

ABSTRAK

MUHAMMAD ARDHAN ARIFIN. 2026. *Pengaruh Media Sosial Dan Brand Image Terhadap Minat Menabung Pada Mahasiswa Pengguna KB Bank Syariah KCP Unismuh Makassar.* dibimbing oleh : Buyung Romadhoni dan Syarthini Indrayani.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh media sosial dan *brand image* terhadap minat menabung mahasiswa, baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel sebanyak 180 responden mahasiswa pengguna KB Bank Syariah KCP Unismuh Makassar melalui instrumen kuesioner. Analisis data dilakukan menggunakan uji regresi linear berganda. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa media sosial dan *brand image* secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Kombinasi kedua variabel menjelaskan variasi minat sebesar 33,4%. Secara deskriptif, *brand image* terbukti memberikan kontribusi dominan dibandingkan media sosial.

Kata Kunci: Minat Menabung, Media Sosial, Brand Image

