

ABSTRAK

Raudhatul Jannah. 2025. Pengaruh Promosi Media Sosial dan *Word Of Mouth* Terhadap Minat Menggunakan Bank Syariah Pada Masyarakat Kota Banjarbaru. Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.

Pembimbing I: Haris Faulidi Asnawi, LC., M.S.I., Pembimbing II: Muhammad Qamaruddin, M.E.

Kata Kunci: Promosi Media Sosial, *Word Of Mouth*, Minat, Bank Syariah

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi melalui media sosial dan *word of mouth* terhadap minat masyarakat Kota Banjarbaru dalam menggunakan layanan Bank Syariah. Meskipun Bank Syariah telah aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, tingkat pemahaman masyarakat mengenai konsep dan layanan perbankan syariah masih tergolong rendah. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh promosi media sosial dan *word of mouth* terhadap minat masyarakat.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat Kota Banjarbaru. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin, sehingga diperoleh 100 orang responden yang tersebar di seluruh kecamatan di Kota Banjarbaru. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *stratified sampling*, dengan tujuan agar setiap kecamatan terwakili secara proporsional. Instrumen penelitian disusun dalam bentuk kuesioner dengan skala Likert, kemudian data diolah dengan SPSS dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda, untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel secara parsial maupun simultan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi media sosial dan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan Bank Syariah. Promosi media sosial memiliki pengaruh yang lebih besar dengan koefisien sebesar 0,449, sedangkan *word of mouth* berpengaruh dengan koefisien sebesar 0,329. Uji simultan memperkuat temuan ini dengan nilai F hitung sebesar 72,681, menunjukkan kedua variabel secara bersama-sama berpengaruh signifikan. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,600 mengindikasikan bahwa 60% variasi minat masyarakat dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut.