

## ABSTRAK

Manajemen pemasaran merupakan seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Tahu Bandung NN. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan membagikan kuesioner kepada 85 responden dari populasi 3.705 konsumen Tahu Bandung NN. Sedangkan teknik sampling yang digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh ukuran sampel adalah *non probability sampling* dengan metode *incidental*.

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda, uji validitas, uji reliabilitas, analisis korelasi berganda, koefisien determinasi, uji hipotesis simultan dan uji hipotesis parsial. Dan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen secara simultan. Sesuai dengan perhitungan statistic kualitas produk dan harga memberikan kontribusi terhadap kepuasan konsumen pada Tahu Bandung NN sebesar 84,3% sedangkan sisanya sebesar 15,7% merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen,

## **ABSTRACT**

*Marketing management is the art and science of choosing the target markets and size, retain, and grow customers by creating, delivering, and communicating superior customer value.*

*The purpose of this study was to determine the effect of product quality and price on customer satisfaction at Tahu Bandung NN. Data analysis used in this study is primary and secondary data. Data collection techniques used are by distributing questionnaires to 85 respondents from a population of 3.705 consumers of Tahu Bandung NN. While the sampling techniques used to calculate the effect of sample size is non probability sampling with incidental methods.*

*Based on the results of the study using multiple linear regression analysis method, validity test, reliability test, multiple correlation analysis, determination coefficient, simultaneous hypothesis test and partial hypothesis test. And research result show that there is a positive and significant influence between product quality and price on customer satisfaction simultaneously. In accordance statistical calculations product quality and price contributes to customers satisfaction at Tahu Bandung NN at 84,3% while the remaining 15,7% is the influence of other variables not examined.*

*Keywords: Product Quality, Price, Customer Satisfaction,*