

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh atribut produk, mutu produk dan promosi penjualan terhadap minat menabung nasabah Bank Jateng Cabang Kordinator Semarang menggunakan variabel intervening citra perusahaan. Dan penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis apakah variabel citra perusahaan mampu untuk memediasi variabel atribut produk, mutu produk dan promosi penjualan terhadap minat menabung.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah aktif yang sedang melakukan transaksi di Bank Jateng cabang Kordinator Semarang. Sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden dan teknik yang digunakan adalah teknik *Non-probability sampling* dengan pendekatan *accidental sampling* (pengambilan sampel berdasarkan kebetulan).

Dari hasil analisis, indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabel bersifat valid. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Atribut produk, Mutu produk dan Promosi penjualan berpengaruh positif pada Citra perusahaan. Kemudian variabel Citra Perusahaan berpengaruh positif terhadap Minat menabung nasabah di Bank Jateng cabang kordinator Semarang.

Kata kunci : Atribut Produk, Mutu Produk, Promosi Penjualan, Citra perusahaan, Minat Menabung.