra Produk (X_3) terhadap Keputusan Konsumen (Y) KUR Ritel di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Bandar Lampung.

Kriteria pengujian hipotesis sebagai berikut.

1. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan $dk = n-2$ dan $\alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak. Sebaliknya H_1 diterima.
2. Apabila probabilitas (Sig.) $< 0,05$ maka H_0 ditolak. Sebaliknya H_1 diterima.

Untuk menguji hipotesis tersebut dianalisis dengan menggunakan statistik F, dari hasil analisis data dengan SPSS diperoleh $F_{hitung} = 25,165$ dengan signifikansi (sig.) sebesar 0,000, sedangkan F_{tabel} dengan derajat kebebasan (dk/df) untuk pembilang = 2 dan penyebut = 98 dan $\alpha = 0,05$ dari daftar tabel diperoleh = 3,07, dengan demikian $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $25,165 > 3,07$ maka H_0 ditolak dan menerima H_1 yang menyatakan bahwa ada pengaruh Citra Perusahaan (X_1), Citra Pemakai (X_2), dan Citra Produk (X_3) terhadap variabel terikat, yaitu Keputusan Konsumen (Y) KUR Ritel di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Bandar Lampung. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	260,858	3	86,953	25,165	,000(a)
	Residual	331,702	96	3,455		
	Total	592,560	99			

a Predictors: (Constant), Citra Produk, Citra Perusahaan, Citra Pemakai

b Dependent Variable: Keputusan Konsumen

Sumber: Data Primer diolah, Hasil Output SPSS Lampiran 4d, 2012.