

ABSTRAK

Herlina Sri Wahyuni. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Konsumen Membeli Pakaian Jadi di Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin.* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Drs. H. M. Amin, MA dan Yulia Hafizah, MEI.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Keputusan Konsumen,

Penelitian ini bertolak dari pemikiran bahwa keputusan konsumen dalam membeli sebuah produk ditentukan oleh berbagai faktor yang menjadi pertimbangan, diantaranya adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh Toko yang menawarkan produk dan persepsi konsumen itu sendiri terhadap harga yang ditawarkan. Hal ini pula yang terjadi pada konsumen pada Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin.

Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen usaha dagang pakaian jadi toko “H. Iiril” Banjarmasin yaitu sebanyak 1.430 orang. Sampel penelitian sebanyak 60 orang yang ditentukan dengan metode *Accidental sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dokumentasi dan dianalisis secara kuantitatif dengan bantuan *Software SPSS*.

Melalui teknik analisis deskriptif kuantitatif yang mencakup analisis regresi berganda, penelitian ini menghasilkan temuan-temuan: *Pertama:* Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin, yaitu sebesar 64,6%.. *Kedua:* Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin, yaitu sebesar 50,3%. *Ketiga:* Secara simultan kualitas pelayanan dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin, yaitu sebesar 76,6%.