

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Pakaian Thrifting Di Toko Mohot Sruny Lumajang. Populasi yang digunakan penelitian ini ialah pelanggan toko mohot sruny Jl.Raya klakah, Kecamatan klakah berjumlah 250 orang. Jumlah sampel yang layak digunakan dalam penelitian ini adalah antara 30 sampai dengan 200. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik nonprobability sampling dengan metode *Accidental sampling* pengambilan sampling secara kebetula metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan observasi dan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pembelian Pakaian *Thrifting* di Toko Mohot Sruny Lumajang. Secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pembelian Pakaian *Thrifting* di Toko Mohot Sruny Lumajang. Secara parsial brand image berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pembelian Pakaian *Thrifting* di Toko Mohot Sruny Lumajang. Secara simultan marketing mix yang terdiri dari kualitas produk, harga, dan brand image berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pembelian Pakaian *Thrifting* di Toko Mohot Sruny Lumajang.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Brand Image , dan Kepuasan Konsumen



## ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine the effect of product quality, price and brand image on consumer satisfaction for thrifting clothing at the Mohot Sruny Lumajang store. The population used in this study were customers of the Mohot Sruny shop on Jl. Raya klakah, klakah sub-district totaling 250 people. The number of samples that are suitable for use in this study are between 30 and 200. The sampling technique in this study used a non-probability sampling technique with the Accidental sampling method. Coincidentally, the data collection methods used in this study used observation and questionnaires. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. The results in this study indicate that partially product quality has a significant effect on consumer satisfaction purchasing Thrifting Clothing at the Mohot Sruny Lumajang Store. Partially the price has a significant effect on consumer satisfaction purchasing Thrifting Clothing at the Mohot Sruny Lumajang Store. Partially brand image has a significant effect on consumer satisfaction purchasing Thrifting Clothing at the Mohot Sruny Lumajang Store. Simultaneously the marketing mix which consists of product quality, price, and brand image has a significant effect on consumer satisfaction purchasing Thrifting Clothing at the Mohot Sruny Lumajang Store.*

*Keywords: Product Quality, Price, Brand Image, and Consumer Satisfaction*

