

# **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Perusahaan Bank Negara Indonesia (BNI)**

Oleh

**Dian Kartika Sari**

## **Abstrak**

Bank Negara Indonesia (BNI) merupakan salah satu bank BUMN yang berada di Indonesia. Didirikan pada tanggal 5 Juli 1946 yang menjadi bank pertama milik negara yang lahir setelah kemerdekaan Indonesia. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* dan kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan Bank Negara Indonesia (BNI). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah bank BNI yaitu Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 30 data responden. Teknik penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah metode *partial least square*. Hasil ini menunjukkan bahwa berdasarkan temuan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* tidak dapat langsung meningkatkan citra perusahaan, dan kualitas pelayanan dapat langsung meningkatkan citra perusahaan.

**Kata Kunci :** *corporate social responsibility*, kualitas pelayanan dan citra perusahaan.

# **Effect of Corporate Social Responsibility and Service Quality on Corporate Image in Bank Negara Indonesia (BNI)**

**By**

**Dian Kartika Sari**

## ***Abstract***

*Bank negara Indonesia (BNI) is one of BUMN banks in indonesia. Founded on may 5<sup>th</sup> july 1946 as a first Indonesia's bank who has borned after the independence of Indonesia. This study was conducted to examine the influence of corporate social responsibility and service quality on BNI's image corporation. The population of the research is Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta student as a bank customers. Sample are used in this research is 30 data from respondennts. Sampling technique using purposive sampling (purposive sampling methode). The analysis teekniq used is partial least square methode. The result showed by this research is corporate social responsibility cannot increase the image corporation and service quality can increase the image corporation.*

***Keywords :*** *corporate social responsibility, service quality and corporate image*

