ABSTRAKSI

Perkembangan dunia perbankan saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Hal ini ditandai dengan banyaknya bank-bank yang ada di indonesia sehingga menyebabkan persaingan yang ketat. Untuk dapat tetap eksis dan bertahan di dunia perbankan, suatu bank dituntut untuk tetap menjaga kepercayaan dari nasabah. Kepercayaan nasabah sangat dipengaruhi oleh citra perusahaan perbankan itu sendiri. PT Bank Negara Indonesia (persero) Tbk adalah salah satu bank umum yang ikut meramaikan persaingan industri perbankan di Indonesia. PT Bank Negara Indonesia (persero) Tbk dituntut agar dapat mempertahankan citra baiknya di mata nasabah, hal ini dilakukan karena citra yang baik diperlukan oleh suatu perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan yang bersangkutan

Penelitian ini meneliti proses dari kredibilitas suatu perusahaan dalam upaya untuk meningkatkan citra perusahaan. Permasalahan riset bersumber pada data riset infobank tahun 2008 yang menjelaskan bahwa peringkat citra PT Bank BNI (persero) Tbk dari tahun 2006 sampai dengan tahun 2008 terkesan fluktuatif.hal ini merupakan masalah bagi perusahaan.

Dari permasalahan di atas yang mendasari dilakukan penelitian ini, yaitu untuk mengetahui bagaimana cara meningkatkan citra perusahaan dan factor paling berpengaruh terhadap citra perusahaan. Dalam penelitian ini dikembangkan suatu model teoritis dengan mengajukan empat hipotesis yang akan diuji dengan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan menggunakan *software* AMOS 16. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah nababah PT Bank BNI (persero) Tbk di kota Semarang yang berjumlah 100 responden. Hasil dari pengolahan data SEM untuk model penuh dengan indeks modifikasi sebagian besar telah memenuhi kriteria *goodness of fit* sebagai berikut, yaitu *chi square* = 92,809 *probability* = 0,239; GFI = 0,902; AGFI = 0,860; TLI = 0,982; CFI = 0,986; CMIN/DF = 1,105; RMSEA = 0,033. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa model ini layak untuk digunakan. Hasil penelitian ini menunjukkan proses untuk meningkatkan citra perusahaan melalui kredibilitas perusahaan yaitu melalui kualitas layanan, kualitas produk, dan keamanan.

Kata kunci : Kualitas layanan, kualitas produk, keamanan, kredibilitas perusahaan, dan citra perusahaan