

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan usaha bisnis di era globalisasi berkembang semakin pesat. Kompetisi terjadi diberbagai bidang usaha termasuk bidang usaha fashion yang setiap tahun mengalami pergantian, maka pelaku usaha harus selalu mengamati persaingan dalam lingkungan bisnisnya. Dalam menghadapi lingkungan persaingan yang semakin ketat, pelaku usaha harus mampu mengoptimalkan sumber daya ekonominya untuk meningkatkan daya saing produknya dan selalu berusaha untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif secara terus-menerus. Pelaku usaha dituntut untuk selalu berusaha melakukan inovasi terhadap produknya agar mampu bersaing dan menarik perhatian konsumen akan produk yang ia tawarkan. Hal ini yang perlu diperhatikan dalam menjalankan bisnis usaha pakaian.

Bisnis usaha pakaian merupakan salah satu bisnis yang cukup diminati konsumen setelah bisnis makanan, kebutuhan akan sandang merupakan kebutuhan primer setiap orang. Bisnis pakaian sekarang ini memang semakin berkembang terutama di Indonesia, ini terbukti dengan semakin banyaknya muncul toko (outlet) dan distro yang menjual berbagai jenis pakaian seperti pakaian pria dan wanita. Bisnis pakaian merupakan salah satu bisnis yang menjanjikan di Indonesia, karena di era yang serba digital ini manusia juga menginginkan untuk mengikuti gaya busana yang ada di televisi/*gadget* mereka agar terlihat modis dan *fashionable*. Remaja di Indonesia pada umumnya melakukan kegiatan sehari-hari lebih nyaman menggunakan pakaian yang simpel dan terkesan santai. Selain pakaian yang simpel

biasanya remaja juga cenderung menggunakan pakaian yang memiliki *brand* atau merek tertentu untuk memberikan kesan anak muda yang bebas dalam bergaya sehingga menambah rasa kepercayaan diri mereka. Bisnis pakaian sekarang telah berkembang seiring dengan teknologi yang ada, sehingga penjualannya dilakukan secara offline maupun online. Maka persaingan untuk memperoleh pelanggan dan keuntungan juga semakin meningkat (Fathan & Rinaldi, 2022, hlm. 1).

Peningkatan dari tahun ke tahun membuat usaha di bidang pakaian banyak bermunculan, sehingga persaingan di dunia fashion akan semakin tinggi dan kuat, serta para pelaku usaha dituntut untuk berpikir lebih keras dalam menentukan strategi pemasaran yang akan menjadi kunci untuk menghadapi persaingan yang terjadi. Oleh karena itu wajar jika bisnis ini sangat potensial untuk menjalankan sebuah usaha bisnis pakaian, sedangkan kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya. Semakin ketatnya persaingan bisnis usaha pakaian yang ada, terutama persaingan yang berasal dari bisnis usaha sejenis, membuat pelaku usaha semakin dituntut untuk menarik perhatian konsumen lebih cepat dibandingkan pesaingnya. Sehingga pelaku usaha yang menerapkan konsep pemasaran perlu mengamati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Keputusan Pembelian merupakan suatu hal yang paling penting dalam pemasaran. Setiap konsumen akan dihadapkan pada dua pilihan yaitu membeli atau tidak membeli. Jika konsumen memutuskan untuk membeli, maka ia berada dalam posisi membuat keputusan (Sudaryono, 2016, hlm. 99). Keputusan pembelian menurut Schiffman dan Kanuk (2000) adalah *“The selection an option from two or*

*alternative choice*". Bahwasanya, keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang untuk memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan apakah produk tersebut akan dipilih oleh konsumen atau tidak (Sinta, 2018, hlm. 2). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Jariyah dan Yucha mengenai keputusan pembelian toko pakaian Ainun Jaya, bahwasanya secara parsial variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Jariyah & Yucha, 2021, hlm. 256). Hal ini berarti biasanya dalam melakukan keputusan pembelian hal pertama yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih produk adalah dengan melihat kualitas produk. Kualitas produk memiliki peran yang sangat penting bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Dalam sebuah produk pasti terdapat beberapa unsur yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga (Milano dkk., 2021a, hlm. 14). Pengambilan keputusan diawali dengan adanya kebutuhan yang berusaha untuk dipenuhi. Oleh karena itu, pelaku usaha harus mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen agar perusahaan mampu memberikan produk dengan kualitas yang baik dan unggul.

Kualitas produk merupakan faktor terpenting dalam keputusan pembelian, kualitas produk merupakan suatu hal yang paling diperhatikan oleh konsumen dalam mengambil keputusan pembelian, konsumen akan memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan sehari-hari guna ingin mendapatkan kepuasan dari produk yang mereka beli. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Jariyah dan Yucha mengenai keputusan pembelian toko pakaian Ainun Jaya, bahwasanya secara parsial variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif dan

signifikan terhadap keputusan pembelian (Jariyah & Yucha, 2021, hlm. 256). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam memutuskan pembeliannya terhadap suatu produk adalah dengan melihat kualitas produk yang ditawarkan. Dalam situasi tertentu konsumen akan rela membeli suatu produk dengan harga yang mahal tapi produk yang ia dapatkan memiliki kualitas yang tinggi dan bagus. Mowen berpendapat bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang bersifat langsung terhadap kepuasan pelanggan. Dengan meningkatkan kemampuan suatu produk, maka akan tercipta keunggulan bersaing sehingga pelanggan menjadi semakin puas (Mowen dkk., 2002, hlm. 102). Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2012), kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya (Kotler & Armstrong, 2012, hlm. 97)

Selain kualitas produk, kualitas pelayanan juga merupakan salah satu faktor yang diperhatikan oleh konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan sesuai dengan ekspektasi pengunjung (Tjiptono, 2008, hlm. 85). Kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang sangat penting dalam proses transaksi baik barang maupun jasa, pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan kepada pelanggan selaku orang yang menerima pelayanan tersebut secara langsung sehingga menghasilkan reputasi baik bagi perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Herlina Sri Wahyuni mengenai keputusan pembelian di toko “H. Iiril” Pasar Ujung Murung Banjarmasin, bahwasanya secara parsial variabel kualitas

pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, konsumen biasanya lebih memilih berbelanja di toko yang pelayanannya baik sehingga pelanggan mendapatkan kepuasan tersendiri dalam berbelanja di toko tersebut. Pelaku usaha harus mengarahkan karyawannya untuk bersikap baik dan sopan serta memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Selain kualitas pelayanan, faktor yang paling diperhatikan oleh konsumen dalam mengambil keputusan pembelian adalah harga.

Harga merupakan salah satu faktor yang tidak kalah penting dan paling diperhatikan oleh konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Harga diartikan sebagai jumlah uang yang menyatakan nilai tukar suatu unit benda tertentu (Amalia, 2010, hlm. 209). Menurut Philip Kotler adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa. Secara lebih luas, harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa (Herlambang, 2014, hlm. 47). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Alyssa Milano, Agus Sutardjo, dan Rizka Hadya mengenai keputusan pembelian baju batik di Toko "Florensia" Kota Sawahlunto, bahwasanya secara parsial variabel harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Milano dkk., 2021b, hlm. 23). Keputusan pembelian didasarkan pada bagaimana konsumen menganggap harga dan beberapa harga aktual saat ini yang mereka pertimbangkan bukan harga yang dinyatakan pemasar. Pelanggan mungkin memiliki batas bawah harga dimana harga yang lebih rendah dari batas itu menandakan kualitas buruk atau kualitas yang tidak

dapat diterima, dan juga batas atas harga yang dimana harga yang lebih tinggi dari batas itu dianggap terlalu berlebihan dan tidak sebanding dengan uang yang dikeluarkan (Kotler & Keller, 2008, hlm. 72).

Sebagai salah satu industri yang berkembang saat ini, outlet yang menjual berbagai produk khususnya pakaian memiliki banyak peminat, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Usaha-usaha toko pakaian saat ini telah banyak menawarkan berbagai macam produk dengan kualitas dan harga yang beragam. Khususnya di Kota Banjarmasin hampir disetiap jalannya terdapat outlet maupun distro yang bersaing menarik perhatian konsumen. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil studi pada Toko Jasa Rezeqi. Toko Jasa Rezeqi merupakan jenis toko yang menjual berbagai pakaian seperti kaos, kemeja, jaket, hoodie, sweater, celana jeans, dan masih banyak lagi. Toko Jasa Rezeqi yang sering disebut *Harry's Clothes* ini menyediakan kaos dan kemeja, mulai dari lengan panjang, lengan pendek, dengan berbagai ukuran dan motif. Selain itu juga terdapat berbagai macam celana yang terdiri celana panjang, celana pendek, celana kain, jogger, training, sirwal, jeans, tartan dan lain-lain. Toko Jasa Rezeqi menjual berbagai perlengkapan pria dari anak-anak sampai dewasa. Dengan keanekaragaman produknya membuat Toko Jasa Rezeqi memiliki keunggulan dan banyak diminati serta menjadi pilihan yang tepat bagi konsumennya dibandingkan toko sejenis lainnya yang ada di Kota Banjarmasin. Didirikan pada tahun 2020 oleh Muhammad Khairi, Toko Jasa Rezeqi sudah memiliki konsumen tetap dan mampu bersaing dengan outlet-outlet sejenisnya. Toko Jasa Rezeqi beralamat di Jalan HKS N Kelurahan Kuin Utara Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin.

Persaingan yang terjadi di sekitar Toko Jasa rezeqi cukup tinggi karena disepanjang jalan HKSJN banyak terdapat toko atau outlet yang menjual pakaian sejenis, sehingga pemilik harus melakukan strategi pemasaran yang tepat untuk menarik perhatian konsumen secara terus menerus. Selama masa pandemi berlangsung banyak pasar-pasar tradisional yang ditutup dan dilarang untuk beroperasi oleh pihak berwajib, hal tersebut menyebabkan konsumen tidak bisa berbelanja di pasar sehingga banyak yang memilih berbelanja di Toko Jasa Rezeqi. Namun sekarang pasar tradisional sudah dibuka kembali dan pendapatan Toko Jasa Rezeqi tidak terdapat penurunan yang signifikan, hal ini terjadi karena Toko Jasa Rezeqi melakukan strategi pemasaran yang cukup bagus yaitu dengan menampilkan sisi unik dari toko mereka baik dari segi promosi, kualitas barang yang dijual maupun pelayanan yang ditawarkan. Promosi yang dilakukan adalah dengan memberikan bonus atau hadiah setiap pembelian minimal 250 ribu yang hadiahnya terdiri dari dompet, tas, ikat pinggang, topi, dan lain-lain. Hal ini membuat Toko Jasa Rezeqi menjadi lebih cepat dikenal dan konsumen akan merasa puas setiap mereka membeli produk di Toko Jasa Rezeqi bahkan tidak sedikit konsumen datang kembali untuk membeli lagi dikemudian hari. Dibalik banyaknya konsumen yang berbelanja secara offline, Toko Jasa Rezeqi masih sangat kurang untuk penjualan secara online dilihat dari sedikitnya pesanan yang diterima secara online. Latar belakang penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga. Berdasarkan penelitian sebelumnya variabel-variabel itu sangat penting dan menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian dibuktikan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ridho

Saputra (2020) yang berjudul pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Distro Label Store Pekanbaru dan Herlina Sri Wahyuni (2020) yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen membeli pakaian jadi di Toko H. Iiril Pasar Ujung Murung Banjarmasin. Sehingga Toko Jasa Rezeqi dapat lebih optimal dan mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen secara maksimal.

Jadi untuk dapat mengetahui sejauh mana kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga dalam mempengaruhi keputusan pembelian, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai keputusan pembelian oleh konsumen di Toko Jasa rezeqi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Jasa Rezeqi Banjarmasin”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Jasa Rezeqi Banjarmasin?
2. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Jasa Rezeqi Banjarmasin?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Jasa Rezeqi Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Jasa Rezeqi Banjarmasin.

### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan dan dijadikan sebagai bahan referensi atau acuan untuk penelitian selanjutnya. dalam hal pengembangan di bidang penelitian khususnya yang terkait dengan pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian.

2. Secara Praktis

- a. Bagi peneliti

Menambah wawasan dan pengetahuan yang lebih luas mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian sebuah produk, serta media untuk belajar dalam memecahkan masalah yang diteliti.

b. Bagi Toko Jasa Rezeqi Banjarmasin

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi Toko Jasa Rezeqi Banjarmasin dalam meningkatkan kualitas produk, memberikan pelayanan, menentukan harga, dan melakukan evaluasi mengenai strategi pemasaran. Sehingga bisa meningkatkan jumlah konsumen yang berbelanja di Toko Jasa Rezeqi Banjarmasin.

c. Bagi Konsumen

Penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk membeli suatu produk agar merasa puas dalam berbelanja baik segi kualitas, pelayanan, dan harga.

## **E. Definisi Operasional/Batasan Istilah**

Untuk memudahkan pemahaman penulis dalam penelitian ini, maka penulis membuat batasan istilah sehingga tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahaminya, adapun istilah-istilah tersebut antara lain:

1. Kualitas Produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya (Kotler & Amstrong, 2012, hlm. 97). Kualitas produk yang digunakan dalam penelitian ini meliputi jenis bahan, kerapian jahitan, kenyamanan, tidak mudah rusak, dan sesuai dengan spesifikasi yang ditawarkan.

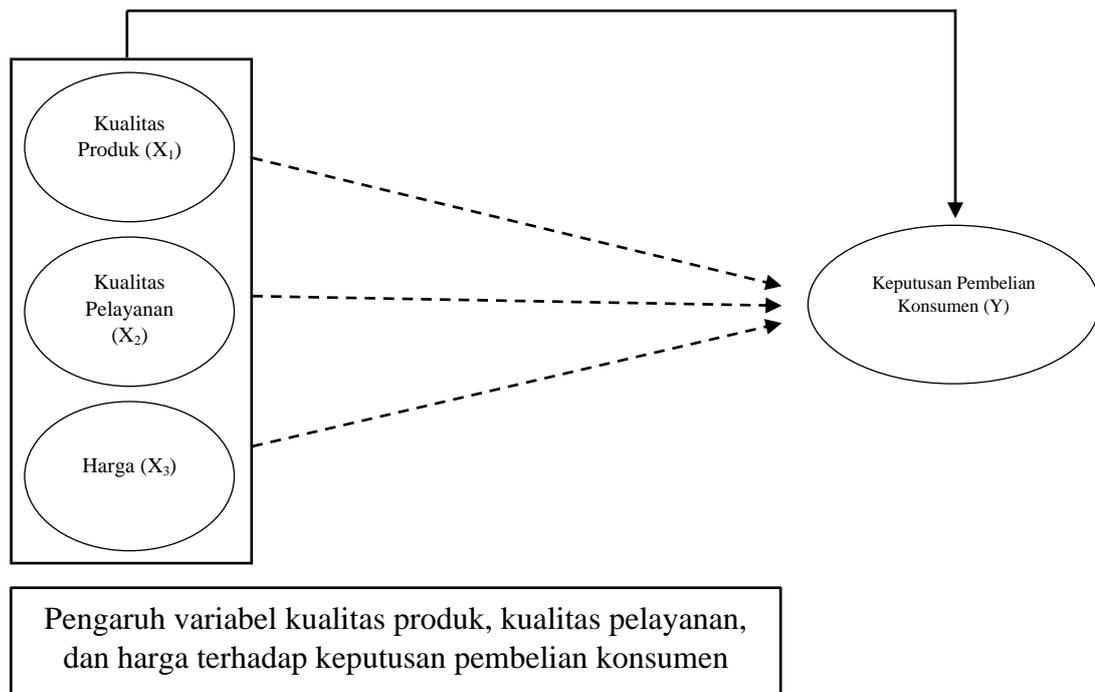
2. Kualitas Pelayanan merupakan suatu hal yang sangat penting dalam proses transaksi baik barang maupun jasa, pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan kepada pelanggan selaku orang yang menerima pelayanan tersebut secara langsung sehingga menghasilkan reputasi baik bagi perusahaan. Dalam penelitian ini yang dilihat adalah sikap dan sopan santun dari karyawan dalam melayani konsumen.
3. Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa. Secara lebih luas, harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa. Dalam penelitian ini yang dilihat adalah harga yang ditawarkan kepada konsumen apakah lebih murah dan sesuai dengan manfaat yang didapatkan konsumen dalam membeli produk tersebut.
4. Keputusan Pembelian Konsumen, yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen untuk membeli produk di Toko Jasa Rezeqi Banjarmasin melalui indikator pengenalan masalah di mana masalah akan kebutuhan yang harus dipenuhi, pencarian informasi terhadap produk maupun toko yang menjual produk khususnya pakaian, evaluasi berbagai pilihan jasa, mengambil keputusan dan perilaku setelah melakukan pengambilan keputusan.

#### **F. Kerangka Pemikiran**

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), dan harga ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian

konsumen Toko Jasa Rezeqi Banjarmasin (Y), sehingga kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:

**Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran**



Keterangan:

-----> : Pengaruh Secara Parsial

————> : Pengaruh Secara Simultan

### G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2011, hlm. 64).

Berdasarkan uraian latar belakang dan perumusan masalah, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H<sub>1</sub> : Diduga kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Jasa Rezeqi Banjarmasin.
- H<sub>2</sub> : Diduga kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Jasa Rezeqi Banjarmasin

#### **H. Penelitian Terdahulu**

Berdasarkan hasil telaahan terhadap penelitian terdahulu ada beberapa Skripsi yang berkaitan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Penelitian terdahulu dilakukan oleh Yenny Remita Fitrianty. 2018. “Pengaruh Harga, Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Soraya Shop Plaju Palembang”. Program Studi Ekonomi Syariah Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Reden Fatah Palembang. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yenny Remita Fitrianty yaitu sama-sama menggunakan variabel bebas Harga, Produk, dan Kualitas Pelayanan serta variabel terikat Keputusan Pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga, Produk, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan

signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Soraya Shop Plaju Palembang. Harga, Produk, dan Kualitas Pelayanan mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen sebesar 0,518 atau 51,8% sementara sisanya sebesar 48,2% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar penelitian ini. Perbedaan yang mendasar antara keduanya adalah objek dan waktu penelitian. Yenny Remita Fitrianty melakukan pada tahun 2018 dengan objek penelitian konsumen Pakaian Pada Soraya Shop Plaju Palembang sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2022 dengan objek penelitian konsumen Toko Jasa Rezeqi Banjarmasin.

2. Penelitian terdahulu dilakukan oleh Nana Putriana Lubis. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk, Keanekaragaman Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Pasar Inpres 1 Kisaran". Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatra Utara Medan. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nana Putriana Lubis yaitu sama-sama menggunakan variabel bebas Kualitas Produk dan Harga serta variabel terikat Keputusan Pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Keanekaragaman Produk, Harga, Dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Pasar Inpres 1 Kisaran. Kualitas Produk, Keanekaragaman Produk, Harga, dan Lokasi mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen sebesar 0,635 atau 63,5% sementara sisanya sebesar 36,5% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar penelitian ini. Perbedaan yang mendasar antara keduanya adalah

objek dan waktu penelitian. Nana Putriana Lubis melakukan pada tahun 2019 dengan objek penelitian konsumen di Pasar Inpres 1 Kisaran, sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2022 dengan objek penelitian konsumen Toko Jasa Rezeqi Banjarmasin.

3. Penelitian terdahulu dilakukan oleh Herlina Sri Wahyuni. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Membeli Pakaian Jadi Di Toko H. Iiril Pasar Ujung Murung Banjarmasin". Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Herlina Sri Wahyuni yaitu sama-sama menggunakan variabel bebas Kualitas Pelayanan dan Harga serta variabel terikat Keputusan Pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Membeli Pakaian Jadi Di Toko H. Iiril Pasar Ujung Murung Banjarmasin. Kualitas Pelayanan dan Harga mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen sebesar 76,6% sementara sisanya sebesar 23,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar penelitian ini. Perbedaan yang mendasar antara keduanya adalah objek dan waktu penelitian. Herlina Sri Wahyuni melakukan pada tahun 2020 dengan objek penelitian konsumen membeli pakaian jadi Di Toko H. Iiril Pasar Ujung Murung Banjarmasin, sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2022 dengan objek penelitian konsumen Toko Jasa Rezeqi Banjarmasin.

4. Penelitian terdahulu dilakukan oleh Ridho Saputra. 2020. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru”. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ridho Saputra yaitu sama-sama menggunakan variabel bebas Harga dan Kualitas Produk serta variabel terikat Keputusan Pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Label Store Pekanbaru. Harga dan Kualitas Produk mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen sebesar 88% sementara sisanya sebesar 12% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar penelitian ini Perbedaan yang mendasar antara keduanya adalah objek dan waktu penelitian. Ridho Saputra melakukan pada tahun 2020 dengan objek penelitian Konsumen Pada Label Store Pekanbaru sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2022 dengan objek penelitian konsumen Toko Jasa Rezeqi Banjarmasin.
5. Penelitian terdahulu dilakukan oleh Elda Mirnawati. 2021. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Pada WYD (*Wear Your Design*) Distro Palangka Raya”. Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islalm Negeri Palangka Raya. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Elda Mirnawati yaitu sama-sama menggunakan variabel bebas Kualitas Produk dan Penetapan Harga serta variabel terikat Keputusan Pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

Kualitas Produk dan Penetapan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Pada WYD (*Wear Your Design*) Distro Palangka Raya. Kualitas Produk dan Penetapan Harga mempengaruhi Keputusan Pembelian Masyarakat sebesar 0,812 atau 81,2% sementara sisanya sebesar 18,8% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar penelitian ini. Perbedaan yang mendasar antara keduanya adalah objek dan waktu penelitian. Elda Mirnawati melakukan pada tahun 2021 dengan objek penelitian masyarakat pada WYD (*Wear Your Design*) Distro Palangka Raya sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2022 dengan objek penelitian konsumen Toko Jasa Rezeqi Banjarmasin.

6. Penelitian terdahulu dilakukan oleh Ilham Dwi Desra Yuda. 2021. “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Tiens (Studi Kasus Pada Tiens Syariah Internasional Makassar)”. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ilham Dwi Desra Yuda yaitu sama-sama menggunakan variabel bebas Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga serta variabel terikat Keputusan Pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan Kualitas Produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Tiens (Studi Kasus Pada Tiens Syariah Internasional Makassar). Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga mempengaruhi Keputusan Pembelian sebesar

94,8% sementara sisanya sebesar 5,2% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar penelitian ini. Perbedaan yang mendasar antara keduanya adalah objek dan waktu penelitian. Ilham Dwi Desra Yuda melakukan pada tahun 2021 dengan objek penelitian konsumen Herbal Tiens sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2022 dengan objek penelitian konsumen Toko Jasa Rezeqi Banjarmasin.

7. Penelitian terdahulu dilakukan oleh Nadhifa Nur Izzatun Ni'mah. 2023. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Skincare Skintific". Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nadhifa Nur Izzatun Ni'mah yaitu sama-sama menggunakan variabel bebas Kualitas Produk dan Harga serta variabel terikat Keputusan Pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga dan Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Skincare Skintific". Harga, Kualitas Produk, dan Inovasi Produk mempengaruhi Keputusan Pembelian konsumen sebesar 46,8% sementara sisanya sebesar 53,2% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar penelitian ini. Perbedaan yang mendasar antara keduanya adalah objek dan waktu penelitian. Nadhifa Nur Izzatun Ni'mah melakukan pada tahun 2023 dengan objek penelitian konsumen Skincare Skintific sedangkan penelitian ini

dilakukan pada tahun 2022 dengan objek penelitian konsumen Toko Jasa Rezeqi Banjarmasin.

## **I. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan berisi tentang uraian singkat tentang isi bab demi bab yang akan ditulis dalam penelitian ini.

Bab I adalah pendahuluan. Pada bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional atau batasan istilah, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan penelitian terdahulu.

Bab II merupakan landasan teori. Pada bab ini disajikan mengenai beberapa teori yang berkaitan dengan bahasan penelitian, yakni teori tentang perilaku konsumen, kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan keputusan pembelian. Teori digunakan untuk referensi dalam penelitian ini yang selanjutnya akan dibuktikan di bab penyajian dan analisis data.

Bab III adalah metode penelitian, pada bab ini disajikan informasi secara deskriptif tentang bagaimana penelitian dilaksanakan yang meliputi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disajikan melalui *google form*.

Bab IV merupakan penyajian data dan analisis. Pada bab ini disajikan hasil penelitian yang telah dilakukan berupa, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji t, uji f dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). Uji

asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Pengujian dilakukan menggunakan bantuan aplikasi statistic yaitu SPSS *versi 25*.

Bab V adalah penutup. Dalam bab ini mengungkapkan kesimpulan dan saran atas dasar penelitian. Kesimpulan akan dijelaskan berupa analisis dari hasil penelitian yang sudah dibuktikan pada bab IV dan memberikan penjelasan yang lebih detail mengenai hasil dari penelitian ini. Sedangkan saran berisikan rekomendasi dan saran yang bisa digunakan oleh peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian lanjutan agar dapat mendapatkan hasil yang lebih signifikan.