

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dibahas pada bab sebelumnya maka kesimpulan penelitian yaitu,

1. Variabel Halal image memperlihatkan pengaruh signifikan dan positif secara parsial terhadap purchase intention. Hal ini secara deskriptif menunjukkan bahwa konsumen yang beragama islam dan sudah berkeluarga mengungkapkan adanya keinginan yang kuat bahwa halal image memiliki kemampuan menarik pasar dengan mengasosiasikan pembelian mereka dengan gambaran halal sehingga dapat membentuk dan menciptakan minat pembelian. Maka dapat disimpulkan secara deskriptif bahwa Halal image dapat berpengaruh terhadap *purchase intention* pada hotel syariah di Sumatera Barat.
2. Variabel *halal awareness* memperlihatkan pengaruh yang tidak signifikan tetapi bernilai positif terhadap purchase intention. Hal ini secara deskriptif menggambarkan bahwa masyarakat Sumatera Barat yang mayoritas muslim memiliki kesadaran agama yang kuat akan tetapi kesadaran tersebut tidak dijadikan prioritas utama dikarenakan budaya masyarakat Sumatera Barat masih menyakini bahwa hal-hal yang dianggap negatif tidak akan terjadi, sehingga kesadaran halal tidak mempengaruhi minat beli konsumen., disimpulkan bahwa tidak Terdapat pengaruh *halal*

awareness terhadap *purchase intention* pada hotel syariah di Sumatera Barat

3. Variabel *Religiosity* memperlihatkan pengaruh yang tidak *signifikan* terhadap *purchase intention* secara deskriptif memperlihatkan bahwa konsumen muslim menyadari dan memiliki keyakinan syariah dengan menjauhkan diri dari hal-hal yang haram, akan tetapi konsumen muslim masih belum mengaplikasikan nilai-nilai syariah tersebut dalam menentukan minat pembelian terhadap hotel syariah, walaupun mayoritas masyarakat Sumatera Barat memiliki agama yang kuat dan toleransi Beragama sangat kental, hal ini dikarenakan masyarakat Sumatera Barat masih meyakini bahwa tingkat *religiosity* masyarakat Sumatera Barat tidak akan dapat dipengaruhi sehingga masyarakat Sumatera Barat cenderung mengabaikan tindakan dan pola pikir tersebut dalam menentukan minat pembelian. Maka dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh *Religiosity* terhadap *purchase intention* pada hotel syariah di Sumatera Barat
4. Variabel *Service Quality* memiliki pengaruh yang signifikan dan bernilai positif. Secara deskriptif *Service Quality* menunjukkan bahwa kecepatan, ketepatan dan efisiensi sesuai dengan pelayanan syariah memiliki pengaruh yang kuat sehingga setiap pelayanan yang diberikan dapat mempengaruhi minat konsumen muslim dalam mengambil keputusan. Hal ini dikarenakan masyarakat Sumatera Barat mayoritas islam selalu menjunjung nilai keagamaan sehingga semakin baiknya pelayanan

seperti (tersedianya tempat ibadah, lengkapnya fasilitas, dan baiknya interior pendukung yang mendukung pelayanan) maka akan mempengaruhi keputusan dalam menentukan minat pembelian. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel *service quality* secara signifikan terhadap *purchase intention* pada hotel syariah di Sumatera Barat.

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan penelitian ini terdapat beberapa implikasi bagi penyedia jasa hotel berbasis syariah dengan tujuan untuk meningkatkan minat beli wisatawan. Implikasi yang dapat disimpulkan yaitu sebaiknya hotel berbasis syariah lebih memperhatikan nilai religiosity dalam pengaplikasian sesuai dengan aturan islam. Hal ini tentunya dapat meningkatkan nilai kesadaran wisatawan muslim sehingga akan menambah nilai syariah dan meningkatkan minat beli terhadap hotel syariah.

Halal awareness tidak berpengaruh signifikan terhadap purchase intention hal ini disebabkan karena kurangnya kesadaran akan pentingnya halal dalam memutuskan minat pembelian hotel syariah. Rendahnya tingkat kesadaran wisatawan terhadap halal tidak mempengaruhi secara langsung, disebabkan wisatawan tidak memprioritaskan kesadaran halal untuk mendapatkan tempat menginap dalam memilih hotel. Tingginya tingkat pengetahuan wisatawan mengenai hotel syariah serta cukupnya informasi yang dimiliki mengenai hotel syariah juga tidak dapat mempengaruhi minat beli wisatawan, akan tetapi nilai

kesadaran wisatawan hotel syariah bernilai positif dikalangan wisatawan muslim. Hal ini tentunya dapat menjadikan acuan hotel yang berbasis syariah.

Wisatawan muslim menyadari dan memiliki keyakinan syariah terutama di daerah Sumatera Barat mayoritasnya muslim yang sangat menjunjung nilai keagamaan dan kebudayaan yg khas, akan tetapi nilai keagamaan tersebut tidak diimplementasikan untuk memutuskan dalam memilih hotel berbasis syariah, Tingginya tingkat keagamaan wisatawan tidak berpengaruh secara langsung pada hotel syariah walaupun nilai religiosity memiliki nilai yang positif di daerah tersebut akan tetapi tidak mempengaruhi minat beli secara langsung. Nilai-nilai keagamaan mengenai tindakan dan pola konsumen baik dari sisi menjauhkan diri dari segala hal yang haram, bertoleransi terhadap wisatawan lain tidak mempengaruhi purchase intention

Berdasarkan tanggapan responden mengenai hلال image didapatkan informasi bahwa wisatawan muslim berminat menggunakan jasa hotel syariah dengan cara memperhatikan dan memastikan produk hotel berbasis syariah memang benar-benar mencerminkan hلال dan bersertificate hلال sesuai dengan aturan islam. Sehingga apabila hotel syariah lebih memperhatikan setiap item yang ada di hotel yang syariah dengan menggunakan cara promosi digital memperkenalkan tata cara hotel syariah, konsep, layanan, interior, produk yang disediakan, serta pembayaran yang sesuai dengan aturan islam atau dapat memberikan diskon yang menarik minat wisatawan maka akan menambah nilai minat beli serta dapat mempertahankan minat pembelian. Hal itu dapat menjadi acuan hotel syariah dalam bersaing dikarenakan hotel berbasis syariah memiliki

kompetitor hotel tanpa label syariah yang sudah dikenal masyarakat, serta persaingan di era digital ini memungkinkan hotel konvensional membawa konsep syariah untuk meningkatkan nilai hotel tersebut.

Sedangkan dari sisi halal awareness dan service quality hotel berbasis syariah masih kalah dengan hotel konvensional dikarenakan pelayanan hotel syariah dan kesadaran halal wisatawan muslim masih belum menjadi perhitungan dalam memilih hotel, untuk itu perlu adanya konsep hotel yang memang menciptakan nuansa islam baik interior maupun eksterior hotel sehingga kesadaran halal dan service quality yang dirasakan wisatawan muslim dapat menjadi pembeda hotel syariah maupun yang bukan berlabel syariah lainnya. Dari tanggapan ini tentunya menjadi perhatian khusus hotel syariah bahwa wisatawan muslim menyukai sesuatu yang berlabel halal, maka sebaiknya hotel syariah menggunakan dan mengaplikasikan segala proses dan tidak menggunakan konsep halal. Hal ini nantinya dapat menambah wawasan wisatawan muslim mengenai hotel syariah.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman penelitian selama melakukan penelitian ini, peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini belum sempurna dan memiliki keterbatasan yang akan mempengaruhi hasil yang diharapkan. Keterbatasan ini diharapkan nantinya lebih diperhatikan lagi untuk penelitian selanjutnya. Keterbatasan penelitian ini yaitu,

1. Peneliti hanya menggunakan data kuantitatif yang didapatkan melalui kusioner online yang diisi responden, sehingga data yang diperoleh masih terbatas.
2. Jumlah sampel peneliti hanya berdasarkan ukuran alat analisi data sebanyak 155 responden. Sehingga belum menggambarkan keseluruhan persepsi masyarakat kota Padang terhadap minat terhadap hotel syariah.
3. Penelitian ini hanya membahas mengenai pengaruh *halal image* pada *purchase intention*, *halal awareness* pada *purchase intention*, *religiosity* pada *purchase intention*, *Service quality* pada *purchase intention*. Terdapat banyak variabel yang mempengaruhi *purchase intention* yang tidak dibahas pada penelitian ini.

5.4 Saran

Berikut ini beberapa saran agar peneliti selanjutnya memperoleh hasil yang lebih baik lagi,

1. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel kepuasan wisatawan yang akan mempengaruhi *purchase intention* pada penelitian selanjutnya. Agar dapat menggambarkan dengan jelas pengaruh kepuasan pelanggan terhadap *purchase Intention*.
2. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat membagikan kusioner melalui dua cara yaitu menggunakan cara konvensional dan menggunakan google form.

Selain saran untuk akademis, peneliti juga memiliki saran untuk perusahaan hotel berbasis syariah yaitu:

1. Perusahaan dapat meningkatkan edukasi mengenai hotel syariah dengan menggunakan media promosi digital untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan dan mengurangi tingkat keraguan wisatawan.
2. Memperhatikan review pelanggan mengenai konsep label syariah yang digunakan pada label hotel, Serta berikan tanggapan dengan cepat mengenai keluhan pelanggan.
3. Meningkatkan promosi pemasaran hotel syariah melalui media digital, atau mengikuti trend promosi di era digital saat ini.
4. Meningkatkan konsep syariah pada interior, service, serta tata cara pelaksanaan hotel syariah yang memang menciptakan nuansa islami agar nantinya wisatawan muslim mendapat value lebih.

