

ABSTRAK

PUTRI MAULANA YULANDARI. 2026. *Pengaruh Pemasaran Media Sosial dan Word Of Mouth Terhadap Minat Menabung Konsumen Gen Z Pada Bank Muamalat KCP Gowa*. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh : M. Najib Kasim dan Muhammad Akib.

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh Pemasaran Media Sosial dan *Word Of Mouth* terhadap Minat Menabung. Sampel ini berjumlah 130 responden diambil dari calon nasabah gen z Bank Muamalat KCP Gowa, ditentukan dengan menggunakan rumus malhotra. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner terkait masalah yang diteliti. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode skala Likert. Metode analisis yang di terapkan meliputi uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik, regresi linear berganda serta pengujian hipotesis menggunakan SPSS versi 29. Hasil penelitian menunjukkan variabel Pemasaran Media Sosial (X1) memiliki tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$, dan variabel *Word of Mouth* (X2) memiliki tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Pemasaran Media Sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung, begitupun variabel *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menabung. Semakin efektif strategi pemasaran melalui media sosial serta semakin kuat rekomendasi positif dari mulut ke mulut (*Word of Mouth*), maka semakin besar pula kecenderungan konsumen dari kalangan Generasi Z untuk mengambil keputusan minat menabung pada Bank Muamalat KCP Gowa.

Kata Kunci: *Social Media Marketing, Word Of Mouth, Minat Menabung.*