

ABSTRAK

Reputasi positif merupakan ukuran penting keberhasilan sebuah perusahaan perbankan dalam upaya memenuhi kebutuhan nasabah dan Kepuasan nasabah dapat dicapai jika perusahaan perbankan memberikan produk atau layanan yang sesuai harap, jika kedua hal tersebut terpenuhi maka akan mengarah pada Keputusan Pengambilan Kredit. Pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pengambilan Kredit nasabah Bank Mandiri Cluster Pahlwan 5 Semarang yaitu variabel *Kualitas Produk* (X1), Reputasi Perusahaan (Y1) dan Kepuasan Nasabah (Y2) sebagai variabel intervening. Berdasarkan permasalahan penelitian yaitu apasaja faktor yang mempengaruhi keputusan pengambilan kredit pada Nasabah Bank Mandiri yang memiliki kredit aktif pada Cluster Pahlwan 5 Semarang.

Sampel penelitian ini berjumlah sebanyak 126 responden yang disebar oleh peneliti dan terdapat 1 kuisioner yang tidak dapat digunakan karena tidak terisi secara keseluruhan, sehingga menghasilkan kuisioner ahir sebanyak 125 responden. Penentuan sampel dilakukan dengan perhitungan yang dikembangkan Hair et al (1995) adalah sebanyak 5 observasi untuk setiap estimated parameter dan maksimal adalah 10 observasi dari setiap estimated parameter. Pada studi ini jumlah indikator sebanyak 21 yang dikalikan dengan 6 sehingga menghasilkan 126, sedangkan hasil yang dapat digunakan sebanyak 125 sampel. Pada penelitian ini yang menjadi responden adalah Nasabah Bank Mandiri yang memiliki kredit aktif pada Cluster Pahlwan 5 Semarang. Alat yang digunakan untuk menganalisis data adalah AMOS 22.00 dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM).

Hasil penelitian menunjukkan secara keseluruhan empat hipotesis pada penelitian ini dapat diterima. Adapun faktor-faktor yang berpengaruh secara signifikan yaitu *Kualitas Produk* (X1) terhadap Reputasi Perusahaan (Y1) dan Kepuasan Nasabah (Y2) dan Reputasi Perusahaan (Y1) dan Kepuasan Nasabah (Y2) berpengaruh signifikan terhadap *Keputusan Pengambilan Kredit* (Y3).

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Reputasi Perusahaan, Kepuasan Nasabah, dan Keputusan Pengambilan Kredit.*