

## ABSTRAK

Fakhri Collection merupakan bisnis di bidang konfeksi yang berfokus pada pembuatan kerudung instan. Dengan memanfaatkan platform digital Whatsapp dan Facebook sebagai sarana utama dalam melakukan promosi dan komunikasi dengan pelanggan. Melalui media tersebut Fakhri Collection berhasil menjangkau banyak pelanggan dari berbagai daerah. Berdasarkan hasil penelitian didapati permasalahan mengenai Kepuasan Pelanggan dari Konfeksi Fakhri Collection, dikarenakan masih ada yang merasakan ketidaksesuaian antara kualitas produk dan harga dengan harapan.

Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data primer dilakukan dengan observasi non partisipan, wawancara dan kuesioner yang disebarakan kepada 60 orang responden. Teknik analisis data yang dilakukan yaitu persamaan regresi linier berganda, koefisien determinasi, dan uji hipotesis parsial serta simultan.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh positif tetapi pada harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk memberikan pengaruh sebesar 47,8% dan harga sebesar 36,4%. Secara simultan kedua variabel memberikan pengaruh sebesar 49,1% sedangkan sisanya 50,9% merupakan faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Adapun hambatan yang dihadapi tidak adanya divisi khusus *quality control* dan keterbatasan tenaga karyawan yang menjadi hambatan utama dalam menjaga kualitas produk. Upaya yang dilakukan dengan melakukan pengawasan secara berkala serta meningkatkan pengawasan terhadap hasil produk.

Saran untuk perusahaan sebaiknya menambah tenaga kerja untuk divisi *quality control* atau mengoptimalkan karyawan bagian produksi untuk meningkatkan kualitas produk dan kesesuaian harga dengan produk yang lebih baik lagi serta melakukan evaluasi secara berkala terhadap kualitas produk.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Pelanggan