

ABSTRAK

Tingginya persaingan di dunia perbankan dan bank BTN yang dikenal masyarakat sebagai bank yang melakukan pelayanan pembiayaan KPR membuat sedikitnya minat nasabah milenial untuk menabung di bank BTN. Hal ini menyebabkan bank BTN mengalami kesulitan dalam menembus pasar milenial, sehingga penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh desain produk, promosi dan citra merek sebagai variabel intervening terhadap keputusan menabung generasi milenial di bank BTN cabang Semarang.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 2 variabel independent yaitu desain produk (X_1), dan promosi (X_2), 1 variabel intervening yaitu citra merek (Y_1), dan 1 variabel dependen yaitu keputusan menabung (Y_2). Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 120 responden yang merupakan nasabah bank BTN berusia 19 – 38 tahun. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan Teknik *purposive sampling*. Dalam pengumpulan data digunakan metode wawancara dengan media kuesioner. Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) sebagai alat analisis.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel independen berpengaruh positif terhadap citra merek. Dan citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan menabung.

Kata kunci: Desain produk, Promosi, Citra merek, Keputusan pelanggan.