

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pada produk fashion lokal di Kota Pekalongan. Latar belakang penelitian ini didasari oleh fenomena menurunnya daya beli masyarakat serta meningkatnya persaingan produk fashion, baik dari merek nasional maupun internasional. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori. Sampel penelitian sebanyak 125 responden ditentukan melalui metode purposive sampling, yaitu konsumen yang pernah membeli produk fashion lokal minimal dua kali dalam enam bulan terakhir. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2), dan citra merek (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Secara simultan, ketiga variabel independen tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 58,4%. Di antara ketiga variabel tersebut, citra merek memiliki pengaruh paling dominan. Temuan ini memberikan implikasi bahwa pelaku usaha fashion lokal di Kota Pekalongan perlu fokus pada peningkatan kualitas, strategi penetapan harga yang kompetitif, serta penguatan brand image untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.

Kata Kunci: kualitas produk, harga, citra merek, kepuasan konsumen, fashion lokal