

ABSTRAK

Dalam dunia bisnis kosmetik, untuk menjangkau konsumen perlu memperhatikan pemasaran produk dalam segi harga, dan kualitas, agar dapat memenuhi kepuasan konsumen. Ada 3 perusahaan kosmetik yaitu The Body Shop, L'Occitane dan Mustika Ratu yang mengusung konsep *green product*, yaitu produk ramah lingkungan, yang diharapkan bisa memberi dampak positif kepada kepuasan pelanggan, dan berpengaruh kuat terhadap *affordability price* dan *product quality*.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana pengaruh keterjangkauan harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada industri yang berbasis *green product*.

Populasi penelitian ini adalah konsumen yang memakai produk The Body Shop, L'Occitane dan Mustika Ratu di Bandung tidak diketahui jumlahnya. Pengambilan *sample* dengan cara nonprobabilitas dengan menggunakan rumus Bernouli, sehingga diperoleh 400 *sample*. Metode analisis data yang digunakan adalah metode SEM (*Structural Equation Model*).

Penelitian ini menghasilkan keterjangkauan harga dan kualitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kosmetik *green product*. Secara parsial keterjangkauan harga lebih dominan mempengaruhi kepuasan sebesar 12,63 daripada kualitas sebesar 3,01%. Berdasarkan indikator lainnya model cukup fit. Secara parsial, terdapat pengaruh keterjangkauan harga dan kualitas terhadap kepuasan pelanggan. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan maka perlu memperhatikan konsistensi pemberian harga terjangkau kepada pelanggan dan memperhatikan kualitas produk yang telah baik yang telah menggunakan kosmetik *green product*.

Kata Kunci : *Affordability Price, Product Quality, Kepuasan Pelanggan*