

RINGKASAN

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin ketatnya persaingan pada industri batik, pasca merebaknya isu ekonomi kreatif yang ditandai dengan menjamurnya industri sejenis serta substitusinya, baik di pasar lokal maupun di pasar internasional. Persaingan yang ketat telah menawarkan banyak pilihan bagi konsumen untuk menentukan produk terbaik yang akan digunakannya. Faktor penting yang mendasari perilaku konsumen dalam memilih produk antara lain terletak pada atribut produk, harga produk dan layanan konsumen. Atas dasar penilaian positif pada atribut produk, harga produk dan kualitas layanan, konsumen bersedia menjatuhkan pilihan dengan harapan memperoleh kepuasan dari penggunaan produk tersebut. Tingginya tingkat kepuasan konsumen akan berdampak pada keinginan konsumen untuk melakukan pembelian kembali hingga menjadi konsumen yang loyal.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut maka dirumuskan pertanyaan-pertanyaan penelitian : 1) Apakah terdapat pengaruh positif atribut produk terhadap kepuasan konsumen? 2) Apakah terdapat pengaruh positif harga terhadap kepuasan konsumen? 3) Apakah terdapat pengaruh positif kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen? 4) Apakah terdapat pengaruh positif kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian ulang?. Hipotesis yang diajukan terdiri dari : 1) Atribut produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, 2) Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, 3) Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, 4) Kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian ulang

Penelitian ini dilakukan dengan metode eksplanatoris yang bersifat asosiatif pada Gallery Batik Deden yang merupakan salah satu *icon* batik di kota Tasikmalaya. Populasi dalam penelitian ini seluruh konsumen, sedangkan pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive* sampling. Jumlah konsumen yang dijadikan anggota sampel sebanyak 110 orang . Data dikumpulkan melalui kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis jalur.

Hasil analisis deskriptif memperlihatkan tanggapan konsumen terhadap atribut produk, harga dan kepuasan konsumen rata-rata sedang, sementara terhadap kualitas layanan dan keputusan pembelian ulang rata-rata tinggi. Metode analisis jalur menghasilkan atribut produk berpengaruh positif sebesar 26,4% terhadap kepuasan konsumen, di mana 8,9% merupakan pengaruh langsung, 8,2% melalui harga dan 9,3% melalui kualitas layanan. Harga berpengaruh positif sebesar 31,5% terhadap kepuasan konsumen, di mana 14,2% merupakan pengaruh langsung, 8,2% melalui atribut produk dan 9,1% melalui kualitas layanan. Kualitas layanan berpengaruh positif sebesar 29,1% terhadap kepuasan konsumen, di mana 10,1% merupakan pengaruh langsung, 9,3% melalui atribut produk dan 9,1% melalui harga. Selanjutnya kepuasan konsumen berpengaruh positif sebesar 82,6% terhadap keputusan pembelian ulang, yang seluruhnya merupakan pengaruh langsung.

Kata Kunci : atribut produk, harga, kualitas layanan, kepuasan konsumen, keputusan pembelian ulang, analisis jalur

SUMMARY

This research is motivated by the increasing competition on the batik industry, after the outbreak of the issue of creative economy that is characterized by the proliferation of similar industries and substitutes, both locally and in international markets. The intense competition has offered a lot of options for consumers to determine the best product that will be used. Important factors that underlie the behavior of consumers in selecting products, among others, lies on product attributes, product pricing and customer service. On the basis of a positive assessment on product attributes, product prices and service quality, consumers are willing to make choices in the hope of obtaining satisfaction from the use of such products. The high level of customer satisfaction will have an impact on consumers' willingness to buy back up to be a loyal customer.

Based on the background of the problems it is formulated research questions: 1) Is there a positive effect of product attributes on customer satisfaction? 2) Is there a positive effect of price on consumer satisfaction? 3) Is there a positive effect of service quality on customer satisfaction? 4) Is there a positive influence customer satisfaction with the purchase decision ?. The hypothesis proposed consist of: 1) Product attributes positive effect on customer satisfaction, 2) Prices positive effect on customer satisfaction, 3) quality of service is a positive effect on customer satisfaction, 4) Consumer satisfaction has positive influence on the purchase decision.

This research was conducted with explanatory method that is associative on Batik Gallery Deden which is one of the icons of batik in the city of Tasikmalaya. The population in this study all consumers, while the sampling is done by purposive sampling method. The number of consumers who used a sample of 110 members. Data were collected through questionnaires. The analytical method used is descriptive analysis and path analysis.

Descriptive analysis showed consumer responses to product attributes, price and average customer satisfaction being, while the quality of service and the purchase decisions of average height. Path analysis method to produce the product attributes by 26.4% positive effect on customer satisfaction, in which 8.9% is a direct effect, 8.2% and 9.3% through price through the quality of service. Price of 31.5% positive effect on customer satisfaction, in which 14.2% is a direct effect, 8.2% through product attributes and 9.1% through the quality of service. The quality of services by 29.1% positive effect on customer satisfaction, in which 10.1% is a direct effect, 9.3% through product attributes and 9.1% over the price. Furthermore, customer satisfaction has positive influence for 82.6% of the purchase decision, which is entirely a direct influence.

Keywords: product attributes, price, service quality, customer satisfaction, repeat purchase decisions, path analysis.