

ABSTRAK

Syarifa Nabila Radinantasya, Nomor Induk Mahasiswa 152180040, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan “Veteran” Yogyakarta. Judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen serta Dampaknya terhadap Loyalitas Merek (Studi Pada Konsumen Produk Sport Accessories dan Activewear Happyfit Indonesia)”. Pembimbing I Bapak Humam Santoso Utomo dan Pembimbing II Bapak Didik Indarwanta

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen serta Dampaknya terhadap Loyalitas Merek (Studi Pada Konsumen Produk Sport Accessories dan Activewear Happyfit Indonesia). Penelitian ini merupakan jenis penelitian *explanatory research*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen/pengguna produk *sport accessories* dan *activewear* merek Happy Fit melalui toko *online* Happy Fit minimal dua kali pembelian . Ukuran sampel penelitian ini adalah 69 orang. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *accidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial menggunakan SEM-PLS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Merek, variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Merek, variabel Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Merek, variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Merek melalui Kepuasan Konsumen, variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Merek melalui Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian, pada produk Sport Accessories dan Activewear Happyfit Indonesia perlu adanya perbaikan mengenai kualitas produk yang diberikan kepada konsumen agar konsumen lebih nyaman.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Konsumen, dan Loyalitas Merek

