

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan diajukan pada Jurusan Asuransi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri 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 dibidang penulisan karya ilmiah.

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

Serang, 26 Juli 2025



Hikmah Herdiana
NIM. 211430069

ABSTRAK

Nama: Hikmah Herdiana, NIM: 211430069, Judul Skripsi: Pengaruh *Content Marketing* Terhadap *Purchase Intention* Melalui *Brand Awareness* Produk Rekanan Asuransi Syariah PT. Liberty And General Insurance Broker.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masih rendahnya tingkat literasi dan inklusi masyarakat terhadap asuransi syariah di Indonesia, serta belum maksimalnya pemanfaatan strategi pemasaran digital, meskipun penetrasi internet dan penggunaan media sosial terus meningkat. Meskipun jumlah prospek yang menghubungi PT. Liberty and General Insurance Broker (L&G) melalui kanal digital mengalami peningkatan, konversi menjadi pelanggan asuransi syariah masih tergolong rendah. Situasi ini menekankan pentingnya penerapan strategi pemasaran yang tidak hanya mampu membangun *brand awareness*, tetapi juga efektif dalam mendorong niat beli (*purchase intention*).

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini merumuskan tiga pertanyaan utama: 1) Bagaimana pengaruh *content marketing* terhadap *brand awareness* produk rekanan asuransi syariah di PT. L&G? 2) Bagaimana peran *content marketing* dan *brand awareness* dalam memengaruhi *purchase intention* terhadap produk tersebut? 3) Sejauh mana pengaruh tidak langsung *content marketing* terhadap *purchase intention* melalui *brand awareness*?

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *content marketing* terhadap *brand awareness* dan *purchase intention*, baik secara langsung maupun melalui variabel mediasi *brand awareness*. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode penelitian asosiatif. Sampel dalam penelitian ini merupakan individu atau perwakilan perusahaan yang pernah terpapar konten digital dari PT. L&G dan bersedia mengisi kuesioner. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, sedangkan metode analisis mencakup Uji Deskriptif, Uji Kualitas Data, Uji Asumsi Klasik, Analisis Jalur (*Path Analysis*), Uji Hipotesis, Uji Koefisien Determinasi, dan Uji Sobel, dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 22.

Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa *content marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand awareness* (koefisien 0,695) dan *purchase intention* (koefisien 0,589). Selain itu, *brand awareness* juga berkontribusi secara signifikan terhadap *purchase intention* (koefisien 0,249). Namun demikian, pengaruh tidak langsung dari *content marketing* terhadap *purchase intention* melalui *brand awareness* hanya sebesar 0,173, yang menunjukkan bahwa peran mediasi *brand awareness* belum berjalan secara optimal. Dengan kata lain, pengaruh langsung *content marketing* terhadap *purchase intention* lebih kuat dibandingkan pengaruh tidak langsung melalui *brand awareness*. Hasil ini mengindikasikan bahwa efektivitas strategi *content marketing* sangat ditentukan oleh kualitas konten yang mampu menarik perhatian, membangun kepercayaan, dan mendorong tindakan konsumen secara langsung.

Kata Kunci: *Content Marketing*, *Brand Awareness*, *Purchase Intention*



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

Jl. Raya Syeikh Nawawi Bantany No.30 Curug Kota Serang
Banten 42171 Website: www.uinbanten.ac.id
Telp./Fax.(0254)200323/200022

Nomor	: Nota Dinas	Kepada Yth
Lampiran	: 1 (satu) eksemplar	Dekan Fakultas Ekonomi
Hal	: Usulan Munaqasyah	Dan Bisnis Islam
	a.n. Hikmah Herdiana	Uin Banten
	NIM. 211430069	di-
		Serang

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dipermaklumkan dengan hormat, bahwa setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi Saudari **Hikmah Herdiana, NIM. 211430069** dengan judul Skripsi **“Pengaruh Content Marketing Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Awareness Produk Rekanan Asuransi Syariah PT. Liberty And General Insurance Broker”** 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 segala perhatian Bapak, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Serang, 14 Mei 2025

Dosen Pembimbing I

Dr. Wazin, M.S.I.
NIP. 196302251990031005

Dosen Pembimbing II

Ikin Airul Yakin, M.E.
NIP. 199007212023211024

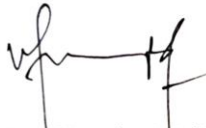
PERSETUJUAN

PENGARUH *CONTENT MARKETING* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* MELALUI *BRAND AWARENESS* PRODUK REKANAN ASURANSI SYARIAH PT. LIBERTY AND GENERAL INSURANCE BROKER

Oleh:
HIKMAH HERDIANA
NIM. 211430069

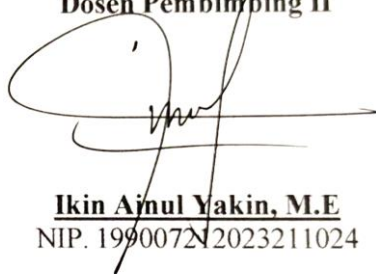
Menyetujui,

Dosen Pembimbing I



Dr. Wazin, M.SI.
NIP. 196302251990031005

Dosen Pembimbing II



Ikin Ajnul Yakin, M.E
NIP. 199007212023211024

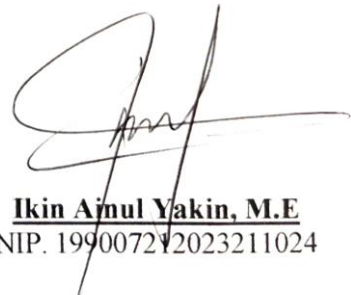
Mengetahui

**Dekan
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam**



Prof. Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.SI
NIP. 196402121991032003

**Ketua
Jurusan Asuransi Syariah**



Ikin Ajnul Yakin, M.E
NIP. 199007212023211024

PENGESAHAN


Skripsi a.n. **Hikmah Herdiana NIM. 211430069** yang berjudul: “**Pengaruh Content Marketing Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Awareness Produk Rekanan Asuransi Syariah PT. Liberty and General Insurance Broker**”, telah diujikan dalam sidang munaqasyah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, pada tanggal 26 Juni 2025. Skripsi tersebut telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Asuransi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.


Serang, 26 Juni 2025.

Sidang Munaqasyah

Ketua Merangkap Anggota

Sekretaris Merangkap Anggota


Prof. Dr. H. Itang, M.Ag.
NIP. 197108041998031003


M. Zulvan Aulia, M.E.
NIP. 199502212025051003

Anggota-Anggota,

Penguji I,


Penguji II,

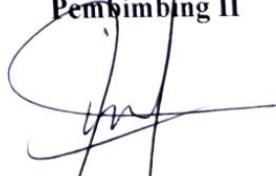

Prof. Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.Si.
NIP. 196402121991032003


Trisna Taufik Darmawansyah, M.E.
NIP. 199105242020121008

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Wazin, M.Si.
NIP. 196302251990031005


Ikin Ainul Yakin, M.E.
NIP. 199007212023211024

PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, serta inayat-Nya yang senantiasa menyertai setiap proses dalam penyusunan skripsi ini hingga dapat diselesaikan dengan baik.

Dengan penuh hormat dan rasa terima kasih yang mendalam, karya ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya tercinta:

Ibu dan Bapak, yang telah memberikan segalanya, mulai dari kasih sayang, nasihat, dukungan moral, hingga pendidikan yang menjadi fondasi dalam perjalanan hidup saya. Mereka bukan hanya tempat bernaung, tetapi juga sumber ilmu dan nilai-nilai kehidupan yang tak ternilai.

Semoga ilmu yang diperoleh dan dituliskan dalam karya ini dapat menjadi ladang pahala yang terus mengalir, serta menjadi bagian dari amal jariyah yang membawa keberkahan bagi beliau berdua, di dunia maupun di akhirat.

MOTTO

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا

“Dan hendaklah tolong-menolong kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa...”

(Q.S. Al-Maidah : 2)

“Life can be heavy, especially if you try to carry it all at once. Part of growing up and moving into new chapters of your life is about catch and release. What I mean by that is, knowing what things to keep, and what things to release. You can't carry all things. Decide what is yours to hold and let the rest go.”
- Taylor Swift

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Hikmah Herdiana, lahir di Tangerang pada tanggal 10 Oktober 2003. Penulis merupakan anak keempat dari empat bersaudara, putri dari pasangan Bapak Edin dan Ibu Salinah.

Riwayat pendidikan penulis dimulai dari SDN Cikande 3, yang diselesaikan pada tahun 2015, kemudian melanjutkan ke SMP Negeri 1 Jayanti dan lulus pada tahun 2018. Selanjutnya, penulis menempuh pendidikan menengah atas di MAN 2 Tangerang dan lulus pada tahun 2021. Setelah itu, penulis melanjutkan studi jenjang sarjana di Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Asuransi Syariah.

Selama menempuh pendidikan di perguruan tinggi, penulis aktif mengikuti berbagai kegiatan organisasi, baik internal maupun eksternal kampus. Penulis juga terlibat dalam beberapa kegiatan *volunteering* serta menjalani program *internship* sebagai *Social Media Specialist*, yang turut memperkaya pengalaman dan keterampilan penulis di bidang komunikasi dan *digital*.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan karunia, rahmat serta hidayah-Nya kepada penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, yang merupakan Suri Teladan bagi umat Islam hingga akhir zaman.

Alhamdulillah dengan kemudahan dan keridhaan yang diberikan Allah SWT dan dengan usaha yang sungguh-sungguh akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul ***“Pengaruh Content Marketing Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Awareness Produk Rekanan Asuransi Syariah PT. Liberty And General Insurance Broker***, Dalam menyusun skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan, motivasi serta bimbingan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, di antaranya:

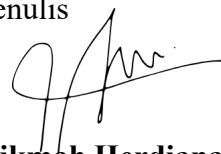
1. Bapak Prof. Dr. H. Wawan Wahyudin, M.Pd. Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.SI. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, yang telah membantu dan memberikan motivasinya dalam menyelesaikan skripsi ini dengan tulus hati.

3. Bapak Ikin Ainul Yakin, M.E. selaku Ketua Jurusan Asuransi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah memberikan persetujuan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
4. Bapak Dr. Wazin, M.SI. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, motivasi, maupun saran-saran dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Ikin Ainul Yakin, M.E. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan saran, motivasi, koreksi, arahan di dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu Seluruh Dosen, Staf dan Pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu dan mengajarkan ilmunya kepada penulis sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Mhd. Taufik Arifin ANZIIF (Snr.Assoc), CIIB, S.E. dan Ibu Walimatul Hidayati ANZIIF (Snr. Assoc), CIIB, S.E. selaku CEO dan Direktur dari PT. Liberty and General Insurance Broker yang telah memberikan izin kepada peneliti dalam meneliti perusahaan.

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.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Serang, 26 Juli 2025
Penulis



Hikmah Herdiana
NIM. 211430069

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
ABSTRAK.....	ii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	19
C. Pembatasan Masalah	20
D. Perumusan Masalah	20
E. Tujuan Penelitian	21
F. Manfaat Penelitian	22
G. Sistematika Pembahasan	23
BAB II KAJIAN TEORITIS	25
A. Konsep Asuransi Syariah	25
B. <i>Content Marketing</i>	30
C. <i>Brand Awareness</i>	33
D. <i>Purchase Intention</i>	35
E. Penelitian Terdahulu	38
F. Hubungan Antar Variabel	43

G. Kerangka Pemikiran.....	46
H. Hipotesa	47
BAB III METODELOGI PENELITIAN	49
A. Waktu dan Tempat Penelitian	49
B. Jenis Penelitian & Sumber Data.....	49
1. Data dan Sumber Data.....	50
C. Teknik Pengumpulan Data.....	52
1. Populasi dan Sample	53
D. Definisi Operasional Variabel.....	55
E. Skala pengukuran.....	57
F. Teknik Analisis Data.....	58
1. Uji Statistic Deskriptif	59
2. Uji Kualitas Data.....	60
3. Uji Asumsi Klasik.....	60
4. Uji Analisis Jalur.....	65
5. Uji Hipotesis	67
6. Uji Tidak Langsung (Uji Sobel).....	70
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	74
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	74
B. Profil Responden.....	82
C. Hasil Dan Pembahasan.....	85
1. Uji Statistic Deskriptif	85
2. Uji Asumsi Klasik.....	87
3. Uji Analisis Jalur.....	95
4. Uji Hipotesis	99
5. Uji Sobel (Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung) ..	107
D. Pembahasan Hasil	110

BAB V PENUTUP	114
A. Kesimpulan	114
B. Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN- LAMPIRAN.....	123

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Rekanan Perusahaan Asuransi Syariah PT. Liberty and General Insurance Broker	7
Tabel 1. 2 Jumlah Permintaan Yang Menghubungi L&G Pada Asuransi Konvensional VS Asuransi Syariah	16
Tabel 3. 1 Jenis Variabel Penelitian.....	55
Tabel 3. 2 Operasional Variabel & Indikator	56
Tabel 3. 3 Instrument Skala Likert.....	58
Tabel 3. 4 Uji Validitas Variabel Independent (X).....	61
Tabel 3. 5 Uji Validitas Variabel Dependent	61
Tabel 3. 6 Uji Validitas Variabel Intervening (Z).....	62
Tabel 3. 7 Tingkat Reabilitas.....	64
Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 4. 1 Profil Responden Penelitian Berdasarkan Umur	83
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	84
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan.....	85
Tabel 4. 4 Uji Statistic Deskriptif.....	86
Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas Persamaan 2	87
Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas Persamaan 1	89
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan 2	91
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan 1	91
Tabel 4. 9 Uji Glejser Persamaan 1.....	93
Tabel 4. 10 Uji Glejser Persamaan 2.....	94
Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Model 1	96
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Model 2	97
Tabel 4. 13 Hasil Uji T.....	100
Tabel 4. 14 Hasil Uji F Model 1.....	103
Tabel 4. 15 Hasil Uji F Model 2.....	104
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Diterminasi Model 1	105
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Diterminasi Model 2	106
Tabel 4. 18 Hasil Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Literasi dan Inklusi Dibandingkan dengan Sektor Keuangan Lain.....	3
Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna Ponsel, Internet, dan Media Sosial di Indonesia.	4
Gambar 1. 3 Strategi Pemasaran Paling Berdampak.....	9
Gambar 1. 4 Tampilan Website Perusahaan	10
Gambar 1. 5 Organic traffic Website Ingrisk.co.id	11
Gambar 1. 6 Organic Traffic Blog.....	12
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	46
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan.....	74
Gambar 4. 2 List Klien Perusahaan.....	76
Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas Persamaan 1	88
Gambar 4. 4 Hasil Uji Normalitas Persamaan 2	90
Gambar 4. 5 Grafik Scatterplot Persamaan 1	92
Gambar 4. 6 Grafik Scatterplot Persamaan 2	94
Gambar 4. 7 Hasil Uji Diagram Jalur Model Regersi 1.....	97
Gambar 4. 8 Hasil Uji Diagram Jalur Model Regresi 2.....	98