

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan berdasarkan fenomena yang terjadi antara 2021 hingga 2023. Menurut PDRB Kota Bandung, industri fashion adalah industri dengan pendapatan terbesar kedua setelah kuliner. Namun, kenaikan usaha di bidang ini sangat kecil, terutama usaha distro yang mengalami penurunan persentase setiap tahunnya. Distro dengan transaksi terendah di Bandung Pusat adalah Wadezig. Berdasarkan pra-survei yang dilakukan, rendahnya transaksi pada Wadezig dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen, baik secara simultan maupun parsial. Untuk menganalisis hubungan antar variabel, peneliti menggunakan teori kualitas produk dari Kotler et al. (2022), harga menurut Tjiptono (2019), dan kepuasan konsumen dari Kotler dan Armstrong (2019). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif dengan sampel 84 responden. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda, korelasi berganda, dan koefisien determinasi. Uji hipotesis menggunakan Uji t dan Uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara simultan, pengaruh kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah 72,3%, sedangkan 27,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial, pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen adalah 36,7%, dan pengaruh harga adalah 35,6%. Kualitas produk 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 between 2021 and 2023. According to the Bandung City GDP, the fashion industry is the industry with the second largest revenue after culinary. However, the increase in business in this field is very small, especially the distro business which has experienced a decrease in percentage every year. The lowest transaction distro in Central Bandung is Wadezig. Based on the pre-survey conducted, the low number of transactions on Wadezig is influenced by product quality and price to consumer satisfaction, both simultaneously and partially. To analyze the relationship between variables, the researcher used product quality theory from Kotler et al. (2022), price according to Tjiptono (2019), and consumer satisfaction from Kotler and Armstrong (2019). This study uses descriptive and verifiable methods with a sample of 84 respondents. Data analysis was carried out by multiple linear regression, multiple correlation, and determination coefficient. The hypothesis test uses the t-test and the F-test. The results show that product quality and price have a positive and significant influence on consumer satisfaction. Simultaneously, the effect of product quality (X1) and price (X2) on consumer satisfaction (Y) was 72.3%, while 27.7% was influenced by other variables that were not studied. Partially, the effect of product quality on consumer satisfaction was 36.7%, and the effect of price was 35.6%. Product quality has the greatest influence on consumer satisfaction.

Keywords: Product Quality, Price and Consumer Satisfaction