

ABSTRAK

Sebagai marketplace terbesar di Indonesia, Shopee memanfaatkan aplikasi mobile dan situs webnya untuk menyediakan kemudahan transaksi jual beli. Geoff Max merupakan salah satu merk fashion lokal yang memanfaatkan Shopee sebagai marketplace untuk menjual produknya. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif (descriptive research) dan metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan dengan cara pembagian kuesioner kepada 100 sampel yaitu pembeli Geoff Max pada e-commerce Shopee di Kota Bandung. Analisis data yang digunakan diantaranya uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, analisis koefisiensi determinasi dan uji hipotesis. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS Statistics 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk lebih berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, dibandingkan variabel Harga. Sedangkan hasil simultan harga dan kualitas produk secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang lebih besar terhadap kepuasan konsumen dibandingkan dengan hasil secara parsial.

Kata kunci : *Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Marketpalce*

ABSTRACT

As the largest marketplace in Indonesia, Shopee utilizes its mobile application and website to facilitate seamless buying and selling transactions. Geoff Max is a local fashion brand that leverages Shopee as a marketplace to showcase and sell its products. This research aims to investigate the influence of product price and quality on consumer satisfaction. The research design employed is descriptive research, with a quantitative approach. Data were collected through the distribution of questionnaires to 100 samples, specifically buyers of Geoff Max products on the Shopee e-commerce platform in Bandung City. Data analysis used includes validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination analysis and hypothesis test. Data analysis was conducted using IBM SPSS Statistics 26. The findings indicate that, individually, the product quality variable has a more significant impact on consumer satisfaction compared to the price variable. Meanwhile, the combined results reveal that both price and product quality collectively have a more substantial influence on consumer satisfaction than their individual impacts.

Keywords : *Price, Product Quality, Consumer Satisfaction, Marketplace*