

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “**Analisis Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap *Loyalty Intentions* Pada Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi**”, yang disusun oleh Novri Adha Putra dengan NIM: 3316.138, jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.

Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui seberapa besar pengaruh *media social marketing* terhadap *loyalty intentions* pada Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi. Metode pengumpulan data melalui mengedarkan kuesioner, dengan sampel sebanyak 40 (empat puluh) orang responden.

Metode penelitian ini adalah pendekatan asosiatif dan kuantitatif deskriptif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi sebanyak 40 orang responden dan sampel sebanyak 40 orang responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode sampling jenuh. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Metode analisa yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana dengan alat bantu spss versi 16.

Hasil penelitian yang dilakukan pada Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi dapat dikemukakan persamaan Regresi Linear Sederhana $Y = 14,033 + 0,670X$. berdasarkan uji parsial (Uji T) menunjukkan bahwa variabel *Social Media Marketing* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Loyalty Intentions*, dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $8,679 > 2,024$ sehingga H_0 ditolak. Dan nilai R^2 sebesar 0,665 yang berarti variabel *Social Media Marketing* memberi kontribusi terhadap *Loyalty Intentions* sebesar 66,5 persen, sementara itu 33,5 persen lagi dipengaruhi oleh variabel yang lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Social Media Marketing, Loyalty Intentions*