

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada produk parfum isi ulang. Latar belakang penelitian ini adalah meningkatnya persaingan dalam industri parfum isi ulang. Toko-toko yang menyediakan produk berkualitas tinggi dengan harga kompetitif dan layanan memuaskan diharapkan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen. Penelitian ini penting untuk memahami faktor-faktor yang paling berpengaruh dalam menciptakan kepuasan konsumen.

Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode Cochran, yang menghasilkan sampel sebanyak 96 responden dari populasi konsumen Toko Zanzibar Parfume Bandung. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan kepada konsumen yang pernah melakukan pembelian di toko tersebut. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk menguji hipotesis penelitian. Hipotesis yang diajukan adalah: (1) Kualitas produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, (2) Harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan (3) Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil analisis menunjukkan bahwa ketiga variabel independen, yaitu kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan, secara signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen. Temuan ini mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan kepuasan konsumen, Toko Zanzibar Parfume Bandung harus fokus pada peningkatan kualitas produk, penetapan harga yang kompetitif, dan peningkatan kualitas pelayanan. Konsumen pada dasarnya akan merasa puas terhadap produk yang mereka konsumsi. Aroma parfum isi ulang yang wangi dan tahan lama serta memiliki kualitas yang bagus, akan membuat konsumen merasa puas dan akan kembali datang untuk membeli.

Kata Kunci: Harga, Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk