

## ***ABSTRAK***

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *word of mouth*, *personal selling* dan *brand image* terhadap minat menjadi nasabah di BMT Mitra Khazanah Palembang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 90 responden. Penarikan sampel menggunakan metode accidental sampling. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode kuisisioner. Adapun teknik analisis data yang digunakan ialah uji asumsi klasik, regresi linear berganda dan pengolahan data menggunakan IBM SPSS Statistic Version 20.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. *Personal selling* tidak berpengaruh terhadap minat nasabah. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah.

**Kata Kunci** : *Word Of Mouth*, *Personal Selling*, *Brand Image*, Minat Menjadi Nasabah.