

## **ABSTRAK**

Daya saing mutlak diperlukan untuk meningkatkan persaingan bisnis bank syariah. Selain melakukan promosi dan memberikan citra merek yang positif, bank syariah juga dituntut untuk terus melakukan inovasi terhadap produknya agar dapat meningkatkan daya saing perusahaannya. Adapun penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dengan populasi nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Palembang berjumlah 100 orang sebagai sampel. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode rumus slovin. Untuk variabel dependen (Y) dari penelitian ini adalah Daya Saing. Untuk variabel independen (X) meliputi: Promosi (X1), Citra Merek (X2) dan Inovasi Produk (X3), untuk metode analisis data dengan menggunakan model analisis regresi linier berganda. Sedangkan untuk mengolah data dengan menggunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel promosi, citra merek dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing Bank Sumsel Babel Syariah Palembang. Secara simultan variabel promosi, citra merek dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing Bank Sumsel Babel Syariah Palembang. Dan dengan demikian dapat dinyatakan bahwa hipotesis dalam penelitian ini terbukti.

**Kata Kunci : Promosi, Citra Merek, Inovasi Produk, Daya Saing**