

**PENGARUH PEMASARAN SOSIAL MEDIA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK ASURANSI JIWA
AL-KHAIRAT TAKAFUL KELUARGA**

SKRIPSI

OLEH

BAHRUZZAMAN



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI

BANJARMASIN

2025 M/1446 H

**PENGARUH PEMASARAN SOSIAL MEDIA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK ASURANSI JIWA
AL-KHAIRAT TAKAFUL KELUARGA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana
dalam Ilmu Ekonomi**

Oleh :

Bahruzzaman

210105030140

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN ASURANSI SYARIAH
BANJARMASIN
2025 M/1446 H**

PERNYATAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bahruzzaman
NIM : 210105030140
Tempat/Tgl.Lahir : Pemurus, 09 Agustus 2003
Jurusan : Asuransi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika dikemudian hari terbukti merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 18 Februari 2025

Yang membuat pernyataan,



Bahruzzaman

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Pengaruh Pemasaran Sosial Media Dan Kualitas Produk Terhadap *Purchase Intention* Produk Asuransi Jiwa Al-Khairat Takaful Keluarga

Ditulis oleh : Bahruzzaman
NIM : 210105030140
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program : Strata Satu (S-1)
Program Studi : Asuransi Syariah
Tahun Akademik : 2024-2025
Tempat dan tanggal lahir : Pemurus, 09 Agustus 2003
Alamat : Desa Pemurus, RT 003, Kec. Aluh-aluh, Kab. Banjar.

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan sepenuhnya, kami dapat menyetujui untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Banjarmasin, 18 Februari 2025

Pembimbing I,

H. Fahrudin, ME
NIP. 19600820 198703 1 004

Pembimbing II

Elida Mahriani, S.E.I., MM
NIP. 19861030 202321 2 040

Mengetahui

Ketua Program Studi Asuransi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin,



Lutpi Sahat S.H.I, M.S.I
NIP. 19810921 200801 1 008

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Pemasaran Sosial Media Dan Kualitas Produk Terhadap *Purchase Intention* Produk Asuransi Jiwa Al-Khairat Takaful Keluarga”, ditulis oleh Bahruzzaman, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 09 Mei 2025

Dinyatakan LULUS dengan Predikat: A+ (90,6)



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Antasari Banjarmasin

Sukarni, M. Ag.

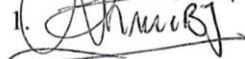
NIP. 196304171991031001

Tim Penguji

Nama

Tanda Tangan

1. Dr. H. Nispan Rahmi, M.Ag.
(Ketua)

1. 

2. H. Fahrudin, S.AB., M.E.
(Anggota)

2. 

3. Elida Mahriani, S.E.I., M.M.
(Anggota)

3. 

4. M. Qamaruddin, M.E.
(Anggota)

4. 

ABSTRAK

Bahruzzaman. 2025. *Pengaruh Pemasaran Sosial Media Dan Kualitas Produk Terhadap Purchase Intention Produk Asuransi Jiwa Al-Khairat Takaful Keluarga*. Skripsi, Program Studi Asuransi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas UIN Antasari Banjarmasin. Pembimbing 1: H. Fahrudin, ME., Pembimbing 2: Elida Mahriani, S.E.I., M.M.

Kata Kunci: Pemasaran sosial media, Kualitas Produk, *Purchase Intention*

Perkembangan teknologi digital telah memberikan pengaruh besar terhadap strategi pemasaran perusahaan, termasuk dalam industri asuransi syariah. Pemasaran melalui media sosial menjadi salah satu strategi utama dalam menarik minat calon konsumen. Selain itu, kualitas produk yang ditawarkan juga berperan penting dalam membentuk *purchase intention* atau niat beli konsumen terhadap produk asuransi jiwa syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemasaran sosial media dan kualitas produk terhadap *purchase intention* produk Asuransi Jiwa Al-Khairat Takaful Keluarga.

Metode yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Sampel terdiri dari 100 responden menggunakan teknik pengambilan sampel *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*. menggunakan teknik analisis regresi berganda dengan bantuan Software SPSS Statistic 25. Penelitian di lakukan pada *followers* Instagram @takafulkeluarga.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, pemasaran sosial media dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention* dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ dan nilai $F_{Hitung} 71.654 > F_{tabel} 3.09$. Dan secara parsial, pemasaran sosial media berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention* dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ dan nilai $T_{Hitung} 5.906 > T_{tabel} 1.984$. Demikian pula, kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention* dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ dan nilai $T_{Hitung} 4.725 > T_{tabel} 1.984$.

MOTTO

“Cara Kita Menghabiskan Waktu Menentukan Siapa Diri Kita”

(Jonathan Estrin)

Pelangi indah hanya bisa tercipta dari panasnya matahari berpadu dengan hebatnya terpaan badai. Keberhasilan hanya akan didapat oleh panasnya perasaan berpadu dengan hebatnya ujian, namun berhasil dilalui dengan kesabaran

(Penulis)

KATA PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirobbil'alamin. Segala puji bagi Allah yang telah memberikan Nikmat dan Hidayah-Nya kepada semua. Sholawat serta salam tak lupa pula selalu tercurah kepada baginda Rasulullah SAW yang telah memberikan tauladan. Atas nikmat Allah SWT, Penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Pemasaran Sosial Media Dan Kualitas Produk Terhadap *Purchase Intention* Produk Asuransi Jiwa Al-Khairat Takaful Keluarga” yang tidak lepas dari bimbingan dan arahan dari berbagai pihak.

Karya sederhana ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku Bapak Nasrullah dan Ibu Armiyanti yang selalu mendoakan untuk kebaikan anak-anaknya, selalu memberikan kasih sayang, dukungan dan motivasi. Menjadi suatu kebanggaan memiliki orang tua yang mendukung anaknya untuk mencapai cita-cita. Terima kasih atas pengorbanan dan kerja keras dalam mendidik anak-anaknya dan terima kasih karena telah membuktikan kepada dunia bahwa anak petani bisa menjadi sarjana.
2. Almh Datu Timah Binti Ibus, alm kakek H. Jaluddin, almh nenek Hj. Jaleha, kakek Abdul Razak, almh nenek Norimah. Terima kasih atas segala kasih sayang, perhatian, dukungan selama ini.
3. Saudari kandung fathimatujjahra yang selalu menghibur dan memberi semangat, semoga selalu diberkahi dan diberikan kesehatan.
4. Dosen Pembimbing 1 bapa H. Fahrudin, ME., dan dosen pembimbing 2 Ibu Elida Mahriani, S.E.I., MM. terima kasih telah membimbing dan senantiasa meluangkan waktunya sehingga skripsi dapat diselesaikan dengan baik.
5. Almamater tercinta UIN Antasari Banjarmasin sebagai tempat penulis belajar dan berproses menjadi lebih baik. Khususnya kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Asuransi syariah

6. Teman-teman seperjuangan Dea Hamidi Yanti Putri dan Muhammad Rahman Firdaus. Terima kasih banyak karena telah membantu dalam penulisan skripsi ini dan telah memberikan semangat dalam proses pengerjaan.
7. Calon Istri saya di masa depan yang senantiasa sabar menanti penulis dalam menyelesaikan tugas akhir dengan baik.
8. Serta seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan tugas akhir dengan baik.
9. *Last but not least, i wanna thank me. I wanna thank me believing in me, i wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me. I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for always being a giver; And tryna give more than I recieve, I wanna thank me for tryna do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirobbil'alamin segala puji hanyalah bagi Allah Swt., atas segala limpahan karunia, nikmat, dan petunjuk-Nya sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada panutan Nabi Besar Muhammad Saw., keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Terlepas dari segala kekhilafan dan kekurangan, peneliti merasa sangat bersyukur telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Pemasaran Sosial Media Dan Kualitas Produk Terhadap *Purchase Intention* Produk Asuransi Jiwa Al-Khairat Takaful Keluarga”, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar strata satu sarjana Ekonomi, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Peneliti menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga, dan sebagainya, Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Sukarni., M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
2. Bapak Lutpi Sahal S.H.I, M.S.I., selaku ketua Program Studi Asuransi Syariah dan ibu Elida Mahriani, S.E.I., M.M., selaku sekretaris Program Studi Asuransi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
3. Bapak H. Fahrudin, S.AB., M.E., selaku Dosen Pembimbing 1 sekaligus Dosen Penasehat Akademik yang telah memberikan saran dan serta meluangkan waktunya kepada peneliti selama menyelesaikan skripsi
4. Ibu Elida Mahriani, S.E.I., M.M., selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan saran dan serta meluangkan waktunya kepada peneliti selama menyelesaikan skripsi.

5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi peneliti.
6. Bapak dan Ibu Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah banyak membantu peneliti selama berkuliah hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Allah Swt., membalas segala bentuk kebaikan pihak-pihak yang terkait. Akhir kata peneliti mengharapkan ampunan dan ridha Allah Swt., semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambah khazanah pengetahuan ekonomi dan bisnis Islam, Aamiin.

Banjarmasin, 15 Februari 2025
Peneliti,

Bahruzzaman

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB - INDONESIA

Transliterasi kata Arab ke dalam huruf Latin dalam skripsi ini berpedoman pada surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Tanggal 22 Januari 1988 Nomor 157/1987 dan 0593/1987.

I. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta	t	te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ža	ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	 ‘...	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fa	f	ef
ق	qaf	q	ki
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el
م	mim	m	Em
ن	nun	n	en
و	wau	w	we

هـ	ha	h	ha
ء	hamzah	..'..	apostrof
ي	ya	y	ye

II. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

متكبر	ditulis	<i>mutakabbir</i>
القدوس	ditulis	<i>al-qudūs</i>

III. Ta' marbutah di akhir kata

a. Bila dimatikan ditulis *h*

جاهت	ditulis	<i>jāmi'ah</i>
مكتب	ditulis	<i>maktabah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan untuk kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, surat, ayat, zakat dan zebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

b. Bila diikuti dengan kata sandang „al“ serta bacaan kedua terpisah, maka ditulis dengan *h*.

المكتب الجوليت	ditulis	<i>al-maktabah al-jamīah</i>
----------------	---------	------------------------------

IV. Vokal pendek

َ	fathah	ditulis	a
ِ	kasrah	ditulis	i
ُ	dammah	ditulis	u
شكر	fathah	ditulis	syakara
قرأ	kasrah	ditulis	quri'a

يُطَقِّ	dammah	ditulis	yantiqu
---------	--------	---------	---------

V. Vokal Panjang

1	fathah + alif كاملة	ditulis ditulis	$\bar{a}$ <i>kāmilah</i>
2	fathah + ya mati صلى	ditulis ditulis	$\bar{a}$ <i>sallā</i>
3	kasrah + ya mati شديد	ditulis ditulis	$\bar{i}$ <i>syadīd</i>
4	dammah + wawu mati صدر	ditulis ditulis	$\bar{u}$ <i>sudūr</i>

VI. Volal Rangkap

1	fathah + ya mati رويد	ditulis ditulis	ai <i>ruwaidun</i>
2	fathah + wawu mati وفرعوى ذي الأوتاد	ditulis ditulis	au <i>wa fir'auna zī al-autād</i>

VII. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أَنْتُمْ أَشَدَّ خُلُقًا	ditulis	<i>a'antum asyaddu khalqan</i>
--------------------------	---------	--------------------------------

VIII. Kata sandang alif+lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القران	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
الكتاب	ditulis	<i>al-kitāb</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan *diidgamkan*

الصبح	ditulis	<i>as-subhu</i>
الساھرة	ditulis	<i>as-sāhirah</i>

IX. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis penulisannya

بر الوالدين	ditulis	<i>birru al-wāidaini</i>
إذا الشمس	ditulis	<i>Iza asy-syamsu</i>

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
KATA PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB - INDONESIA	xi
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	18
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Signifikansi Penelitian	5
F. Definisi Operasional.....	6
G. Sistematika Penulisan	9
 BAB II PEMASARAN SOSIAL MEDIA, KUALITAS PRODUK, PURCHASE INTENTION.	 11
A. <i>Purchase Intention</i>	11
B. Pemasaran Sosial Media	13
C. Kualitas Produk.....	24
D. Kajian Penelitian Terdahulu	28
E. Kerangka Pikir	33
F. Hipotesis Penelitian.....	34
 BAB III METODE PENELITIAN	 36
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	36
B. Populasi dan Sampel Penelitian	37
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	38

D. Data dan Sumber Data	38
E. Teknik Pengumpulan Data	39
F. Instrumen Penelitian Dan Skala Pengukuran	40
G. Teknik Analisis Data	42
H. Tahapan Penelitian	47
BAB IV LAPORAN HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	49
A. Penyajian Data	49
B. Laporan Hasil Penelitian	53
C. Hasil Penelitian	74
D. Analisis Data	75
BAB V PENUTUP	80
A. Simpulan	80
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Paradigma Penelitian.....	34
Gambar 4.1 Gambar Akun Instagram PT Takaful Keluarga.....	53
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT Takaful Keluarga	51
Gambar 4.3 Grafik Histogram Normalitas.....	65
Gambar 4.4 Grafik Normal P-Plot	65
Gambar 4.5 Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Metode <i>Scatterplot</i>	69

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert	40
Tabel 3.2 Oprasional Variabel	40
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	53
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan usia	54
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan terakhir	55
Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 4.5 Karakteristik responden berdasarkan Pendapatan Perbulan	57
Tabel 4.6 Jawaban Responden Tentang Pemasaran Sosial Media	58
Tabel 4.7 Jawaban Responden Tentang Kualitas Produk	59
Tabel 4.8 Jawaban Responden Tentang <i>Purchase Intention</i>	60
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	62
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas Menggunakan <i>One Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas Menggunakan Metode <i>Tolerance</i> dan <i>VIF</i>	66
Tabel 4.13 Hasil Uji Linearitas Variabel (X1) Dengan (Y)	67
Tabel 4.14 Hasil Uji Linearitas Variabel (X2) Dengan (Y)	67
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Metode <i>Glajser</i>	68
Tabel 4.16 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	70
Tabel 4.17 Hasil Uji Simultan (Uji F)	71
Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial (Uji t)	72
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	73