

## **ABSTRAK**

**Nabila Munisa**

**1920603080**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Word Of Mouth*, *Brand Image* dan *Media Communication* terhadap keputusan nasabah menggunakan produk BTN Batara iB Bank Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Palembang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengumpulkan data primer melalui kuesioner. Metode pengambilan sampel menggunakan Non-Probability sampling dengan teknik Purposive *Sampling*. Seluruh data sampel yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner berjumlah 100 responden dan akan diolah dengan menggunakan software SPSS versi 26. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 1) *Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah, 2) *Brand Image* tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah, 3) *Media Communication* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah, dan 4) *Word Of Mouth*, *Brand Image* dan *Media Communication* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau saran kepada perbankan syariah terutama Bank BTN Syariah KC Palembang yang merupakan objek dalam penelitian ini, agar mampu meningkatkan pangsa pasarnya pada perbankan di Indonesia.

**Kata Kunci:** *word of mouth*, *brand image*, *media communication*, keputusan nasabah

## **ABSTRACT**

***Nabila Munisa***

***1920603080***

*This research was conducted to determine the effect of Word Of Mouth, Brand Image and Media Communication on customers' decisions to use BTN Batara iB Bank Negara Syariah Savings products Palembang Branch Office. This study used a quantitative approach by collecting primary data through questionnaires. The sampling method uses Non-Probability sampling with Purposive Sampling technique. All sample data obtained through distributing questionnaires amounted to 100 respondents and will be processed using SPSS software version 26. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression. The results of this study indicate that 1) Word of Mouth has a positive and significant effect on customer decisions, 2) Brand Image has no effect on customer decisions, 3) Media Communication has a positive and significant effect on customer decisions, and 4) Word Of Mouth, Brand Image and Media Communication simultaneously have a positive and significant effect on customer decisions. This research is expected to provide input or advice to Islamic banking, especially Bank BTN Syariah KC Palembang, which is the object of this study, in order to be able to increase its market share in banking in Indonesia.*

***Keywords:*** *word of mouth, brand image, media communication, customer decisions*