

ABSTRAK

Hartman Sundjaya. Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Muslim dan Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Rumah Sakit Syariah Di Kota Bandung

Berawal dari minimnya jumlah Rumah sakit syariah yang ada di Kota Bandung, serta daya saingnya dalam industri pelayanan kesehatan syariah terbilang masih rendah. Kurangnya dorongan masyarakat Muslim untuk menggunakan produk-produk yang sesuai syariah, termasuk layanan kesehatan syariah. Preferensi konsumen terhadap rumah sakit syariah baik di Indonesia umumnya dan khususnya di Kota Bandung menjadi latar belakang penelitian ini.

Sehingga Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menjelaskan preferensi konsumen muslim di Kota Bandung terhadap rumah sakit syariah, menjelaskan signifikansi masing-masing faktor pembentuk variabel laten, pengaruh variabel kebudayaan, sosial, kepribadian, psikologis, religiusitas, dan karakteristik pemasaran syariah terhadap preferensi konsumen muslim serta terhadap keputusan pembelian jasa rumah sakit syariah, serta menjelaskan pengaruh langsung preferensi konsumen muslim terhadap keputusan pembelian jasa rumah sakit syariah di Kota Bandung.

Kerangka penelitian ini dibangun berlandaskan pada *grand theory maqashid syariah*, *middle range theory* yaitu teori ekonomi syariah, dan *applied theory* yaitu teori perilaku konsumen. Hipotesis yang diuji yaitu masing-masing faktor signifikan membentuk variabel latennya, terdapat pengaruh kebudayaan, sosial, kepribadian, psikologis, religiusitas, dan karakteristik pemasaran syariah terhadap preferensi konsumen muslim maupun terhadap keputusan pembelian jasa rumah sakit syariah, serta terdapat pengaruh langsung preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian jasa rumah sakit syariah.

Metode penelitian ini adalah jenis kuantitatif dengan obyek penelitian yaitu konsumen muslim di Kota Bandung. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, di mana untuk data primer bersumber dari responden yaitu warga masyarakat muslim di Kota Bandung. Pengumpulan data menggunakan metode pengamatan, penyebaran kuesioner, wawancara serta penelitian dokumen. Data yang didapat selanjutnya dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif. Analisis data menggunakan model *Structural Equation Modelling* (SEM), gabungan antara *Analysis Factor Confirmatory* (CFA) dengan Analisis Jalur (*Path Analysis*) dengan bantuan Program LISREL.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa seluruh variabel faktor valid dan reliabel dalam membentuk variabel latennya masing-masing. Variabel-variabel kebudayaan, sosial, kepribadian, psikologis, religiusitas, dan karakteristik pemasaran syariah ditemukan berpengaruh signifikan pada preferensi konsumen muslim terhadap rumah sakit syariah. Secara keseluruhan variabel kebudayaan, sosial, kepribadian, psikologis, religiusitas, dan karakteristik pemasaran syariah juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa rumah sakit syariah, dan implikasinya bahwa preferensi konsumen muslim juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa rumah sakit syariah di Kota Bandung.

ABSTRACT

Hartman Sundjaya. Factors Affecting The Preferences Of Muslim Consumers And Their Implications On The Purchase Decision Of Sharia Hospital Services In Bandung City

Starting from the minimal number of sharia hospitals in the city of Bandung, and their competitiveness in the sharia health service industry is still relatively low. There is a lack of encouragement from Muslim communities to use sharia-compliant products, including sharia health services. Consumer preferences for sharia hospitals both in Indonesia in general and especially in the city of Bandung are the background for this research.

So that, The purpose of this study is to explain the preferences of Muslim consumers in the city of Bandung for Sharia hospitals, explain the significance of each latent variable forming factor, the influence of cultural, social, personality, psychological, religiosity, and Sharia marketing characteristics on Muslim consumer preferences and on the decision to purchase sharia hospital services, as well as explain the direct influence of Muslim consumer preferences on purchasing decisions for sharia hospital services in the city of Bandung.

The research framework is based on the grand theory of Sharia maqashid, the middle-range theory of sharia economics, and the applied theory of consumer behavior. The hypothesis tested is that each significant forming factor of the latent variables influences culture, social, personality, psychology, religiosity, and sharia marketing characteristics on Muslim consumer preferences and purchasing decisions for sharia hospital services. There is a direct effect of consumer preferences on the purchase decision of sharia hospital services.

This research method is quantitative with the object of research, namely Muslim consumers in the city of Bandung. The data used are primary and secondary data, where the primary data comes from respondents, namely members of the Muslim community in Bandung. Data collection using the method of observation, distribution of questionnaires, interviews and document research. The data obtained was then analyzed using descriptive and quantitative analysis. Data analysis used the Structural Equation Modeling (SEM) model, a combination of Confirmatory Factor Analysis (CFA) and Path Analysis with the help of the LISREL Program.

The study results explain that all factor variables are valid and reliable in forming their respective latent variables. The variables of cultural, social, personality, psychological, religiosity, and sharia marketing characteristics positively and significantly affect Muslim consumer preferences for Sharia hospitals. Overall, the variables of cultural, social, personality, psychological, religiosity, and sharia marketing characteristics also have a significant effect on the decision to purchase sharia hospital services, and the implication is that Muslim consumer preferences also have a significant effect on the purchase decision for sharia hospital services in the city of Bandung.

تجريد

بدءاً من العدد الأدنى للمستشفيات الشرعية في مدينة باندونغ، ولا تزال قدرتها التنافسية في صناعة الخدمات الصحية الشرعية منخفضة نسبياً. هناك نقص في التشجيع من جانب المجتمعات الإسلامية لاستخدام المنتجات المتوافقة مع الشريعة الإسلامية، بما في ذلك الخدمات الصحية الشرعية. إن تفضيلات المستهلكين للمستشفيات الشرعية في كل من إندونيسيا بشكل عام وفي مدينة باندونغ بشكل خاص هي خلفية هذا البحث.

الغرض من هذه الدراسة هو شرح تفضيلات المستهلكين المسلمين في مدينة باندونغ للمنازل والمستشفيات القائمة على الشريعة، وتشرح أهمية كل عامل تشكيل متغير كامن، وتأثير الخصائص الثقافية والاجتماعية والشخصية والنفسية والتدين والشريعة التسويقية على تفضيلات المستهلك المسلم وعلى قرارات الشراء للخدمات المستندة إلى المستشفى الشرعية، وكذلك شرح التأثير المباشر لتفضيلات المستهلكين المسلمين على قرارات الشراء لخدمات المستشفيات الشرعية في مدينة باندونغ. تم بناء هذا الإطار البحثي على النظرية الكبرى للشريعة المقشدة، ونظرية المدى المتوسط، أي نظرية الاقتصاد الشرعي، والنظرية التطبيقية وهي نظرية سلوك المستهلك، والفرضية التي تم اختبارها هي أن كل عامل مهم يشكل متغيره الكامن، وهناك متغير ثقافي، التأثيرات الاجتماعية والشخصية، الخصائص النفسية والتدين والتسويقي الشرعي على تفضيلات المسلمين والمستهلكين. على قرار شراء خدمات المستشفيات المبنية على الشريعة، وهناك تأثير مباشر لتفضيلات المستهلك بشأن قرارات الشراء لخدمات المستشفيات القائمة على الشريعة.

طريقة البحث هذه هي منهج كمي موضوع البحث، وهو المستهلكون المسلمون في المدينة باندونغ. البيانات المستخدمة هي البيانات الأولية والثانوية، حيث يتم الحصول على البيانات الأولية من المستجيبين، أي أفراد الجالية المسلمة في مدينة باندونغ. جمع البيانات باستخدام الطريقة المراقبة وتوزيع الاستبيانات والمقابلات والبحوث الوثائقية.

البيانات التي تم الحصول عليها بعد ذلك طُحلت باستخدام التحليل الوصفي والكمي تحليل البيانات باستخدام النموذج الهيكلي

وتحليل المسار (CFA)، وهي مزيج من تحليل عامل التحليل (SEM) نمذجة المعادلة أظهرت نتائج الدراسة أن جميع متغيرات العوامل صحيحة. LISREL بمساعدة برنامج وموثوقة في تكوينها.

عامل

كل وقت استجابة. تم العثور على متغيرات الخصائص الثقافية والاجتماعية والشخصية والنفسية والتدين والتسويق الشرعي لها تأثير كبير على تفضيلات المستهلكين المسلمين للمستشفيات القائمة على الشريعة. بشكل عام، تؤثر متغيرات الخصائص التسويقية الثقافية والاجتماعية والشخصية والنفسية والتدين والشريعة أيضاً بشكل كبير على قرار شراء خدمات المستشفيات القائمة على الشريعة، وهذا يعني أن تفضيلات المستهلك المسلم لها أيضاً تأثير كبير على قرار الشراء لخدمات المستشفيات الشرعية في مدينة باندونغ.