

Analisis Citra Merek Kartu Kredit BRI Di Wilayah Jabodetabek = BRI Credit Card Brand Image Analysis On Jabodetabek

Dhika Aburizal Pratomo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920535979&lokasi=lokal>

Abstrak

Semakin ketatnya persaingan di dalam dunia bisnis, perusahaan harus menerapkan strategi yang tepat dalam upaya menarik konsumen untuk memilih produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan tersebut. Persaingan bisnis pada industri perbankan terutama kartu kredit sangat tinggi, perusahaan perlu membangun suatu citra positif sebuah merek dari produk tersebut. BRI sebagai salah satu perusahaan bank terbesar dalam dunia keuangan dan perbankan di Indonesia, berupaya semaksimal mungkin dalam membangun citra positif untuk merek produk kartu kreditnya demi dapat bersaing di dalam bisnis kartu kredit di Indonesia dan demi mencapai visi dan misi yang mereka tetapkan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana citra merek Kartu kredit BRI di wilayah Jabodetabek. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang yang pernah memiliki dan menggunakan Kartu kredit BRI dan berdomisili di Jabodetabek dengan menggunakan metode non-probability sampling serta teknik purposive. Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan nilai mean. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek Kartu kredit BRI di wilayah Jabodetabek adalah tinggi.

.....Increasing competition in the business world, companies have to apply the right strategy to attract consumers to choose products or services produced by the company. Business competition in the banking industry especially credit card is very high, companies need to build a positive image of a brand of the product. BRI as one of the largest banks in the world of finance and banking in Indonesia, do everything possible to build a positive image for the brand credit card products in order to compete in the credit card business in Indonesia and to achieve the vision and mission that they charge. The objective of this research is to analyze brand image of BRI Credit Card in Jabodetabek. This research applied quantitative approach. The sample of this research is 100 person who ever had and used BRI Credit Card and domiciled in Jabodetabek, collected using non-probability sampling and purposive technique. This research used questionnaire as research instrument and analyzed with mean value. The result of this research indicate that brand image of BRI Credit Card in Jabodetabek is high.