

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, perilaku, pemasaran, dan persepsi risiko konsumen terhadap niat pembelian aset kredit bermasalah PT Bank Negara Indonesia Kantor Wilayah Semarang dan pengaruh kepercayaan dalam hubungan antara norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, perilaku, pemasaran, dan persepsi risiko konsumen terhadap niat pembelian aset kredit bermasalah PT Bank Negara Indonesia Kantor Wilayah Semarang. Peneliti mengambil 100 sampel. Peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan SEM AMOS. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Norma Subjektif, Sikap, Persepsi Kontrol, Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan calon investor. Sedangkan Persepsi Risiko pengaruh negatif dan tidak signifikan. Kepercayaan penagruh positif dan tidak signifikan terhadap Niat Pembelian. Pemasaran, Persepsi Risiko, Persepsi Kontrol, Sikap, Norma subjektif berpengaruh tidak langsung terhadap Niat Pembelian melalui kepercayaan di PT Bank Negara Indonesia Kantor Wilayah Semarang.

Kata kunci: Niat pembelian, Kepercayaan, Norma Subjektif, Sikap Terhadap Perilaku, Persepsi Kontrol, Persepsi Risiko, Pemasaran.