

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan sebagai pengetahuan untuk menganalisis pengaruh strategi penetapan harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada produk UMKM Morang Moreng Snack di Kecamatan Taman. Populasi yang digunakan pada penelitian adalah seluruh konsumen Morang Moreng Sanck di Kecamatan Taman. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 104 responden dengan menggunakan teknik *non probability sampling* metode *purposive sampling* dengan kriteria tertentu. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner setelah itu dianalisis menggunakan pengujian regresi linier berganda. Berdasarkan pengujian uji t menunjukkan bahwa secara parsial variabel strategi penetapan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji f secara simultan variabel strategi penetapan harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Kata kunci:** strategi penetapan harga, kualitas produk dan kepuasan konsumen

## **ABSTRACT**

*This research aims as a knowledge to analyze the influence of price setting strategy and product quality on consumer satisfaction on UMKM Morang Moreng Snack products in Taman District. The population used in the research is all Morang Moreng Sanck consumers in Taman District. The sample that was taken in this research was 104 respondents by using non probability sampling technique, purposive sampling method with certain criteria. Data collection techniques using questionnaires were then analyzed using multiple linear regression testing. Based on the t test, it shows that partially the pricing strategy variable has a significant effect on consumer satisfaction and product quality partially has a significant effect on consumer satisfaction. The results of the f test simultaneously variable pricing strategy and product quality have a significant effect on consumer satisfaction..*

**Keyword:** *pricing strategy, product quality and customer satisfaction*