

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan ekonomi dan dunia bisnis, banyak individu yang semakin tertarik untuk memulai bisnis. Melalui Program Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang didukung oleh pemerintah, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dapat dengan lebih mudah mengakses pembiayaan dengan tingkat bunga yang terjangkau dan memberikan kesempatan yang besar bagi UMKM untuk mengembangkan bisnis mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh reputasi merek, kualitas layanan pelanggan, pengiriman yang andal, dan inovasi produk terhadap keberhasilan bisnis UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) pada nasabah penerima KUR di Bank Rakyat Indonesia (BRI) KCP Rajawali Kota Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan menggunakan analisis regresi linear berganda. Jenis data yang digunakan untuk penelitian ini adalah data primer yang diambil melalui metode penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah KUR dan jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 111 responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*.

Hasil dari penelitian ini yaitu reputasi merek, kualitas layanan pelanggan, pengiriman yang andal, dan inovasi produk masing-masing berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha nasabah Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada PT. Bank Rakyat Indonesia KCP Rajawali Kota Bandung. Untuk mencapai keberhasilan usaha, perusahaan berfokus untuk mempertahankan reputasi merek, kualitas layanan pelanggan, pengiriman yang andal, dan inovasi produk yang secara tepat.

Kata Kunci: Keberhasilan Usaha, Kredit Usaha Rakyat, *Product Innovation*, *Brand Reputation*