

ABSTRACT

THE EFFECT OF CUSTOMER SATISFACTION IN USING WONDR BY BNI ON COMPANY IMAGE (A STUDY OF SELF-EMPLOYED CUSTOMERS AT PT BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) TBK SUB- BRANCH SINGAPARNA)

By:

Sabina Amani Karim
NPM. 233404116

Guide I : Agi Rosyadi, S.E., M.M.
Guide II : Andri Helmi Munawar, S.E., M.M.

This study aims to determine the level of satisfaction among entrepreneurial customers using wondr by BNI and its impact on the company image of PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, Singaparna Sub-Branch Office. The method employed in this research is a quantitative approach utilizing a verificative survey method. The target population consists of entrepreneurial customers who are Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME) actors actively using the wondr by BNI application at PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, Singaparna Sub-Branch Office. By applying the Slovin formula with a 5% margin of error, a sample size of 87 respondents was obtained. The sampling technique used was Non-Probability Sampling with a Purposive Sampling model. Data were collected through the distribution of questionnaires utilizing a Likert scale and analyzed using simple linear regression analysis assisted by SPSS 27. The results indicate that customer satisfaction has a positive and significant effect on company image, with a t-value of 69,559 and a significance value of <0.001. The coefficient of determination test (R^2) yielded an R Square value of 0.965, indicating that the customer satisfaction variable exerts a very strong influence of 96,5% on the formation of the company image.

Keywords: Customer Satisfaction, wondr by BNI, Company image

ABSTRAK

PENGARUH KEPUASAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN WONDR BY BNI TERHADAP *COMPANY IMAGE* (STUDI PADA NASABAH WIRASWASTA DI PT BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) Tbk KANTOR CABANG PEMBANTU SINGAPARNA)

Oleh:

Sabina Amani Karim

NPM. 233404116

Pembimbing I : Agi Rosyadi, S.E., M.M.

Pembimbing II : Andri Helmi Munawar, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah wiraswasta dalam menggunakan wondr by BNI pada *company image* PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singaparna. Metode yang dilakukan pada penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif dengan metode survei verifikatif. Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah nasabah wiraswasta pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang aktif menggunakan layanan aplikasi wondr by BNI di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Singaparna. Menggunakan rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan 5% diperoleh ukuran sampel sebanyak 87 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non-Probability Sampling* dengan model *Purposive Sampling*. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan skala likert dan dianalisis, menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan bantuan SPSS 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap *company image* dengan nilai t_{hitung} sebesar 69,559 dan nilai signifikansi $<0,001$. Uji koefisien determinasi (R^2) menghasilkan nilai *R Square* sebesar 0,965 yang mengindikasikan bahwa variabel kepuasan nasabah memberikan pengaruh yang sangat kuat sebesar 96,5% terhadap pembentukan *company image*.

Kata kunci: Kepuasan Nasabah, wondr by BNI, *Company image*