

ABSTRAK

BTN merupakan salah satu bank penyedia Kredit Pemilikan Rumah (KPR) dimana salah satu cabangnya berada di Bandung. Dalam perjalanannya masih terdapat masalah terkait *brand image* dan proses keputusan pengambilan KPR. Salah satu permasalahan yang terdapat dalam *brand image* BTN adalah nasabah KPR BTN mengalami kesulitan mengingat logo BTN, dan salah satu permasalahan yang terdapat dalam proses keputusan pengambilan KPR BTN adalah nasabah ingin melakukan KPR di bank lain. Berdasarkan permasalahan tersebut maka tujuan dari penelitian ini untuk meneliti *brand image* BTN, proses keputusan pengambilan KPR dan pengaruh *brand image* BTN terhadap proses keputusan pengambilan KPR.

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausalitas. Populasi dalam penelitian ini adalah 5.188 orang. Pengambilan sampel menggunakan slovin sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner, observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan *brand image* KPR BTN kantor cabang Bandung dalam kategori “Baik”, Proses Keputusan Pengambilan KPR BTN juga dinilai termasuk dalam kategori “Baik” dan *brand image* memiliki pengaruh terhadap proses keputusan pengambilan KPR sebesar 47,9% dimana sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : *Brand Image*, BTN Kantor Cabang Bandung, Proses Keputusan Pengambilan KPR