

ABSTRAK

Penelitian dengan judul “Pengaruh Faktor Budaya dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Tour and Travel (Studi Kasus Pada Konsumen Biro Perjalanan Haji dan Umroh Arminareka Perdana Tour and Travel Cabang Ngantru Kabupaten Tulungagung)” ini ditulis oleh Zaenal Mustakhim, NIM. 2824133128. Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. IAIN Tulungagung. Dosen Pembimbing: Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

Keputusan pembelian menjadi prioritas utama pada penelitian ini karena tingkat persaingan yang semakin ketat diantara industri-industri yang memproduksi produk jasa tour and travel. Hal yang utama agar industri ini dapat bertahan bersaing dan menguasai pasar maka perusahaan harus dapat mengetahui perilaku konsumen yang bagaimana yang dapat memutuskan untuk melakukan keputusan pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh Faktor Budaya dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Tour and Travel, Periode yang digunakan dalam penelitian ini adalah ± 1 (satu) tahun. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis asosiatif. Penelitian ini menggunakan data primer. Populasi penelitian ini yaitu konsumen yang sudah pernah membeli produk jasa di Arminareka Perdana Tour and Travel Cabang Ngantru Kabupaten Tulungagung. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu nonprobability sampling dengan menggunakan sampling jenuh, jumlah sampel yang digunakan adalah 32 responden. Teknik pengumpulan data dengan metode penyebaran anngket atau kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi berganda dengan tingkat signifikansi 0,05 yang berfungsi untuk membuktikan hipotesisi penelitian. Data-data yang telah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik.

Berdasarkan hasil analisis data. Variabel factor budaya (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel Faktor psikologis (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Melalui uji F diketahui bahwa variabel faktor budaya dan psikologis secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Analisis regresi menghasilkan angka R Square atau koefisien determinasi sebesar 16,2%, sedangkan sisanya yaitu 83,8% dijelaskan oleh variabel lain di luar model regresi.

Kata Kunci: Budaya, Psikologis dan Keputusan pembelian.

ABSTRACT

The research with the title is "The Influence of Cultural and Psychological Factors on Purchasing Decision of Tour and Travel Service (Case Study on Consumers of Hajj Travel and Umroh Arminareka Perdana Tour and Travel Branch Ngantru Tulungagung Regency)" is written by Zaenal Mustakhim, NIM. 2824133128. Department of Islamic Economics Faculty of Islamic Economics and Business. IAIN Tulungagung. Supervisor: Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

Purchasing decisions are a top priority in this research because of the increasingly tight competition among industries that produce travel and travel services. The main thing for this industry to survive to compete and market the market then the company must be able to know what consumer behavior that can decide to make purchasing decisions.

This study aims to prove the influence. Cultural and Psychological Factors Against Purchasing Decision of Tour and Travel Services The period used in this study is ± 1 (one) year. This research approach uses quantitative approach with associative type. This study uses primary data. The population of this study is consumers who have ever purchased service products in Arminareka Perdana Tour and Travel Branch Ngantru Tulungagung regency. Sampling technique in this research is nonprobability sampling by using saturated sampling, the number of samples used is 32 respondents. Data collection techniques with anngket distribution method or questionnaire. Data analysis technique used is multiple regression with level of significance 0,05 that serves to prove hypothetical research. Data that has met the validity test, reliability test and classical assumption test.

Based on data analysis. Variable culture factor (X1) have positive and significant effect to purchasing decision. Variable Psychological factors (X2) have a positive and significant effect on purchasing decisions. Through F test known that the variables of culture and psychological factors simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decision. Regression analysis yields R Square or coefficient of determination of 16.2%, while the remaining 83.8% is explained by other variables outside the regression model.

Keywords: Culture, Psychological and Purchase Decision.