

**ABSTRAK**  
**PENGARUH PERSEPSI ATAS CITRA PERUSAHAAN TERHADAP**  
**LOYALITAS NASABAH**

Rene Joao Isaac Da Costa Boavida Dos Reis  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta, 2014

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi nasabah atas citra Bank BRI terhadap loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten karena nasabah merasa puas akan pemakaian suatu produk tertentu. Faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah akan kualitas jasa. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah bank BRI. Sampel yang akan diambil untuk menjadi bahan dalam penelitian ini yaitu sejumlah 100 orang nasabah dari bank BRI yang terdiri dari 50 orang mahasiswa dan 50 orang masyarakat umum. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi sederhana. Dalam penelitian ini variabel persepsi atas citra perusahaan sebagai X dan variabel loyalitas nasabah sebagai Y. Hasil penelitian ini menunjukkan persepsi atas citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini ditunjukkan oleh nilai F hitung yang diperoleh adalah 115,453 pada F tabel 3,938.

Kata Kunci: Persepsi, Citra Perusahaan, Loyalitas nasabah, pengaruh persepsi terhadap loyalitas nasabah.

**ABSTRACT**

**INFLUENCE OF PERCEPTION ON COMPANY'S IMAGE TOWARD  
CUSTOMER LOYALTY**

René João Isaac Da Costa Boavida Dos Reis  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2014

This study aims to determine the influence of company image of the customer on customer loyalty. Customer loyalty is reflected in the consistent repeat purchases because customers are satisfied with the consumption. Factors affecting customer satisfaction is the customer's perception of the quality of services. The population in this study were all BRI bank customers. Samples taken in this research was 100 customers of BRI bank consisting of 50 students and 50 non students. Analysis of the data in this study used simple regression analysis techniques. The results of this study indicated that the perception on company's image influenced the customer loyalty, as shown by the calculated F value : 3.938 and F table : 115.453.

Keywords: Perception, Corporate Image, Customer loyalty, influence perceptions on customer loyalty.