

ABSTRAK

Gt. Yeni Safitri. 2022. Pengaruh Media Sosial dan Komunitas Terhadap Keputusan masyarakat di kota Banjarmasin Memilih Produk Perbankan Syariah. Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin. Pembimbing: Dr. Syaugi, S.Ag, M.A.

Kata Kunci: Media Sosial, Komunitas, Keputusan

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kemajuan dan perkembangan teknologi digital yang membawa dampak signifikan terhadap para penggunanya, baik dari aspek sosial maupun budaya. Karena itu, penelitian ini berfokus pada pengaruh variabel Media Sosial dan Komunitas terhadap Keputusan masyarakat di kota Banjarmasin memilih produk Perbankan Syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Media Sosial dan Komunitas berpengaruh terhadap Keputusan masyarakat di kota Banjarmasin memilih produk Perbankan Syariah.

Metode yang digunakan dalam penentuan sampel adalah *Accidental Sampling*. Sehingga didapatkan 100 orang responden dalam penelitian ini. Metode yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel *Independent* dan *Dependent* adalah metode *Outer Model* dan *Inner Model* menggunakan *software SEM* dengan *SmartPLS versi 3.2.* dan Microsoft Excel 2010.

Berdasarkan hasil pada *Path Coefficient* diketahui bahwa variabel Media Sosial (X1) berpengaruh terhadap Keputusan (Y), sedangkan variabel Komunitas (X2) tidak berpengaruh terhadap Keputusan (Y). Hasil uji R^2 (R-Square) menunjukkan bahwa variabel Media Sosial dan Komunitas memberikan pengaruh sebesar 40,4% terhadap variabel Keputusan dan sisanya 59,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diuji dalam penelitian ini.