

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan diajukan pada Jurusan Asuransi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Ini sepenuhnya asli merupakan hasil karya tulis ilmiah saya pribadi.

Adapun tulisan maupun pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya sebutkan kutipannya secara jelas dan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku di bidang penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh skripsi ini merupakan hasil perbuatan plagiarism atau mencontek karya tulis orang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaan yang saya terima atau sanksi akademik lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 7 Maret 2023



SELFA APRILIANTI

NIM: 191430071

ABSTRAK

Nama: Selfa Aprilianti, NIM: 191430071, Judul Skripsi: Pengaruh Digital Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Asuransi Syariah.

Sebuah bisnis diperlukan untuk memasarkan akan perusahaan atau produknya dengan pemasaran secara digital. adanya *digital marketing* suatu perusahaan sudah menimalisir akan terjadinya konsekuensi penilaian dari para konsumen dan dapat mempengaruhi adanya *brand image* perusahaan dan produk.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu 1). Apakah Apakah *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada asuransi syariah?. 2). Apakah Apakah *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada asuransi syariah?. 3). Apakah Apakah *digital marketing* dan *brand image* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada asuransi syariah?

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan non-probability sampling dengan purposive sampling. Data diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner melalui link yang merupakan pengguna aktif sosial media. Variabel bebas dalam penelitian adalah digital marketing dan brand image dan variable terikatnya adalah Minat Beli.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa digital marketing $3.852 > 1.655$ sehingga memiliki pengaruh terhadap minat beli masyarakat. Brand image $13.008 > 1.655$ sehingga memiliki pengaruh terhadap minat beli masyarakat dan digital marketing dan brand image nilai signifikansi $0,000 > 0,05$ maka digital marketing dan brand image secara simultan memiliki pengaruh terhadap minat beli masyarakat pada asuransi syariah.

Kata Kunci: Digital Marketing, Brand Image, Minat Bel



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN MAULANA HASANUDDIN
BANTEN**

Jl. Sukajaya Kecamatan Curug, Kota Serang, Banteng 42171

Nomor	: Nota Dinas	Kepada Yth.
Lampiran	: 1 (Satu) Eksemplar	Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Hal	: Pengajuan Munaqasyah a.n Selfa Aprilianti NIM : 191430071	UIN SMH Banten Di - Serang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dipermaklum Dipermaklum dengan hormat bahwa setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi Saudara **Selfa Aprilianti NIM. 191430071** dengan judul Skripsi "**Pengaruh Digital Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Asuransi Syariah**", diajukan sebagai salah satu syarat untuk melengkapi Ujian Munaqasyah pada Jurusan Asuransi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Maka kami ajukan skripsi ini dengan harapan dapat segera di munaqasyahkan.

Demikian, atas perhatian Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Serang, 7 Maret 2023

Pembimbing I

Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.Si.
NIP. 196406121991032001

Pembimbing II

Muhammad Fadli Azim, M.Si.
NIP. 198705312019031010

PERSETUJUAN

**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN BRAND
IMAGE TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT
PADA ASURANSI SYARIAH**

Oleh:

SELFA APRILIANTI
NIM. 191430071

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.Si
NIP. 196402121991032003



Muhamad Fadli Azim, M.Si
NIP. 198705312019031010

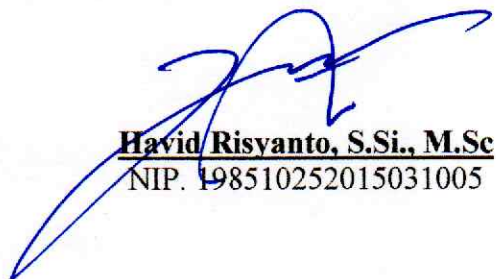
Mengetahui,

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,

Ketua
Jurusan Asuransi Syariah,



Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.Si
NIP. 196402121991032003



Havid Risyanto, S.Si., M.Sc
NIP. 198510252015031005

PENGESAHAN


Skripsi a.n Selfa Aprilianti NIM: 191430071 yang berjudul: ***“Pengaruh Digital Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Asuransi Syariah”***, telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tanggal 17 Maret 2023 skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Saejana Program Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Asuransi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Serang, 20 Maret 2023


Sidang Munaqasyah

Ketua Merangkap Anggota

Sekretaris Merangkap Anggota



Hayid Risyanto, S.Si., M.Sc.
NIP. 198510252015031005



Wahri Irawan, M.Si.
NIDN. 2005059602

Anggota-Anggota

Penguji I

Penguji II



Dr. Wazin, M.Si.



Ikin Anul Yakin, M.E.

NIP. 198510252015031005

NIDN. 2021079002

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.Si.
NIP. 196406121991032001



Muhammad Fadli Azim, M.Si.
NIP. 198705312019031010

PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur kepada Allah SWT dan atas dukungan dan do'a dan orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat di selesaikan dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu dengan kerendahan hati yang tulus dan keridhoan-Mu ya Allah, rasa bangga dan bahagia saya ucapkan syukur dan terima kasih atas cinta kasih sayang yang tulus kepada kedua orang tua ku. Terima kasih karena engkau tak pernah lelah untuk mengasihi, mendidik, serta tak pernah berhenti untuk mendoakan anak-anak mu. Terima kasih kepada kakak-kakak ku dan adik-adik ku yang sangat ku cintai, atas doa dan segala dukungan yang telah kalian berikan.

MOTTO

وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَنْتُمْ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

“Dan janganlah kamu (merasa) lemah, dan jangan (pula) bersedih hati, sebab kamu paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang beriman”

(Q.S. Ali-Imran: 139)

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Selfa Aprilianti, lahir di Cilegon anak ketiga dari lima bersaudara, dari orang tua bernama, ayah Sanusi dan Ibu Rosinah.

Pendidikan yang telah ditempuh SDN 12 Kota Serang lulus Tahun 2013, SMPN 14 Kota Serang lulus Tahun 2016 dan SMAN 3 Kota Serang lulus Tahun 2019, kemudian melanjutkan studi di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Asuransi Syariah

Selama menjadi mahasiswa di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, penulis mengikuti organisasi intra kampus yaitu Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM), sebagai anggota dan pengurus tahun Desember 2020 sampai Desember 2021.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Ungkapan Puji dan syukur kehadirat Allah SWT, atas karunia dan rahmatnya bagi kita kaum muslim masih di berikan nikmat sehat wal'afiat. Selawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, yang merupakan Suri Tauladan bagi umat islam hingga akhir zaman.

Alhamdulillah dengan kemudahan yang diberikan oleh Allah SWT dan dengan usaha yang sungguh-sungguh akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Digital Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada Asuransi Syariah”.

Oleh kerana itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini, diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. H. Wawan Wahyudin, M. Pd., Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
2. Ibu Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M. Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
3. Bapak Havid Risyanto S.Si., M. Sc., Ketua Jurusan Asuransi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

4. Ibu Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M. Si., selaku Pembimbing I dan Bapak Muhammad Fadli Azim, M. Si., selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan dan saran-saran dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu Seluruh Dosen, staf dan pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penulisan skripsi ini.
6. Untuk kedua orang tua, kakak, dan adik terima kasih selalu mendoakan dan support dalam penyusunan skripsi ini.
7. Kepada teman-teman yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
8. Dan yang paling utama, terima kasih kepada diri saya sendiri yang tidak pernah menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini dari awal hingga tulisan ini dapat terselesaikan.

Mengingat penulis masih dalam tahap belajar maka untuk itu penulis mohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, sehingga penulis sangat membutuhkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya.

Serang, 7 Maret 2023

Penulis

SELFA APRILIANTI
NIM. 191430071

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
ABSTRAK	ii
NOTA DINAS	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Pembatasan Masalah	8
D. Perumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian	10
G. Penelitian Terdahulu	11
H. Kerangka Pemikiran.....	16
I. Sistematika Pembahasan	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
A. Theory of Planned Behaviour	19
B. Digital Marketing	20

1. Pengertian Digital Marketing	20
2. Konsep Digital Marketing	23
3. Dimensi Digital Marketing	25
C. Brand Image	27
1. Pengertian Brand Image	27
2. Faktor-faktor yang Membentuk Brand Image	30
3. Dimensi Brand Image	31
D. Minat Beli	33
1. Pengertian Minat Beli	33
2. Faktor-faktor yang Membentuk Minat Beli	34
3. Dimensi Minat Beli	35
E. Asuransi Syariah	37
1. Pengertian Asuransi Syariah	37
2. Akad Asuransi Syariah.....	40
3. Prinsip-Prinsip Asuransi Syariah	41
4. Tujuan Asuransi Syariah.....	44
5. Manfaat Asuransi Syariah.....	47
F. Hubungan Antar Variabel	49
G. Hipotesis	55
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	57
A. Waktu dan Tempat Penelitian	57
B. Jenis Penelitian dan Sumber Data	58
C. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data	59
D. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel	65
E. Teknik Analisis Data	71
F. Uji Asumsi Klasik	73
G. Pengujian Hipotesis	76
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	79
A. Karakteristik Responden	79
B. Hasil Penelitian	83
C. Uji Asumsi Klasik	86
D. Uji Hipotesis	93

BAB V PENUTUP	99
A. Kesimpulan	99
B. Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN-LAMPIRAN	110

DAFTAR TABEL

Table 3.1 Karakteristik Penilaian Pada Skala Likert	60
Table 3.2 Operasional Variabel	67
Table 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	80
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	81
Table 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	82
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	84
Tabel 4.5 Hasil Uji Realibilitas	86
Tabel 4.6 Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov	87
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	89
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	91
Tabel 4.9 Hasil Koefisien Determinasi	93
Tabel 4.10 Hasil Uji Parsial (Uji T)	95
Table 4.11 Hasil Uji F (Uji Simultan)	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran	16
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas	90