

# **ANALISIS *BRAND IMAGE* PRODUK TABUNGAN BTN BERDASARKAN PERSEPSI NASABAH *MILENIAL* PADA BANK TABUNGAN NEGARA, KANTOR CABANG YOGYAKARTA**

**Ardi Azam Mafaza**

## **Abstrak**

Penelitian ini dilakukan pada Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Yogyakarta. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hasil analisis *brand image* produk tabungan BTN berdasarkan persepsi nasabah *milenial* pada Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Yogyakarta. Penelitian ini masuk dalam penelitian kuantitatif. Metode yang dilakukan adalah dengan menyebarkan kuesioner untuk mendapatkan persepsi nasabah *milenial* yang telah menggunakan tabungan BTN, kemudian kuesioner disebarkan kepada 100 responden. Metode yang digunakan dengan melakukan analisis *brand image* produk tabungan BTN yang bertujuan untuk mengetahui citra dari pembuat, pemakai dan produk itu sendiri. Kemudian dilakukan uji kualitas data dan analisis data menggunakan metode *arithmetic mean*. Hasil analisis *brand image* menggunakan tiga indikator yaitu, citra pembuat, citra pemakai, citra produk. Pada citra pembuat mendapatkan nilai skor 4,18, yang termasuk dalam kriteria setuju, citra pemakai mendapatkan nilai skor 4,06, yang termasuk dalam kriteria setuju, kemudian citra produk mendapatkan nilai skor 3,97, masuk dalam kriteria setuju. Dan dari ketiga indikator tersebut diperoleh nilai skor 4,07 yang berarti tujuan analisis *brand image* produk tabungan BTN termasuk dalam kriteria setuju dan persepsi nasabah *milenial* tentang produk tabungan BTN memiliki hasil dengan kategori setuju.

**Kata Kunci:** *Brand Image, Milenial Perception*



Handwritten signature and date: 23/9'22

**BRAND IMAGE ANALYSIS OF BTN SAVING PRODUCTS BASED ON THE PERCEPTIONS OF MILLENNIAL CUSTOMERS AT BANK TABUNGAN NEGARA, YOGYAKARTA BRANCH OFFICE**

**Ardi Azam Mafaza**

***Abstract***

*This research was conducted at Bank Tabungan Negara Yogyakarta Branch Office. The purpose of this study was to determine the results of brand image analysis of BTN savings products based on the perceptions of millennial customers at Bank Tabungan Negara Yogyakarta Branch Office. This research is included in quantitative research. The method used is by distributing questionnaires to get the perception of millennial customers who have used BTN savings, then the questionnaires are distributed to 100 respondents. The method used is to analyze the brand image of BTN savings products which aims to determine the image of the maker, user, and product itself. Then the data quality test and data analysis were carried out using the arithmetic mean method. The results of brand image analysis use three indicators, namely, the image of the maker, the image of the user, and the image of the product. The image maker gets a score of 4.18, which is included in the agree criteria, the user image gets a score of 4.06, which is included in the agree criteria, then the product image gets a score of 3.97, which is included in the agree criteria. And from the three indicators, a score of 4.07 is obtained, which means that the purpose of analyzing the brand image of BTN savings products is included in the agreed criteria and millennial customers' perceptions of BTN savings products have results in the agree category.*

***Keywords:*** Brand Image, Millennial Perception