ABSTRAK

Raudatul Janah. 2021. *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Konsumen Pond's Cosmetics di Kota Muara Teweh)*. Skripsi Jurusan Ekonomi Syarah, FakultasEkonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Dr. H. Zaki Mubarak, S.E., M.Si.

Kata kunci: *Pengaruh kualitas produk, Citra Merek, Harga, Kepuasan Konsumen*

Penelitian ini dilatar belakangi oleh meningkatnya perkembangan industri bisnis kosmetik di Indonesia maka peneliti berminat untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap kepuasan konsumen kosmetik pond's yang berada di Muara teweh. Karena Kinerja produk akan berdampak langsung terhadap kualitas, karena itu kualitas produk berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan konsumen. Selain dari kualitas produk citra merek dari produk pond's perlu juga diperhatikan karena ada beberapa jenis produk pond's yang masih belum masuk dalam kategori TOP Brand dan pada tahun terakhir yaitu 2020, pond's mengalami penurunan hampir setiap produk. Harga juga merupakan hal penting bagi suatu produk agar konsumen tidak berpindah ke merek lain dengan kualitas yang sama, pada perbandingan harga produk-produk kosmetik dapat disimpulkan bahwa ada beberapa harga produk pond's yang masih tinggi daripada produk kosmetik sejenis tetapi masih terjangkau untuk konsumen.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunkan metode survei. Pesponden pada penelitian ini sebanyak 100 orang, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dioleh dengan SPSS 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan uji hipotesis dalam uji persial (uji t) diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan uji simultan (uji f) diketahui bahwa kualitas produk, citra merek dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan uji R2 diketahui bahwa besarnya pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap kepuasan konsumen sebesar 69,8% sedangkan sisanya 30,2% dipengaruhi lain diluar kualitas produk, citra merek dan harga.