

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image* dan *Media Communication* terhadap Keputusan Memilih Produk. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang dengan penyebaran kuisioner sebanyak 100 responden.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu propabilitas sampling. Teknik pengumpulan data dengan metode kuisioner dan wawancara. Adapun variabel yang diteliti meliputi Keputusan Memilih Produk adalah variabel terikat, *Brand Awareness*, *Brand Image* dan *Media Communication* adalah variabel bebas. Analisis yang digunakan dalam penelitian adalah uji instrument, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan analisis regr esi linier berganda.

Dari hasil penelitian menunjukkan tidak adanya pengaruh antara *Brand Awareness* terhadap keputusan memilih Produk, hal ini ditunjukkan oleh nilai $t_{hitung} 0.102 < t_{tabel} 1.667$, selanjutnya *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Memilih Produk hal ini ditunjukkan oleh nilai $t_{hitung} 2.600 > t_{tabel} 1.667$, dan *Media Communication* memiliki pengaruh positif dan signifikan hal ini dilihat pada nilai $t_{hitung} 2 > t_{tabel} 1.667$.

Kata Kunci : *Brand Awareness, Brand Image, Media Communication*