

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 $T_{Hitung} 4.725 > T_{tabel} 1.984$.