# ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel *Promosi* dan *Citra Merek* berpngearuh terhadap Keputusan Nasabah pada produk KPR di Bank BTN Syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Analasis data dilakukan dengan mencari nilai seberapa besar pengaruh variabel independent yaitu Promosi dan Citra Merek, terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Nasabah dengan menggunakan teori dan indikator dari variabel masing-masing. Dalam melakukan analisis data, penelitian ini menggunakan aplikasi SEM-Pls untuk mengola data yang akan diuji. Analisis data yang digunakan berupa uji hipotesis dan uji simultan sebagai tumpuan Promosi dan Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah, maka dengan hasil uji hipotesis (Uji T), terlihat bahwa nilai signifikansi untuk variabel promosi terhadap variabel Keputusan Nasabah adalah 4.848, yang dimana lebih besar dari 1.96. Hal ini menunjukan bahwa variabel promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan nasabah. Selanjutnya, nilai signifikansi untuk variabel citra merek terhadap variabel Keputusan Nasabah adalah 6.649, yang dimana lebih besar dari 1.96. Selain itu hasil penitian yang diolah oleh peneliti, ditemukan bahwa data pengaruh simultan antara variabel promosi dan citra merek sebesar 0,749 (kuat), yang artinya keputusan nasabah (Y) dapat dipengaruhi oleh promosi dan citra merek sebesar 74,9% dan 25,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Hasil ini sesuai dengan teori Chin (1998), nilai R\_Square sebesar 0,67 (kuat), 0,33 (moderat), 0,19 (lemah). Maka variabel X1 promosi dan X2 citra merek berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y keputusan nasabah pada produk KPR diBank BTN Syariah Cabang Tangerang (Ha3 diterima).

**Kata Kunci: Promosi, Citra Merek dan Keputusan Nasabah**