

PENGARUH CITRA PERBANKAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENGAMBIL KREDIT DENGAN PELAYANAN DAN PROSEDUR KREDIT SEBAGAI VARIABEL MODERATING

Oleh

Putu Krisna Govinda, NIM 1717057001

Program Studi Akuntansi S1

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra perbankan terhadap keputusan nasabah dalam mengambil kredit dan pengaruh citra perbankan terhadap keputusan nasabah dalam mengambil kredit dengan pelayanan dan prosedur kredit sebagai variabel moderasi pada PT. BPR Kanaya. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah seluruh nasabah yang mengambil kredit pada PT. BPR Kanaya. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode simple random sampling, dengan sampel sejumlah 139 nasabah. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis dengan bantuan program SPSS versi 23.0.

Hasil penelitian menunjukkan (1) citra perbankan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam mengambil kredit, (2) pelayanan mampu memoderasi pengaruh citra perbankan terhadap keputusan nasabah dalam mengambil kredit, dan (3) prosedur kredit mampu memoderasi pengaruh citra perbankan terhadap keputusan nasabah dalam mengambil kredit.

Kata kunci: citra perbankan, keputusan mengambil kredit, pelayanan, prosedur kredit

***THE EFFECT OF BANKING IMAGE ON CUSTOMER DECISIONS IN
TAKING CREDIT AND THE INFLUENCE OF BANKING IMAGE ON
CUSTOMER DECISIONS IN TAKING CREDIT WITH CREDIT SERVICES
AND PROCEDURES AS A MODERATING VARIABLE***

By

Putu Krisna Govinda, NIM 1717057001

Accounting Department Undergraduate Program

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of banking image on customer decisions in taking credit and the influence of banking image on customer decisions in taking credit with credit services and procedures as a moderating variable at PT. BPR Kanaya. This type of research is quantitative research. The population used is all customers who take credit at PT. BPR Kanaya. The sampling technique in this study used the simple random sampling method, with a sample of 139 customers. The data source used is primary data. Data analysis in this research uses descriptive analysis, data quality test, classic assumption test, and hypothesis testing with the help of SPSS program version 23.0.

The results showed (1) the banking image had a positive and significant effect on the customer's decision to take credit, (2) the service was able to moderate the influence of the banking image on the customer's decision to take credit, and (3) the credit procedure was able to moderate the influence of the banking image on customer decisions in take kredi

Keywords: banking image, decision to take credit, service, credit procedure