ABSTRAK

Safitri, Eka. 2018. *Pengaruh Faktor Sosial dan Pribadi Terhadap Perilaku Konsumen dalam Membeli Pakaian Layak Pakai di Pasar Tungging Kota Banjarmasin.* Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. Pembimbing (I) Dra. Hj. Fithriana Syarqawie, M.H.I (II) Rohana Faridah, SE, MM.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh keingintahuan penulis mengenai lebih dominan mana antara faktor sosial dan pribadi berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap perilaku konsumen dalam membeli pakaian layak pakai di Pasar Tungging Kota Banjarmasin.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor sosial dan pribadi berpengaruh secara parsial juga secara simultan terhadap perilaku konsumen dalam membeli pakaian layak pakai di Pasar Tungging Kota Banjarmasin.

Lokasi penelitian ini bertempat di kota Banjarmasin. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebar kuisioner pada masyarakat yang akan menjadi responden.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah membeli pakaian layak pakai di Pasar Tungging Kota Banjarmasin dan tidak terhingga ukuran jumlahnya. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel non probabilitas yaitu *Accidental Sampling* yang berarti teknik pengumpulan sampel secara kebetulan saja bertemu dengan peneliti dan yang dianggap cocok sebagai sumber data. Tehnik pengambilan sampelnya menggunakan pendekatan *roscoe* yaitu analisis *multivariate* dengan jumlah sampel yang ditentukan sebanyak 60 orang.

Hasil penelitian secara parsial diketahui: Faktor sosial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumen dalam membeli pakaian layak pakai di Pasar Tungging Kota Banjarmasin, hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung < t-tabel (0,246 < 1,672), dan Signifikansi > alpha (0,807 > 0,05), sedangkan faktor pribadi berpengaruh dan signifikan terhadap perilaku konsumen dalam membeli pakaian layak pakai di Pasar Tungging Kota Banjarmasin, hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung > t-tabel (3,807 > 1,672), dan Signifikansi < alpha (0,000 < 0,05).

Hasil penelitian secara simultan diketahui bahwa faktor sosial dan pribadi berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen dalam membeli pakaian layak pakai di Pasar Tungging Kota Banjarmasin, hal ini terbukti karena F-hitung > F-tabel (7,287 > 3.16), Sementara nilai Signifkan < nilai signifikansi yang telah ditentukan (0,002 < 0.05).