

Religiusitas dan Motivasi Intrinsik sebagai Prediktor terhadap Intensi Pembelian Jasa Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umroh

Arif Budi Kusuma¹, Sumaryono²

^{1,2}Fakultas Psikologi, Universitas Gadjah Mada; Jl. Sosio Humaniora

Bulaksumur Yogyakarta, (0274) 550435

e-mail: arif.budikusuma@mail.ugm.ac.id, ² maryono_cendix@ugm.ac.id

Abstract. *Although religiosity and intrinsic motivation have been studied extensively in the existing literature separately, there are very limited studies that discuss these two aspects correlatively, especially on the intention to purchase Umrah Travel Organizers (PPIU) services. This study aims to reveal the effect of religiosity on purchase intentions in subjects with different levels of religiosity, as well as the influence of intrinsic motivation on purchase intentions, which is one of the factors in individual attitudes towards a behavior. Data was collected using The Centrality of Religious Scale (CRS-15) ($\alpha = .867$), Intrinsic Motivation Inventory (IMI) ($\alpha = .930$), Theory of Planned Behavior (TBP) ($\alpha = .920$). The respondents of this study were Muslims in Indonesia (N=184). After performing multiple linear regression test, it was found that religiosity and intrinsic motivation were able to contribute 57.2% to purchase intention.*

Keywords : *purchase intention, religiosity, intrinsic motivation, muslim, umroh*

Abstrak. Meskipun religiusitas dan motivasi intrinsik telah dikaji secara ekstensif dalam literatur yang ada secara terpisah, namun studi yang membahas secara korelatif kedua aspek tersebut sangat terbatas, terutama pada intensi pembelian jasa Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umroh (PPIU). Studi ini bertujuan untuk mengungkap pengaruh religiusitas terhadap intensi pembelian pada subjek dengan tingkat religiusitas yang berbeda, serta pengaruh motivasi intrinsik terhadap intensi pembelian yang merupakan salah satu faktor dalam sikap individu terhadap sebuah perilaku. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan *The Centrality of Religious Scale (CRS-15)* ($\alpha = .867$), *Intrinsic Motivation Inventory (IMI)* ($\alpha = .930$), *Theory of Planned Behavior (TBP)* ($\alpha = .920$). Responden penelitian ini merupakan kalangan muslim di Indonesia (N=184). Setelah melakukan uji regresi linear berganda, ditemukan bahwa religiusitas dan motivasi intrinsik mampu memberikan sumbangan sebesar 57,2% terhadap intensi pembelian jasa Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umroh.

Kata kunci : intensi pembelian, religiusitas, motivasi intrinsik, muslim, umroh