

Lahengky Melinda Deselyne Leslye¹, M. Lutfi Setiawan², Kamelia³,
Hani Hatimatunnisani⁴, Riffka Fauzany⁵
**PERSEPSI MAHASISWA PADA SALAH SATU PERGURUAN TINGGI
SWASTA DI BANDUNG TERHADAP *BRAND IMAGE* BANK BRI**

Lahengky Melinda Deselyne Leslye¹, M. Lutfi Setiawan², Kamelia³,
Hani Hatimatunnisani⁴, Riffka Fauzany⁵

Perbankan Dan Keuangan, Politeknik Pajajaran ICB, Bandung, Indonesia^{1,2,3,4,5}

amelzlahengky@gmail.com¹, lutfisetiawan29@gmail.com², kameliamey0@gmail.com³,
hani.hatimatunnisani@poljan.ac.id⁴, riffka.fauzany@poljan.ac.id⁵

ABSTRACT

This study analyzes students' perception of the brand image of Bank Rakyat Indonesia (BRI). Using quantitative methods, data was collected through a questionnaire distributed to 75 students of the Bandung Pajajaran Polytechnic. The results show that the majority of students have a positive perception of BRI, especially in terms of reputation and product suitability. However, students want improvements in digital services and customer service responsiveness. This research suggests that BRI should focus more on digital innovation and improving customer service to strengthen its brand image among students.

Keywords: *Perception; Brand Image; Digital Bank*

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis persepsi mahasiswa terhadap *brand image* Bank Rakyat Indonesia (BRI). Dengan penggunaan metode kuantitatif, data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada 75 mahasiswa Politeknik Pajajaran Bandung. Hasil menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa memiliki persepsi positif terhadap BRI, terutama dalam hal reputasi dan kesesuaian produk. Namun, mahasiswa menginginkan peningkatan pada layanan digital dan responsivitas *customer service*. Penelitian ini menyarankan agar BRI lebih fokus pada inovasi digital dan peningkatan layanan pelanggan untuk memperkuat citra merek di kalangan mahasiswa.

Kata kunci : *Persepsi; Brand Image; Bank Digital*

Corresponding author : *amelzlahengky@gmail.com*

Lahengky Melinda Deselyne Leslye¹, M. Lutfi Setiawan², Kamelia³,
Hani Hatimatunnisani⁴, Riffka Fauzany⁵

PENDAHULUAN

Persepsi adalah respon/tanggapan langsung seseorang mengenai beberapa hal yang ia alami dan ia pahami melalui panca inderanya. Beberapa ahli telah memberikan definisi yang beragam mengenai persepsi, diantaranya: Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, persepsi adalah tanggapan (penerimaan) lansung dari sesuatu. Sedangkan Sugihartono, dkk (2007:8) mengemukakan bahwa persepsi adalah kemampuan otak seseorang dalam menerjemahkan stimulus yang masuk dan dirasakan ke oleh indera manusia. Dalam persepsi manusia, memungkinkan terdapatnya perbedaan sudut pandang dalam penginderaan yang mereka rasakan. Ada yang mempersepsikan sesuatu itu baik/positif ada juga yang berpersepsi buruk/negatif sehingga hal tersebut yang akan mempengaruhi tindakan manusia tersebut secara nyata.

Brand Image merupakan representasi atau gambaran dari keseluruhan persepsi masyarakat terhadap suatu merek yang dibentuk dari informasi, kesan dan pengalaman di masa lalu terhadap merek itu sendiri.

Bank Rakyat Indonesia (BRI) sebagai salah satu bank terbesar di Indonesia, dengan jaringan kerja terluas dan keragaman jenis layanan perbankan yang tersedia. Sebagai salah satu bank tertua di Indonesia yang menjaga eksistensinya hingga saat ini menunjukkan bahwa Bank BRI memiliki komitmen untuk tetap menjadi bank dengan reputasi yang baik dan kinerja yang dapat diandalkan.

Penelitian ini hanya melibatkan Mahasiswa yang berada di perguruan tinggi swasta di Bandung yaitu Politeknik Pajajaran, Penelitian ini akan fokus pada persepsi mahasiswa terhadap

brand image Bank BRI, dilihat dari aspek keterkenalan merk, kesesuaian produk, kualitas layanan, inovasi dan teknologi serta loyalitas di masa yang akan datang.

KAJIAN PUSTAKA

1. Persepsi
Persepsi dapat diartikan sebagai respon seseorang dalam menginterpretasikan informasi, kesan dan pengalaman yang ia alami dan ia rasakan oleh panca inderanya untuk memberikan makna dari peristiwa yang terjadi di sekitarnya.
2. *Brand Image*
Brand image sering dikenal sebagai kesan/citra yang muncul dalam pikiran, pandangan atau pemahaman seseorang ketika melihat atau mendengar nama suatu merek tertentu.
3. Bank digital
Bank digital adalah bank yang beroperasi sepenuhnya melalui *platform* digital, memungkinkan nasabah untuk melakukan semua transaksi perbankan secara *online*, tanpa perlu mengunjungi cabang fisik. Layanan yang disediakan termasuk pembukaan rekening, transfer dana, dan pembayaran yang dilakukan melalui aplikasi *mobile* atau *internet banking*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Dengan pengumpulan data diperoleh melalui penyebaran kuesioner terhadap 75 orang Mahasiswa Politeknik Pajajaran. Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif guna memberikan gambaran mengenai persepsi mahasiswa terhadap *Brand*

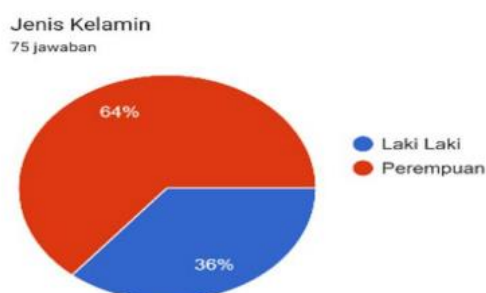
Lahengky Melinda Deselyne Leslye¹, M. Lutfi Setiawan², Kamelia³, Hani Hatimatunnisani⁴, Riffka Fauzany⁵

Image Bank BRI berdasarkan hasil jawaban dari beberapa pertanyaan yang diajukan kemudian digeneralisasikan melalui garis kontinum untuk mengetahui tingkat pendapat responden mengenai persepsi tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

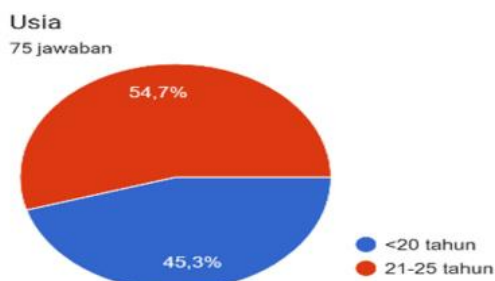
Berikut adalah gambaran responden terkait karakteristiknya yang dikategorikan berdasarkan jenis kelamin, usia serta program studi.

Berdasarkan dari hasil kuisisioner yang telah disebarakan kepada 75 Mahasiswa dari semua program studi yang telah mengisi kuisisioner, terdiri 64% perempuan dan 36% laki - laki dengan rata-rata berusia 20 – 25 tahun sebanyak 54,7% dan kurang dari 20 tahun sebanyak 45,3% .



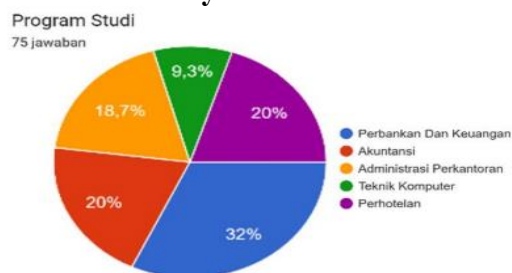
Gambar 1. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber : Hasil Kuisisioner Diolah Penulis (2024)



Gambar 2. Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Sumber : Hasil Kuisisioner Diolah Penulis (2024)



Gambar 3. Jumlah Responden Berdasarkan Program Studi

Sumber : Hasil Kuisisioner Diolah Penulis (2024)

Terdapat lima Program Studi yang ada di Politeknik Pajajaran Bandung dan berdasarkan hasil kuisisioner yang telah disebarakan, 32% responden berasal dari Program Studi Perbankan Dan Keuangan, 20% responden masing-masing berasal dari Program Studi Perhotelan dan Akutansi, 18,7% berasal dari Program Studi Administrasi Perkantoran dan 9,3% berasal dari Program Studi Teknik Komputer.

Berikut adalah tanggapan responden terkait pertanyaan mengenai *brand image* Bank BRI.

Tanggapan responden pada pertanyaan “Apakah Anda setuju terhadap Bank BRI sebagai salah satu Bank terbesar di Indonesia?”. Jawaban dari responden lebih banyak menjawab “Sangat Setuju” dengan jumlah 46%. Mayoritas responden memiliki tingkat pengakuan yang tinggi terhadap Bank BRI sebagai salah satu bank terbesar di Indonesia. Meskipun masih ada 12% responden yang berpendapat “Tidak Setuju” hal tersebut dapat menjadi masukan bagi Bank BRI agar dapat meningkatkan reputasinya lebih baik lagi di masa mendatang. Melalui tingkat persetujuan ini dapat dikatakan Bank BRI memiliki reputasi yang baik sebagai salah satu bank terbesar di kalangan mahasiswa Politeknik Pajajaran.

Lahengky Melinda Deselyne Leslye¹, M. Lutfi Setiawan², Kamelia³, Hani Hatimatunnisani⁴, Riffka Fauzany⁵



Gambar 4. Tanggapan Responden Mengenai BRI Sebagai Salah Satu Bank Terbesar Di Indonesia

Sumber : Hasil Kuesioner Diolah Penulis (2024)

Tanggapan responden pada pertanyaan “Apakah menurut Anda produk – produk Bank BRI (tabungan, kredit, dll) sesuai dengan kebutuhan Anda sebagai mahasiswa?”. Responden menjawab lebih banyak “Setuju” dengan jumlah 61% dan 20% “Sangat Setuju”. Menggambarkan bahwa responden merasa produk Bank BRI telah relevan dan dapat memenuhi kebutuhan. Dengan kata lain Bank BRI memiliki citra yang baik atau berhasil dalam menawarkan layanan atau produk yang sesuai kebutuhan pada segmen mahasiswa Politeknik Pajajaran.



Gambar 5. Tanggapan Responden Mengenai Produk Bank BRI Sesuai Kebutuhan

Sumber : Hasil Kuesioner Diolah Penulis (2024)

Tanggapan responden pada pertanyaan “Seberapa puas Anda dengan layanan digital yang disediakan oleh Bank BRI?”. Responden menjawab lebih banyak “Puas” sebanyak 58% dan 21% “Sangat Puas”. Memberikan indikasi

bahwa sebagian besar responden telah merasa puas dengan layanan digital yang disediakan Bank BRI. Dengan kata lain mayoritas mahasiswa Politeknik Pajajaran sebagai pengguna telah merasakan pengalaman positif dalam hal layanan *digital banking* yang tersedia pada Bank BRI memiliki kualitas yang baik.



Gambar 6. Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Terhadap Layanan Digital Banking Bank BRI

Sumber : Hasil Kuesioner Diolah Penulis (2024)

Tanggapan responden pada pertanyaan “Apakah Anda merasa bahwa Bank BRI terus berinovasi dalam menghadirkan layanan yang lebih modern dan efisien?”. Responden menjawab lebih banyak “Setuju” dengan jumlah 56% dan 14% “Sangat Setuju”. Memberikan gambaran bahwa sebagian besar responden menyetujui bahwa Bank BRI telah berupaya untuk terus berinovasi dalam menghadirkan layanan yang modern dan efisien. Dengan kata lain mayoritas mahasiswa Politeknik Pajajaran memiliki pandangan positif terhadap upaya Bank BRI dalam berinovasi untuk pengembangan teknologi dan moderisasi layanan agar lebih efisien.

Lahengky Melinda Deselyne Leslye¹, M. Lutfi Setiawan², Kamelia³, Hani Hatimatunnisani⁴, Riffka Fauzany⁵



Gambar 7. Tanggapan Responden Mengenai Inovasi Layanan Bank BRI
 Sumber : Hasil Kuesioner Diolah Penulis (2024)



Gambar 8. Tanggapan Responden Mengenai Niatan Untuk Terus Menggunakan Layanan Bank BRI Setelah Lulus Kuliah
 Sumber : Hasil Kuesioner Diolah Penulis (2024)

Tanggapan responden pada pertanyaan “Apakah Anda berniat untuk terus menggunakan layanan Bank BRI setelah lulus kuliah?”. Responden menjawab lebih banyak “Berniat” sebanyak 52% dan 16% “Sangat Berniat”. Tergambar bahwa sebagian besar responden memiliki niat untuk terus menggunakan layanan Bank BRI setelah lulus kuliah. Meskipun masih ada 3% yang menjawab “Tidak Berniat” hal tersebut dapat dijadikan masukan bagi Bank BRI untuk dapat meningkatkan layanan yang lebih baik lagi, serta menyediakan layanan yang lebih relevan bagi kebutuhan mereka setelah lulus kuliah. Hal ini dapat mencerminkan adanya potensi loyalitas yang baik di kalangan mahasiswa Politeknik Pajajaran untuk tetap berkomitmen menjadi nasabah di masa yang akan datang.

Dari lima pertanyaan tersebut dapat dibuat garis kontinum guna mengetahui tingkatan persepsi responden mengenai *brand image* Bank BRI dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Total Skor Tanggapan Responden

Pertanyaan	Skor
Reputasi sebagai salah satu bank terbesar	273
Kesesuaian produk dengan kebutuhan	301
Kepuasan layanan digital banking	300
Inovasi layanan	286
Niatan penggunaan layanan setelah lulus kuliah	286
Total skor	1446

Sumber : Hasil Kuesioner Diolah Penulis (2024)



Gambar 9. Garis Kontinum Mengenai Persepsi Mahasiswa Terhadap Brand Image Bank BRI
 Sumber : Hasil Kuesioner Diolah Penulis (2024)

Mengacu pada hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa secara garis besar persepsi mahasiswa Politeknik Pajajaran terhadap *brand image* Bank BRI adalah baik. Hal ini menunjukkan bahwa Bank BRI telah memberikan kesan yang baik dalam benak mahasiswa dipandang dari segi layanan, produk, inovasi teknologi

Lahengky Melinda Deselyne Leslye¹, M. Lutfi Setiawan², Kamelia³, Hani Hatimatunnisani⁴, Riffka Fauzany⁵

dan reputasi secara umum. Juga telah memberikan kepercayaan bahwa Bank BRI dapat memberikan layanan yang relevan dengan kebutuhan mahasiswa. Mereka pun memiliki niat untuk tetap menggunakan produk dan layanan Bank BRI bahkan setelah mereka lulus kuliah

Berikut adalah beberapa pendapat responden yang mendukung penilaian persepsi mengenai *brand image* Bank BRI dilihat dari segi keterkenalan merk, reputasi dan kepercayaan, kualitas layanan, inovasi dan teknologi, kesesuaian produk dengan kebutuhan serta loyalitas terhadap Bank BRI.



Gambar 10. Tanggapan Responden Mengenai Keterkenalan Merk Bank BRI
 Sumber : Hasil Kuesioner Diolah Penulis (2024)

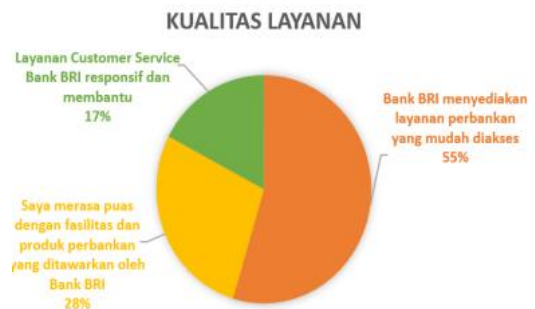
Dari segi keterkenalan merk, Mahasiswa Politeknik Pajajaran mengenali merk Bank BRI sebagai salah satu bank terbesar di Indonesia, karena lebih mudah dikenal dibanding bank lain dan sering muncul dalam iklan atau media promosi.



Gambar 11. Tanggapan Responden Mengenai Reputasi Dan Kepercayaan Terhadap Bank BRI

Sumber : Hasil Kuesioner Diolah Penulis (2024)

Dalam hal reputasi dan kepercayaan, Mahasiswa Politeknik Pajajaran berpendapat bahwa Bank BRI memiliki reputasi yang baik di masyarakat, dan merupakan salah satu bank yang dapat dipercaya, serta mereka merasa aman menggunakan layanan Bank BRI.



Gambar 12. Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Layanan Bank BRI

Sumber : Hasil Kuesioner Diolah Penulis (2024)

Tanggapan mengenai kualitas layanan, mahasiswa Politeknik Pajajaran berpendapat bahwa Bank BRI telah menyediakan layanan perbankan yang mudah diakses, layanan *Customer Service* responsif dan membantu, dan mereka merasa puas dengan fasilitas dan produk perbankan yang ditawarkan oleh Bank BRI.

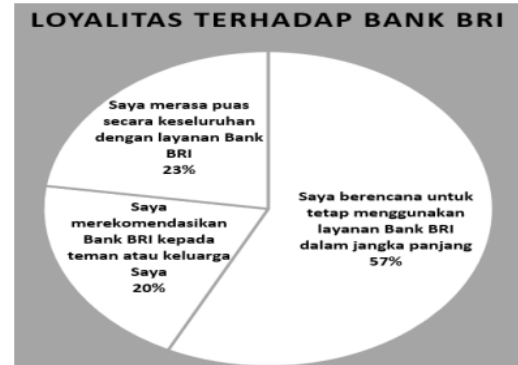
Lahengky Melinda Deselyne Leslye¹, M. Lutfi Setiawan², Kamelia³, Hani Hatimatunnisani⁴, Riffka Fauzany⁵

layanan yang tersedia dalam mengelola keuangan pribadinya.



Gambar 13. Tanggapan Responden Mengenai Inovasi Dan Teknologi Bank BRI
 Sumber : Hasil Kuesioner Diolah Penulis (2024)

Berkaitan dengan inovasi dan teknologi yang dilakukan Bank BRI, mahasiswa Politeknik Pajajaran memberikan tanggapan bahwa Bank BRI selalu memperbaharui layanan digitalnya, selalu mengikuti perkembangan teknologi dalam layanan perbankan dan mereka merasa Bank BRI telah memberikan pengalaman perbankan yang modern.



Gambar 15. Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Terhadap Bank BRI
 Sumber : Hasil Kuesioner Diolah Penulis (2024)

Dilihat dari segi loyalitas, mahasiswa Politeknik Pajajaran memiliki potensi loyalitas yang cukup baik dikarenakan mereka berencana untuk tetap menggunakan layanan Bank BRI dalam jangka panjang, merekomendasikan bank BRI kepada teman atau keluarga dan mereka merasa puas dengan layanan Bank BRI.

Hasil analisis ini menunjukkan bahwa Bank BRI memiliki posisi yang kuat di kalangan mahasiswa. Ini terutama karena fakta bahwa bank ini adalah salah satu yang terbesar di Indonesia dan memiliki banyak layanan perbankan yang tersedia di berbagai wilayah. Mayoritas mahasiswa menilai bahwa layanan Bank BRI cukup memenuhi kebutuhan mereka, dan banyak yang ingin menggunakannya setelah mereka lulus. Meskipun layanan bank digital seperti *mobile banking* dan *internet banking* cukup memuaskan bagi beberapa orang yang menjawab, ada potensi untuk meningkatkan layanan pelanggan dan menghasilkan inovasi yang lebih modern dan relevan bagi generasi muda. Sebagian besar mahasiswa percaya bahwa Bank BRI selalu inovatif, tetapi mereka belum



Gambar 14. Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian Produk Bank BRI Dengan Kebutuhan
 Sumber : Hasil Kuesioner Diolah Penulis (2024)

Dalam hal kesesuaian produk yang disediakan Bank BRI dengan kebutuhan, mahasiswa Politeknik Pajajaran berpendapat bahwa produk perbankan telah sesuai dengan kebutuhannya sebagai mahasiswa, Bank BRI menyediakan fasilitas yang memudahkan transaksi harian mereka dan mereka merasa terbantu oleh

Lahengky Melinda Deselyne Leslye¹, M. Lutfi Setiawan², Kamelia³,
Hani Hatimatunnisani⁴, Riffka Fauzany⁵

memiliki pengalaman perbankan yang benar-benar kontemporer dan efektif. Secara keseluruhan, Bank BRI telah berhasil menciptakan, meskipun ada beberapa area yang perlu ditingkatkan.

ini. Terakhir, Bank BRI perlu lebih mengkomunikasikan reputasinya yang baik dan menjalankan program CSR yang bermanfaat langsung bagi mahasiswa.

KESIMPULAN

Hasil analisis dapat disimpulkan bahwa persepsi mahasiswa Politeknik Pajajaran mengenai *brand image* Bank BRI memperoleh penilaian yang baik. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa Bank BRI memiliki basis pengguna yang kuat di kalangan mahasiswa, dengan kelebihan utama pada kemudahan akses, reputasi, serta kesesuaian produk dengan kebutuhan mahasiswa. Namun, terdapat area yang bisa ditingkatkan, terutama dalam responsivitas *customer service* dan modernisasi layanan yang lebih nyata.

SARAN

Berdasarkan hasil kuesioner, Bank BRI disarankan untuk meningkatkan responsivitas *customer service* dengan mempercepat waktu tanggapan dan memperbanyak fitur *self-service* pada aplikasi. Layanan digital perlu diperbaiki dengan memperbarui antarmuka dan menambahkan fitur keamanan canggih. Edukasi tentang produk perbankan, khususnya yang mendukung pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa, juga perlu diperkenalkan melalui program literasi keuangan. Bank BRI sebaiknya berfokus pada inovasi layanan dengan memanfaatkan teknologi terbaru, seperti *blockchain*, serta mempermudah proses pembukaan rekening dan pengajuan produk secara *online*. Promosi khusus untuk mahasiswa dan keterlibatan mereka dalam kegiatan pemasaran akan memperkuat hubungan dengan segmen

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiyanti, Y., Apriliani, R. A. E. P., Efendi, B., & Nurhayati, E. C. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Perbankan Syariah*, 2(2), 100-108.
- BRI.co.id : [Info Perusahaan - Bank BRI | Melayani Dengan Setulus Hati](https://www.bri.co.id/info-perusahaan)
Detik.com : <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6243693/persepsi-adalah-arti-contoh-dan-faktor-yang-mempengaruhinya>
- Jayanti, F., & Arista, N. T. (2018). Persepsi mahasiswa terhadap pelayanan perpustakaan Universitas Trunojoyo Madura. *Competence: Journal of Management Studies*, 12(2).
- Kompas.com : [Sejarah Bank Rakyat Indonesia \(BRI\), Didirikan di Purwokerto](https://www.kompas.com/read/2019/07/15/sejarah-bank-rakyat-indonesia-bri-didirikan-di-purwokerto)
- Kurniawati SMJ, R., Dewi, D. P., & SUDARYANTO, S. (2019). Korelasi Antara Faktor Usia, Jenis Kelamin, Dan Ipk Dengan Persepsi Mahasiswa Mengenai Lingkungan Belajar Klinik Di Kepaniteraan Klinik Ilmu Tht-Kl Fk Undip (Doctoral dissertation, Faculty of Medicine).
- Salehah, R., Zsafira, Z., & Hatimatunnisani, H. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI

**Lahengky Melinda Deselyne Leslye¹, M. Lutfi Setiawan², Kamelia³,
Hani Hatimatunnisani⁴, Riffka Fauzany⁵**

BANK BJB KCP
KIARACONDONG
BANDUNG. *Jurnal Ilmiah
Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi
(MEA)*, 5(2), 1532-1542.
<https://doi.org/10.31955/mea.v5i2.1322>

Brawijaya Malang Tahun Angkatan
2013/2014 dan 2014/2015
Pengguna Kartu Pra-b (Doctoral
dissertation, Brawijaya University).

Serupa.id : [Brand Image \(Citra Merek\):
Pengertian, Indikator, Manfaat, dsb
- serupa.id](#)

Soraya, N. (2018). Analisis persepsi mahasiswa terhadap kompetensi dosen dalam mengajar pada program studi PAI fakultas ilmu tarbiyah dan keguruan UIN Raden Fatah Palembang. *Tadrib*, 4(1), 183-204.

Sugiyono.(2017). METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN RDN.Bandung: Penerbit Alfabeta

Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating Pada Startup Business Unicorn Indonesia. *Journal of Business Studies*, 4(1), 41-53.

V, W. (2014). Metode Penelitian : Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami.Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Muthiah, P., & Uthayakumar, S. (2018). Digital Banking: A New Era of Banking Services. *International Journal of Innovative Research & Development*, 7(2), 55-62.

Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas