

RINGKASAN

PERILAKU KONSUMEN: HARGA, KUALITAS PRODUK DAN LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SMARTPHONE XIAOMI DI JAWA BARAT

Kondisi pandemi COVID-19 berdampak pada pelaku industri elektronik (kompas.com), yang dapat berakibat pada merosotnya aktifitas perdagangan industri elektronik, khususnya seluler xiaomi. Dengan merosotnya penjualan perusahaan berdampak pada pendapatan perusahaan. Tidak hanya merk xiaomi tetapi banyak perusahaan yang terkena dampak dari kondisi COVID-19 ini. Banyak perusahaan yang terpaksa gulung tikar dikarenakan penjualan yang sangat jauh menurun. Masalah ini terjadi dikarenakan permintaan akan produk seluler melemah atau lesu. Dengan kondisi seperti ini maka perusahaan dituntut harus mampu menentukan strategi pemasaran yang tepat agar penjualan kembali seperti sebelum kondisi pandemi COVID-19. Salah satu strategi yang sering dipilih oleh perusahaan untuk dapat lebih unggul dalam persaingan industri seluler adalah melalui strategi harga dan kualitas produk agar dapat menciptakan kepuasan pelanggan sehingga konsumen merasa loyal terhadap merek tersebut. Untuk itu, diperlukan adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden tentang Harga, Kualitas Produk, Loyalitas konsumen melalui Kepuasan Konsumen pada produk seluler bermerk xiaomi. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif dan verikatif, sedangkan data untuk mendukung penelitian ini adalah data sekunder dan data primer. Populasi penelitian ini adalah pengguna seluler di Jawa Barat dengan mengambil sampel yang representatif. Sedangkan alat analisis yang digunakan adalah Analisis Hirarki Regresi. Adapun teknik sampling yang digunakan adalah *Accidental Sampling* atau sampel acak. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Harga, Kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen melalui kepuasan konsumen. Untuk itu disarankan kepada perusahaan untuk memperhatikan harga dan kualitas agar konsumen merasa puas dan akhirnya mereka loyal terhadap merek atau perusahaan tersebut.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen