

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan berdasarkan data peningkatan kontribusi subsektor ekonomi kreatif pada tahun 2020-2022 yang mana industri kreatif *fashion* memiliki kontribusi terbesar kedua terhadap ekonomi kreatif yang membuat jenis usaha pakaian khususnya gerai pada jenis usaha *clothing company* mengalami kenaikan presentase paling kecil. Berdasarkan jumlah dan kategori *fashion* di kota Bandung dengan jumlah persentase yang tetap yaitu kategori brand untuk perempuan. Dan berdasarkan data transaksi *offline* dan *online* Oclo (*our clothes*) yang paling rendah yaitu data transaksi penjualan online khususnya pada marketplace shopee pada tahun 2021. Penurunan jumlah transaksi penjualan online pada marketplace shopee diakibatkan karena adanya pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Survey pada konsumen Oclo di Bandung) secara simultan maupun parsial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability* sampling dengan jumlah populasi sebanyak 7.052 orang dan jumlah sampel sebanyak 85 orang. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, analisis koefisien determinasi, dan uji hipotesis dengan menggunakan program SPSS 25. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 47,6% sedangkan sisanya sebesar 52,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan sebesar 18,1% dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan sebesar 29,5%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh paling besar terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

This research was conducted based on data on the increase in the contribution of the creative economy subsector in 2020-2022, where the creative fashion industry has the second largest contribution to the creative economy, which makes clothing businesses, especially outlets in the clothing company type of business, experience the smallest percentage increase. Based on the number and categories of fashion in the city of Bandung, with a fixed percentage, namely the brand category for women. And based on Oclo (our clothes) offline and online transaction data, the lowest is online sales transaction data, especially on the Shopee marketplace in 2021. The decrease in the number of online sales transactions on the Shopee marketplace is due to the influence of price and service quality on consumer satisfaction (Survey in Oclo consumers in Bandung) simultaneously or partially. This study uses a quantitative approach. The research method used is descriptive and verification. The sampling technique used was non-probability sampling with a population of 7,052 people and a sample size of 85 people. The analytical methods used are multiple linear regression analysis, multiple correlation analysis, coefficient of determination analysis, and hypothesis testing using the SPSS 25 program. Simultaneous research results show that price and service quality have a positive and significant effect on consumer satisfaction by 47.6%, while the remaining 52.4% was influenced by other variables not studied. Partially, it shows that price has a positive and significant effect on satisfaction of 18.1% and service quality has a positive and significant effect on satisfaction of 29.5%. So it can be concluded that service quality has the greatest influence on consumer satisfaction.

Keywords: Price, Service Quality, and Consumer Satisfaction.