

ABSTRAK

Shopataleen adalah salah satu lokal *brand fashion* Indonesia di Kota Bandung yang didirikan pada bulan Januari tahun 2017. Shopataleen menawarkan produk dengan *design* yang unik, kreatif, dan nyaman untuk dipakai. Shopataleen memiliki ciri khas *fashion* dengan model kasual dan feminin yang terbuat dari bahan katun. Saat ini, dunia *fashion* terus berkembang dengan menyesuaikan gaya hidup manusia. Pertumbuhan PDB menunjukkan bahwa *fashion* telah menjadi salah satu sub-sektor prioritas industri kreatif Indonesia yang sedang berkembang saat ini. Kehidupan di Bandung memiliki kenyamanan tersendiri dalam hal *fashion*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Brand Fashion shopataleen dan mengetahui indikator kualitas produk dan harga apakah mempengaruhi kepuasan pelanggan Shopataleen. Metode yang digunakan untuk melakukan penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif dengan tujuan penelitian kausal. Penelitian ini menggunakan Teknik *non-probability sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dengan menyebarkan kuesioner dengan skala likert dan jumlah responden sebanyak 100 orang. Metode yang digunakan dalam olah data pada penelitian ini yaitu regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Program for Science*) versi 24.0.

Berdasarkan hasil kuesioner dan pengolahan data hasil analisis, penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Brand Fashion Shopataleen sebesar 33,7%. Terdapat pengaruh secara parsial antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Brand Fashion Shopataleen sebesar 68,6%. Dan terdapat pengaruh secara simultan antara Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Brand Fashion Shopataleen sebesar 58%, Sedangkan 42% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model regresi penelitian ini. Berdasarkan hasil tersebut jadi di sarankan untuk penelitian selanjutnya bisa menambahkan variabel lainnya agar mendapatkan hasil yang sangat sempurna.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Pelanggan