

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *social media marketing*, *personal selling*, dan *sales promotion* terhadap keputusan nasabah melakukan Buka Rekening Online (BUREKOL) di Bank Syariah Indonesia KC Palembang Demang.

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mengolah sebuah data primer dengan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada nasabah Bank Syariah Indonesia KC Palembang Demang sebanyak 100 responden dengan teknik *purposive sampling*. Data yang diperoleh dari kuesioner tersebut diolah dengan menggunakan alat bantu SPSS Versi 16 dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis yang digunakan meliputi uji instrumen dan uji asumsi klasik.

Berdasarkan uji penelitian yang dilakukan yaitu: 1) Variabel *social media marketing* (X1) berpengaruh terhadap keputusan nasabah melakukan Buka Rekening Online (BUREKOL); 2) Variabel *personal selling* (X2) berpengaruh terhadap keputusan nasabah melakukan Buka Rekening Online (BUREKOL); 3) Variabel *sales promotion* (X3) berpengaruh terhadap keputusan nasabah melakukan Buka Rekening Online (BUREKOL).

Kata Kunci : Keputusan Konsumen, *Personal Selling*, *Sales Promotion*, *Social Media Marketing*