

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi adanya tingkat persaingan yang tinggi pada dunia fashion yang terutama pada kebaya. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran yang tepat agar perusahaan mampu bertahan dan bersaing dengan harapan meningkatkan penjualan dengan tingginya minat beli masyarakat yang meliputi kualitas produk dan harga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*. Populasi penelitian ini adalah pelanggan yang membeli produk kebaya Indah Bordir diwilayah Sidoarjo. Pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *accidental sampling*, jumlah responden sebanyak 40 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi dan metode kuesioner. Analisis data menggunakan *Path Analyse* dengan program SPSS versi 25, dimana variabel yang digunakan meliputi kualitas produk, harga, minat beli dan kepuasan pelanggan. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli melalui kepuasan pelanggan nilai koefisien berpengaruh tidak langsung lebih kecil dibandingkan nilai koefisien langsung  $p_{YX1}$  ( $0,063226 < 0,2040$ ), harga berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli melalui kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien berpengaruh tidak langsung lebih kecil dibandingkan nilai koefisien langsung  $p_{YX2}$  ( $0,093324 < 0,519$ ). Simpulan dari penelitian ini terbukti bahwa kepuasan pelanggan tidak memiliki peran sebagai variabel *intervening* antara kualitas produk dan harga terhadap minat beli. Saran bagi perusahaan adalah perusahaan harus meningkatkan kualitas produk dan menyesuaikan harga yang sesuai.

**Kata Kunci :** Kualitas Produk, Harga, Minat Beli, Kepuasan Pelanggan

## **ABSTRACT**

*This research is motivated by the high level of competition in the fashion world, especially in kebaya. Therefore, the right marketing strategy is needed so that the company is able to survive and compete with the hope of increasing sales with high public buying interest which includes product quality and price. This study aims to determine the effect of product quality and price on buying interest with customer satisfaction as an intervening variable. The population of this research is customers who buy kebaya Indah Embroidery products in the Sidoarjo region. Sampling using accidental sampling technique, the number of respondents was 40 respondents. Data collection methods used are the method of observation and questionnaire methods. Data analysis using Path Analyze with SPSS version 25, where the variables used include product quality, price, buying interest and customer satisfaction. These results indicate that product quality has no significant effect on buying interest through customer satisfaction. The coefficient value of indirect effect is smaller than the value of the direct coefficient  $p_{YX1}$  ( $0.063226 < 0.2040$ ). Price does not have a significant effect on buying interest through customer satisfaction with coefficient the indirect effect is smaller than the direct coefficient value  $p_{YX2}$  ( $0.093324 < 0.519$ ). The conclusion from this study is proven that customer satisfaction does not have a role as an intervening variable between product quality and price on buying interest. The suggestion for companies is that companies should improve product quality and adjust prices accordingly.*

**Keywords:** *Product Quality, Price, Purchase Interest, Customer Satisfaction*