

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISIONS (A STUDY ON SAVINGS PRODUCT CUSTOMERS AT PT BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN TBK, PANUMBANGAN SUB-BRANCH OFFICE)

By:

Sanita Jayantika
NPM. 233404188

Guide I : Dedeh Sri Sudaryanti, S.E., M.Si.

Guide II : Dr. Annas Syams Rizal Fahmi, S.E.I, M.E.

This study aims to analyze and determine the magnitude of the influence of brand image on customer purchase decisions for the TabunganKu product at PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk, Panumbangan Sub-Branch Office. The background of this study is based on intense competition in the banking industry and the phenomenon of low customer numbers for the TabunganKu product compared to other products at the research site, which indicates a need for an evaluation of the company's brand image. This research employs a quantitative approach with a verification method. Data were collected through questionnaires distributed to 93 TabunganKu customers, using a purposive sampling technique. Data analysis was performed using simple linear regression analysis, t-test, and the coefficient of determination test with the help of SPSS software version 27. The results indicate that the brand image of Bank BJB Panumbangan Sub-Branch is perceived as good, and customer purchase decisions for the TabunganKu product are considered very good. Empirically, brand image has a positive and significant influence on customer purchase decisions. The coefficient of determination of 0.486 suggests that brand image contributes 48.6% to purchase decisions, while the remaining 51.4% is influenced by other factors outside this research model. The conclusion of this study confirms that brand image is a vital variable that significantly drives customers to make purchase decisions for the TabunganKu product.

Keywords: Brand Image, Purchase Decision, TabunganKu, Banking

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA NASABAH PRODUK TABUNGANKU DI PT BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN TBK KANTOR CABANG PEMBANTU PANUMBANGAN)

Oleh:
Sanita Jayantika
233404188

Pembimbing I : Dedeh Sri Sudaryanti, S.E., M.Si.
Pembimbing II : Dr. Annas Syams Rizal Fahmi, S.E.I, M.E.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui besarnya pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian nasabah pada produk TabunganKu di PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Panumbangan. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada ketatnya persaingan industri perbankan serta fenomena rendahnya jumlah nasabah produk TabunganKu dibandingkan produk lainnya di lokasi penelitian, yang mengindikasikan perlunya evaluasi terhadap citra merek perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode verifikatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 93 responden yang merupakan nasabah produk TabunganKu, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana, uji t, dan uji koefisien determinasi dengan bantuan program SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek pada Bank BJB KCP Panumbangan dinilai baik, dan keputusan pembelian nasabah terhadap produk TabunganKu dinilai sangat baik. Secara empiris, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian nasabah. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,486 menunjukkan bahwa citra merek memberikan kontribusi pengaruh sebesar 48,6% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 51,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa citra merek merupakan variabel penting yang secara nyata mendorong nasabah untuk mengambil keputusan pembelian produk TabunganKu.

Kata Kunci: Citra Merek, Keputusan Pembelian, TabunganKu, Perbankan