

ABSTRAK

Regina Shintia Devita. 2023, Pengaruh *Personal Selling* dan *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi Syariah di PT.Takaful Keluarga Cabang Makassar (Agency Tim Antasari Banjarmasin). Skripsi, Progam Studi Asuransi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Lutpi Sahal.,SHI.,MSI

Kata Kunci: *Personal Selling*, *Digital Marketing*, Keputusan Pembelian, Asuransi Syariah

Promosi pada hakikatnya adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran baik secara langsung maupun tidak langsung mengenai produk yang mereka jual. Promosi dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Dalam melakukan promosi, terdapat dua unsur yang berperan penting dalam aktivitas penjualan yaitu *digital marketing* dan *personal selling*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara simultan dan parsial pengaruh *personal selling* dan *digital marketing* terhadap keputusan pembelian produk asuransi syariah di PT. Takaful Keluarga Cabang Makasar (Agency Tim Antasari Banjarmasin).

Peneliti ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Objek dalam penelitian adalah pengaruh *personal selling* dan *digital marketing*. Populasi dan sampel pada penelitian ini adalah nasabah PT.Takaful Keluarga Cabang Makassar yang bergabung melalui agency tim Antasari Banjarmasin berjumlah 34 orang. Pengambilan data menggunakan kuesioner dan analisis data menggunakan uji instrumen meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, analisis linear berganda, uji determinasi, dan uji hipotesis

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *personal selling* berpengaruh positif sebesar 2.413 dan *digital marketing* berpengaruh positif sebesar 4.599 terhadap keputusan pembelian produk Asuransi Syariah di PT. Takaful Keluarga Cabang Makasar (Agency Tim Antasari Banjarmasin) dan hasil penelitian uji simultan *personal selling* dan *digital marketing* berpengaruh secara positif sebesar 185.700 terhadap keputusan pembelian produk Asuransi Syariah di PT. Takaful Keluarga Cabang Makasar (Agency Tim Antasari Banjarmasin) dan berdasarkan uji koefisien determinasi keputusan pembelian produk dipengaruhi oleh *personal selling* dan *digital marketing* sebesar 91,8%.