

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meng-identifikasi dan menganalisa pengaruh kualitas produk fashion terhadap kepuasan konsumen di toko rahmat jaya yang terletak di pasar mangga dua Bandar Lampung.

Seiring dengan berkembang nya industry fashion kualitas produk menjadi aspek krusial dalam mempengaruhi kepuasan konsumen dan memotivasi pembelian ulang penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survey untuk mengumpulkan data yang relevan.

Kuisisioner yang dirancang khusus mengukur dimensi kualitas produk seperti desain, bahan dan daya tahan produk serta dampaknya terhadap kepuasan konsumen. Skala likkert digunakan untuk mengevaluasi tingkat kepuasan dan persepsi konsumen terhadap produk.

Sampel penelitian terdiri dari 50 responden konsumen yang dipilih secara acak dari pelanggan toko Rahmat Jaya, data dikumpulkan melalui penyebaran angket. Analisa data dilakukan menggunakan regresi linier untuk menentukan hubungan antara variable kualitas dengan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini memberikan masukan kepada pemilik toko Rahmat Jaya untuk merumuskan strategi peningkatan kualitas produk guna memenuhi ekspektasi konsumen terhadap produk yang di beli nya

Implikasi dari penelitian ini menyarankan agar toko Rahmat Jaya dapat fokus pada aspek desain dan pemilihan bahan yang berkualitas tinggi serta mengembangkan kebijakan yang dapat meningkatkan daya tahan produk sehingga kepuasan konsumen dapat terpenuhi dan pada saat kepuasan konsumen terpenuhi akan berdampak pada tinggi nya angka penjualan produk di

toko Rahmat Jaya dan muara nya akan meningkatkan kesejahteraan dan dapat mengembangkan
 toko Rahmat Jaya

ABSTRACT

This research aims to identify and analyze the influence of fashion product quality on consumer satisfaction at the Rahmat Jaya store located in the Mangga Dua market in Bandar Lampung.

As the fashion industry develops, product quality has become a crucial aspect in influencing consumer satisfaction and motivating repeat purchases. This research uses quantitative methods with a survey approach to collect relevant data.

Specially designed questionnaires measure product quality dimensions such as design, materials and product durability as well as their impact on consumer satisfaction. The Linkert scale is used to evaluate the level of consumer satisfaction and perception of the product.

The research sample consisted of 50 consumer respondents who were randomly selected from Rahmat Jaya store customers, data was collected through distributing questionnaires. Data analysis was carried out using linear regression to determine the relationship between quality variables and consumer satisfaction.

The results of this research provide input to the Rahmat Jaya shop owner to formulate a strategy to improve product quality to meet consumer expectations for the products they buy.

The implications of this research suggest that Rahmat Jaya stores can focus on aspects of design and selection of high quality materials and develop policies that can increase product durability so that consumer satisfaction can be met and when consumer satisfaction is met it will have an impact on high product sales figures in the store. Rahmat Jaya and its estuaries will improve welfare and can develop Rahmat Jaya stores

