

## ABSTRAK

Kinerja pemasaran merupakan tolok ukur keberhasilan perusahaan dalam membangun daya saing dan menjangkau pasar secara efektif. Arei Outdoor Gear sebagai perusahaan perlengkapan *outdoor*, mengalami penurunan *traffic organic* dan adanya isu kualitas produk yang muncul di media sosial. Kualitas produk yang belum konsisten dapat menurunkan kepuasan konsumen, sedangkan persepsi harga yang kurang kompetitif turut memengaruhi respons pasar. Di sisi lain, kepuasan konsumen berperan penting dalam memperkuat kinerja pemasaran, sehingga menjadi faktor kunci dalam menentukan tinggi rendahnya kinerja pemasaran Arei secara keseluruhan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap kinerja pemasaran dan kepuasan konsumen. Selain itu, penelitian ini juga menguji bagaimana kepuasan konsumen berperan sebagai variabel mediasi dalam memperkuat pengaruh dua variabel independen tersebut terhadap kinerja pemasaran.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik sampling menggunakan *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Kuesioner disebar kepada 300 orang responden sebagai sampel. Selanjutnya data dianalisis dengan teknik analisis deskriptif dan *Partial Least Square* (PLS).

Berdasarkan hasil analisis deskriptif diketahui bahwa variabel kualitas produk, persepsi harga, kinerja pemasaran, dan kepuasan konsumen berada dalam kategori sangat baik dengan masing-masing nilai sebesar 87.6%, 88.9%, 90.6%, dan 88.6%. Sedangkan berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis menggunakan teknik PLS, semua variabel menunjukkan pengaruh yang signifikan baik yang secara langsung maupun tidak langsung.

Penelitian ini akan memperkaya literatur pemasaran, khususnya dalam konteks industri *outdoor* gear lokal. Serta hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi manajemen Arei Outdoor Gear dalam merumuskan strategi pengembangan produk, pengelolaan persepsi harga, dan perbaikan kualitas demi mengoptimalkan kepuasan konsumen dan mendorong performa pemasaran yang lebih kompetitif di masa depan.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kepuasan Konsumen, Kinerja Pemasaran, Arei Outdoor Gear