

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menegaskan bahwa skripsi yang saya buat sebagai salah satu persyaratan untuk meraih Gelar Sarjana Ekonomi dan diajukan kepada Jurusan Asuransi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Ini sepenuhnya adalah hasil karya tulis ilmiah asli saya sendiri.

Kutipan dari tulisan maupun pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya cantumkan secara jelas dan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam penulisan karya ilmiah.

Jika di masa depan terbukti bahwa sebagian atau seluruh skripsi ini merupakan hasil plagiarisme atau menjiplak karya orang lain, saya siap menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaaan yang telah saya peroleh atau sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku..

Serang, 02 Juli 2024



Ayu Trisnia

NIM. 201430026

## ABSTRAK

Nama : Ayu Trisnia, Nim : 201430026, Judul Skripsi **Pengaruh *Brand Image* dan *Digital Marketing* Terhadap Minat Masyarakat Pada Asuransi Syariah (Studi Pada Komunitas Motor Vespa UIN SMH Banten)**

Namun, minat masyarakat terhadap asuransi syariah masih memerlukan peningkatan agar dapat mencapai potensi maksimalnya. Dalam hal ini minat masyarakat pada asuransi syariah terdapat faktor-faktor yang mempengaruhinya. Dua faktor utama yang diduga kuat berpengaruh yaitu *brand image* dan *digital marketing*.

Rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi tiga pertanyaan: 1) Apakah brand image mempengaruhi minat masyarakat pada asuransi syariah? 2) Apakah digital marketing mempengaruhi minat masyarakat pada asuransi syariah? 3) Apakah brand image dan digital marketing secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat pada asuransi syariah?.

Penelitian ini mengumpulkan data kuantitatif melalui teknik sampel jenuh, dengan kuesioner yang disebarakan kepada komunitas motor Vespa UIN SMH Banten. Variabel bebas yang diteliti adalah brand image dan digital marketing, sedangkan variabel terikatnya adalah minat beli.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis linear berganda untuk menentukan pengaruh brand image dan digital marketing terhadap minat masyarakat, yang hasilnya ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi. Metode ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik seperti uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas, serta uji hipotesis yang mencakup uji koefisien determinasi, uji parsial, dan uji simultan.

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa brand image memiliki pengaruh positif terhadap minat masyarakat dengan nilai  $2.503 > 1.677$ . Namun, digital marketing tidak memiliki pengaruh positif dengan nilai  $0.19 < 1.677$ . Secara simultan, brand image dan digital marketing berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dengan nilai signifikan  $0.008 > 0.05$ .

***Kata Kunci : Brand Image, Digital Marketing, Minat***



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

Jl. Jenderal Sudirman No. 30 Serang 42118 Telp.(0254)  
2003323 Fax.(0254) 200022

---

Nomor : Nota Dinas  
Lampiran : 1 (Satu) eksemplar  
Hal : **Usulan Munaqasyah**  
**a.n Ayu Trisnia**  
**NIM. 201430026**

Kepada Yth.  
**Dekan** Fakultas  
Ekonomi  
dan Bisnis Islam  
**UIN SMH Banten**  
Di -  
Serang

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Dipermaiklumkan dengan hormat bahwa setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi Saudara Ayu Trisnia NIM. 201430026 dengan judul Skripsi "*Pengaruh Brand Image dan Digital Marketing Terhadap Minat Masyarakat Pada Asuransi Syariah (Studi Pada Komunitas Motor Vespa UIN SMH Banten)*", 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 terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Serang, 02 Juli 2024

Pembimbing I

Pembimbing II

**Dr. Budi Sudrajat, M.A.**  
**NIP. 197403072002121004**

**Muhamad Fadli Azim, M.Si.**  
**NIP. 198705312019031010**

**PERSETUJUAN**

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

**(Studi Pada Komunitas Motor Vespa UIN SMH Banten)**

Oleh:

Ayu Trisnia  
NIM. 201430026

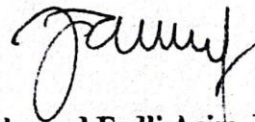
Menyetujui,

Pembimbing I



Dr. Budi Sudrajat, M.A.  
NIP. 197403072002121004

Pembimbing II



Muhamad Fadli Azim, M.Si.  
NIP. 198705312019031010

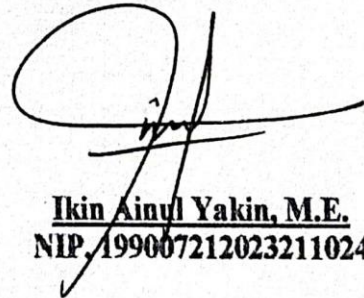
Mengetahui,

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Hj. Nihayatul Masyakuroh, M.Si.  
NIP. 196402121991032003

Ketua Jurusan  
Asuransi Syariah



Ikin Ainul Yakin, M.E.  
NIP. 199007212023211024



## PENGESAHAN

Skripsi a.n. Ayu Trisnia NIM. 201430026 yang berjudul: “Pengaruh *Brand Image* dan *Digital Marketing* Terhadap Minat Masyarakat Pada Asuransi Syariah (Studi Pada Komunitas Motor Vespa UIN SMH Banten)”, telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tanggal 02 Juli 2024, skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Asuransi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

### Sidang Munaqasyah

Ketua Merangkap Anggota



Prof. Dr. Hj. Nihayatul Maskuroh, M.Si.  
NIP. 196402121991032003

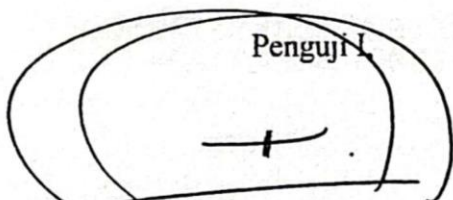
Sekretaris Merangkap Anggota



Ayu Trisnia, NIM. 201430026  
NIP. 1991052420201008

Anggota-Anggota,

Penguji I



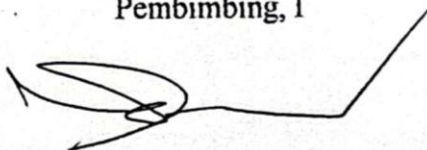
Rustamunadi, S.H., M.H.  
NIP. 19670924198031001

Penguji II



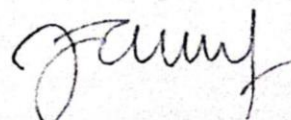
Wahri Irawan, M.Si.  
NIP. 2005059602

Pembimbing I



Dr. Budi Sudrajat, M.A.  
NIP. 197403072002121004

Pembimbing II,



Muhamad Fadli Azim, M.Si.  
NIP. 198705312019031010

## PERSEMBAHAN

*Bismillahirrahmanirrahim*

*Kepada Allah SWT penulis curahkan segala rasa syukur yang tak terbatas, serta kepada semua yang memberikan dukungan dan do'a, skripsi ini berhasil terselesaikan dengan penuh dedikasi dan tepat waktu.*

*Penulis pertama-tama kepada kedua orang tua sangat mengucapkan sebesar- besarnya terimakasih meskipun mereka tidak mendapat kesempatan untuk pendidikan formal, mereka memberikan kami pendidikan yang berharga, motivasi tanpa henti, serta dukungan finansial dan do'a yang tak pernah berhenti hingga kami berhasil menyelesaikan pendidikan ini.*

*Dan akhirnya, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada diri penulis sendiri, karena telah gigih dan tak kenal lelah ketika berproses melalui banyak tantangan dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis berkomitmen untuk menyelesaikannya sebaik mungkin tanpa pernah menyerah, meskipun prosesnya sulit.*

## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ  
رَحِيمًا

Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta  
sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa  
perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu  
membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang  
kepadamu.

(QS. An-Nisa : 29)

## **RIWAYAT HIDUP**

Ayu Trisnia, kelahiran Lebak pada 3 Februari 2002, adalah anak sulung pasangan Joko Sutrisno dan Sutianah. Dia menyelesaikan pendidikan dasarnya di SDN Selapang II Cisoka pada tahun 2014, dilanjutkan dengan MTS Nurul Adzim Balaraja pada tahun 2017, dan SMAN 19 Kabupaten Tangerang di tahun 2020.

Setelahnya, dia melanjutkan studinya di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dengan mengambil jurusan Asuransi Syariah. Saat berada di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, Ayu Trisnia aktif dalam Laboratorium Kewirausahaan dan Inovasi sebagai anggota dan pengurus dari tahun 2021 hingga 2022.



## KATA PENGANTAR

*Assalam' mualaikum Wr. Wb.*

Segala rahmat dan petunjuk-Nya yang melimpah membuat penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Semua pujian dan syukur kami panjatkan kepada Allah Yang Maha Kuasa. Semoga salawat dan salam terus tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, teladan terbaik bagi umat Islam sepanjang masa.

Dengan berkat kemurahan yang dilimpahkan oleh Allah SWT dan dengan tekad yang tak kenal lelah, penulis akhirnya berhasil menuntaskan penulisan karya ilmiah yang berjudul ***“Brand Image dan Digital Marketing Terhadap Minat Masyarakat Pada Asuransi Syariah (Studi Pada Komunitas Motor Vespa UIN SMH Banten)”***.

Penulis ingin mengungkapkan penghargaan mendalam kepada semua yang telah berkontribusi dalam perjalanan penyusunan skripsi ini:

1. Rektor UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, Prof. Dr. H. Wawan Wahyudi, M.Pd., yang telah memberikan peluang berharga bagi penulis untuk belajar dan berkembang di lingkungan UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, Prof. Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.Si., yang

telah memberikan dorongan yang sangat diperlukan untuk menyelesaikan studi dan skripsi ini

3. Penulis mendapatkan arahan, bimbingan, dan motivasi dari Bapak Ikin Ainul Yakin, M.E., Ketua Jurusan Asuransi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
4. Pembimbing I, Dr. Budi Sudrajat, M.A., serta Pembimbing II, Muhamad Fadli Azim, M.Si., yang telah memberikan panduan, nasihat, dan saran yang berharga selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Para dosen, staf, serta karyawan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah mendukung, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam penulisan skripsi ini.
6. Orang tua tercinta penulis, yang telah memberikan kasih sayang dan dukungan tanpa henti dari masa kecil hingga kini. Terima kasih kepada ibu tercinta yang selalu mendoakan dan memberi motivasi pada setiap langkah yang penulis ambil, serta kepada ayah yang memberikan dukungan moral dan materi untuk menyelesaikan skripsi ini dengan cepat..
7. Sahabat sekaligus saudara yaitu meisya amelia, tarisa kusuma, dan alfiyah yang telah setia mememasi serta mendengarkan keluh kesah

penulis, menghibur penulis, membantu penulis, serta memberikan semangat pada penulis setiap saat.

8. Iib yang telah membantu memberikan dukungan dan setia menjadi pendengar, penghibur serta memberikan motivasi, materi dan semangat dalam setiap langkah pada proses penyelesaian skripsi ini.
9. Teman satu dospem, sindi dan nadia yang telah membantu dan membersamai bimbingan ini.
10. Teman-teman Angkatan 2020 dan khususnya Angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Asuransi Syariah yang telah berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi.
11. Terakhir untuk Ayu Trisnia, last but on last, ya untuk diri saya sendiri. Apresiasi yang sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulainya. Terima kasih karena terus berusaha untuk bertahan dan tidak menyerah, serta menikmati setiap proses yang tidak mudah ini. Terima kasih telah bertahan hingga sejauh ini.

Saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan selama proses penulisan skripsi ini. Semoga Allah membalas segala kebaikan tersebut dengan setimpal. Saya menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki

kekurangan, oleh sebab itu saya sangat membutuhkan kritik dan saran yang membangun. Saya berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat, baik bagi saya pribadi maupun bagi para pembaca pada umumnya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Serang, 02 Juli 2024

Penulis

Ayu Trisnia

NIM. 201430026

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKIRIPSI .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Perumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penelitian.....	7
F. Manfaat/Signifikansi Penelitian .....	8
G. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	9
H. Kerangka Pemikiran.....	16
I. Sistematika penulisan.....	17
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>19</b>
A. Brand Image .....	19

1. Pengertian Brand Image .....	19
2. Faktor-faktor yang Membentuk Brand Image.....	21
3. Dimensi Brand Image.....	21
4. Indikator Brand Image .....	22
B. Digital Marketing .....	23
1. Pengertian Digital Marketing .....	23
2. Dimensi Digital Marketing.....	26
3. Indikator Keberhasilan Digital Marketing .....	27
C. Minat Masyarakat.....	28
1. Pengertian Minat .....	28
2. Indikator Minat Masyarakat .....	29
3. Faktor-faktor dalam Membentuk Minat Masyarakat .....	31
D. Hubungan Antar Variabel .....	31
1. Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Masyarakat.....	31
2. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Masyarakat.....	32
3. Pengaruh Brand Image dan Digital Marketing Secara Simultan Terhadap Minat Masyarakat .....	34
E. Hipotesis.....	35
1. Hipotesis Penelitian.....	35

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN ..... 36**

A. Waktu dan Tempat .....	36
1. Waktu Penelitian .....	36
2. Tempat Penelitian .....	36
B. Populasi dan Sample .....	36
1. Populasi .....	36
2. Sample .....	37



C.	Jenis Metode Penelitian dan Sumber Data .....	38
1.	Jenis Metode Penelitian.....	38
2.	Sumber Data .....	38
D.	Teknik Pengumpulan Data .....	39
1.	Studi Pustaka .....	39
2.	Kuesinoner .....	39
3.	Dokumentasi.....	40
E.	Operasional Variabel Penelitian .....	40
1.	Variabel Independent (Variabel Bebas) .....	40
2.	Variabel Dependen (Variabel Terikat) .....	41
F.	Teknik Analisi Data.....	44
1.	Analisis Data Kuantitatif .....	44
2.	Uji Asumsi Klasik .....	44
G.	Analisis Linier Berganda.....	47
1.	Pengujian Hipotesis .....	47

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN ..... 50**

A.	Karakteristik Responden .....	50
1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ....	51
B.	Hasil Penelitian .....	51
1.	Uji Validitas .....	51
2.	Uji Reliabilitas.....	54
C.	Uji Asumsi Klasik .....	55
1.	Uji Normalitas .....	55
2.	Uji Multikolinearitas .....	56
3.	Uji Heteroskedasitas.....	57

D. Analisis Linear Berganda .....	58
E. Uji Hipotesis.....	60
1. Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	60
2. Uji Parsial (Uji T).....	61
3. Uji Silmutan (Uji F) .....	62
F. Pembahasan Hasil Penelitiann .....	64
1. Pengaruh Brand Image terhadap Minat Masyarakat .....	64
2. Pengaruh Digital Marketing terhadap Pengaruh Masyarakat .....	66
3. Pengaruh Brand Image dan Digital Marketing terhadap Minat Masyarakat.....	68
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>71</b>
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran.....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu .....	9
Tabel 3.1 Skala Likert.....	40
Tabel 3.2 Operasional Variabel .....	41
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
Tabel 4.3 Uji Validitas .....	52
Tabel 4.4 Uji Reabilitas .....	54
Tabel 4.5 Uji Normalitas.....	56
Tabel 4.6 Uji Multikolinearitas.....	57
Tabel 4.7 Uji Linear Berganda.....	59
Tabel 4.8 Uji Koefisien Determinasi R <sup>2</sup> .....	60
Tabel 4.9 Uji Parsial (Uji-t).....	61
Tabel 4.10 Uji Simultan (Uji-F).....	63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	16
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas .....	58