

Citra bank dalam keputusan pembelian produk KPR oleh konsumen :  
studi pada nasabah Bank Mandiri, BTN dan sales person produk KPR  
Bank Mandiri = Bank image in consumer's purchase decision of  
mortgage product : study on customers of Bank Mandiri and Bank BTN  
and Bank Mandiri mortgage products sales person

Inigo Ayom Bawono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20320284&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Persaingan dalam industri perbankan terutama di bidang KPR di Indonesia membuat semua pelaku perbankan menerapkan segala cara yang mungkin digunakan. Mulai dari menyediakan bunga yang rendah hingga mempermudah layanan mereka untuk membuat konsumen memilih produk mereka. Namun citra bank yang positif dinilai mempunyai peranan dalam membentuk keputusan pembelian produk KPR oleh konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menggambarkan citra bank dalam keputusan pembelian produk KPR oleh konsumen. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah citra perusahaan dan keputusan pembelian oleh konsumen. Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivis, pendekatan kualitatif dan bersifat deskriptif. Wawancara dilakukan kepada konsumen yang menggunakan produk KPR dan sales person KPR sebuah bank. Pada penelitian ini dapat digambarkan peran citra perusahaan dalam membentuk keputusan pembelian oleh konsumen.

.....The Competition in the banking industry, especially in the mortgage sector in Indonesia makes all the bankers to apply all possible ways to achieve victory. They start from providing low interest to improve their services so the consumers choose their products. However, positive image of the bank has assessed the role in shaping consumer's purchase decisions of mortgage product. This study aims to analyze and describe the bank's image in the consumer's purchase decision. The Concepts that are used in this study are the corporate image and consumer's purchase decision. This study uses a post-positivist paradigm, qualitative and descriptive approach. In depth interviews were conducted to consumers who use the mortgage product and to sales person of Bank Mandiri. This research can describe the bank image in consumer's purchase decision of mortgage product.