

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE, AND PROMOTION ON INTEREST IN USING HASANAH CARD IN BANK BNI SYARIAH DEPOK***

By Rifa Nada Alfiyyah

*Abstract*

*The lifestyle of the people in the modern era today tends to be consumptive as the increasing demand for large amounts of money causes many customers to be less comfortable doing transactions in cash. PT. Bank BNI Syariah, Tbk created a new product innovation known as the iB Hasanah Card, which is an unsecured sharia credit card product with low interest rates, safe and easy transactions. This study aims to examine the effect of corporate image, price, and promotion on customer interest. Sampling through purposive sampling method which was tested on 100 respondents. The data collection instrument used a questionnaire with a Likert scale. The analytical technique used to determine the magnitude of the effect is multiple linear regression assisted by the SPSS 20 program. The results of the study conclude that there is a significant influence between company image, price and promotion on customer interest.*

***Keywords : Brand image, Interest, Price, Promotion***

# **PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN HASANAH CARD BANK BNI SYARIAH DEPOK**

**Oleh Rifa Nada Alfiyyah**

## **Abstrak**

Gaya hidup (*life style*) masyarakat di era modern saat ini cenderung konsumtif seiring semakin tingginya permintaan akan uang dalam jumlah besar menyebabkan banyak nasabah yang kurang nyaman melakukan transaksi secara tunai. PT. Bank BNI Syariah, Tbk menciptakan inovasi produk baru yang dikenal dengan iB Hasanah Card yaitu suatu produk kartu kredit syariah tanpa jaminan bunga dengan penetapan nisbah yang rendah, transaksi aman dan mudah. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra perusahaan, harga, dan promosi terhadap minat nasabah. Pengambilan sampel melalui metode *purposive sampling* yang diujikan kepada 100 responden. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert. Teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh tersebut adalah regresi linier berganda dibantu program SPSS 20. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara citra perusahaan, harga dan promosi terhadap minat nasabah.

**Kata kunci :** Citra perusahaan, Harga, Minat, Promosi