

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FAI

Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial (Facebook, Instagram, Twutter dan Youtube) Terhadap Komunikasi Pemasaran Bank Muamalat (Studi Pada Nasabah Bank Muamalat di Jakarta)

Ilham Sukarta

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=75335&lokasi=lokal>

Abstrak

Ilham Sukarta, Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial (Facebook, Instagram, Twutter dan Youtube) Terhadap Komunikasi Pemasaran Bank Muamalat (Studi Pada Nasabah Bank Muamalat di Jakarta). Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemanfaatan media sosial yang terdiri dari Pemanfaatan Facebook, Pemanfaatan Instagram, Pemanfaatan Twitter dan Pemanfaatan Youtube terhadap komunikasi pemasaran bank Muamalat. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif data kusioner dengan 100 sampel yang telah ditentukan dengan teknik purposive sampling. Penelitian ini menggunakan alat pengujian data yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan data dianalisis menggunakan alat analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa; secara parsial variabel Facebook, Instagram dan Twitter berpengaruh positif dan signifikan terhadap Komunikasi Pemasaran. Variabel Youtube berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Komunikasi Pemasaran. Nilai adjusted R² sebesar 0.423 yang artinya bahwa seluruh variabel independen mampu mempengaruhi variabel dependen sebesar 42.3% dan 0.577 (57.7%) dipengaruhi oleh variabel lain. Dengan adanya hasil dari penelitian ini, di harapkan menjadi informasi baru dan menjadi bahan evaluasi bagi bank muamalat terhadap promosi dan komunikasi pemasarannya di media sosial.