

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan berdasarkan fenomena yang terjadi pada tahun 2021 sampai dengan tahun 2023, yang mana menurut kontribusi UMKM berdasarkan sektor usaha terhadap PDRB Kota Bandung pada tahun tersebut menunjukkan bahwa kosmetik merupakan industri dengan pendapatan terbesar keempat setelah jasa travel, namun persentase kenaikan usaha kosmetik mengalami persentase yang menurun dari tahun ke tahun. Dalam hal ini kosmetik dengan transaksi terendah pada kawasan Bandung pusat merupakan Toko Dyfa Bandung. Berdasarkan hasil pra survei yang telah dilakukan oleh peneliti, rendahnya jumlah transaksi pada Toko Dyfa Bandung disebabkan adanya pengaruh dari kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen baik secara simultan, maupun parsial. Untuk meneliti hubungan antar variabel yang akan diteliti, peneliti menggunakan applied theory dari para ahli dengan tahun terbaru, yaitu kualitas produk menurut Kotler *et al* (2022), harga menurut Kotler *et al* (2022) dan kepuasan konsumen menurut Kotler *et al* (2022). Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 82 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, korelasi berganda dan koefisien determinasi. Uji hipotesis yang digunakan adalah uji hipotesis parsial dan simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. Besarnya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen secara simultan adalah 45% dan sisanya 55% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sebesar 33% dan pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen sebesar 12%, sehingga dapat disimpulkan bahwa harga memberikan pengaruh paling besar terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This research was conducted based on phenomena that occurred from 2021 to 2023, which according to the contribution of UMKM based on business sectors to the GRDP of Bandung City in that year showed that cosmetics was the industry with the fourth largest income after travel services, but the percentage increase in cosmetics businesses experienced a percentage which decreases from year to year. In this case, the cosmetics with the lowest transactions in the central Bandung area is the Dyfa Bandung Shop. Based on the results of a pre-survey conducted by researchers, the low number of transactions at the Dyfa Bandung Shop is due to the influence of product quality and price on consumer satisfaction, both simultaneously and partially. . To examine the relationship between the variables to be studied, researchers used applied theory from experts with updated years, namely product quality according to Kotler et al (2022), price according to Kotler et al (2022) and consumer satisfaction according to Kotler et al (2022). The research method used was descriptive and verification method with a sample size of 82 respondents. The data analysis method used is multiple linear regression analysis, multiple correlation and coefficient of determination. The hypothesis tests used are partial and simultaneous hypothesis tests. The research results show that there is a positive and significant influence between product quality and price on consumer satisfaction. The magnitude of the influence of product quality and price on consumer satisfaction simultaneously is 45% and the remaining 55% is influenced by other variables that were not studied. Partially, the influence of product quality on consumer satisfaction is 33% and the influence of price on consumer satisfaction is 12%, so it can be concluded that price has the greatest influence on consumer satisfaction.

Keywords: Product Quality, Price and Consumer Satisfaction