

Analysis of Purchase Decisions for Sharia-Based Hotel Services on E-Commerce Sites

By

Achmad Zainul Arifin

Abstract

Sharia tourism has the potential to be developed given the large number of Muslims scattered throughout the world, especially Indonesia as a country whose majority population is Muslim. Then the challenge that arises is from the countries of the majority Muslim population in the world, only people in the Middle East region who most often travel and stay in hotels. This makes the emergence of Sharia-based hotel services to follow the trends of the Sharia market in order to attract local and foreign tourists to make purchasing decisions. So the purpose of this research is to find out, analyze, and prove whether there is an influence of promotion, service quality, and price on purchasing decisions. The method in this study is quantitative with a population of users or those who have ever transacted buying sharia-based hotel services on e-commerce sites. Samples taken as many as 100 respondents with simple random sampling method. And distributing questionnaires to users or those who have ever transacted buying sharia-based hotel services in e-commerce. The data analysis technique used is descriptive analysis and inferential analysis with the analytical tool used is SmartPLS 3.0 (Partial Least Square). The results showed that the promotion, service quality, and price variables significantly influence the purchasing decisions of Sharia-based hotel services on E-commerce sites.

Keyword : promotion, services quality, price, purchasing decision

Analisis Keputusan Pembelian Jasa Hotel Berbasis Syariah Pada Situs *E-Commerce*

Oleh

Achmad Zainul Arifin

Abstrak

Wisata Syariah saat ini berpotensi tinggi untuk dikembangkan dengan melihat banyaknya persebaran umat Islam di seluruh dunia, khususnya Indonesia sebagai negara yang mayoritas penduduknya yaitu umat muslim. Selanjutnya munculnya tantangan dari negara bermayoritas penduduk Muslim dari kawasan Timur Tengah yang paling sering melancong dan menginap di hotel-hotel. Hal ini membuat munculnya jasa hotel berbasis syariah untuk mengikuti tren pasar syariah agar menarik wisatawan lokal maupun mancanegara melakukan keputusan pembelian. Sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui menganalisis dan membuktikan apakah terdapat pengaruh promosi, kualitas layanan, dan harga terhadap keputusan pembelian. Metode penelitian ini ialah kuantitatif dengan populasi yaitu pengguna atau yang pernah bertransaksi membeli jasa hotel berbasis syariah pada situs *e-commerce*. Responden berjumlah 100 sebagai sampel penelitian dan *simple random sampling* sebagai metodenya. Serta melakukan kuesioner disebar kepada pengguna atau yang pernah bertransaksi membeli jasa hotel berbasis syariah pada *e-commerce*. Analisis deskriptif dan analisis inferensial yang digunakan sebagai teknik analisis data dengan *SmartPLS 3.0 (Partial Least Square)* sebagai alat analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi, kualitas layanan, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa hotel berbasis Syariah pada situs *E-commerce*.

Kata Kunci : promosi, kualitas layanan, harga, keputusan pembelian