**ABSTRAK**

Anton / 28150211 / 2019 / Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Xiaomi di Jakarta Utara / Ibu Lily Harjati, Ir., M.M.

Pertumbuhan teknologi yang begitu tinggi telah menyebabkan kondisi pasar semakin dinamis, persaingan diantara produsen-produsen alat teknologi dan komunikasi, khususnya pada industri *smartphone* semakin meningkat,dimana fenomena memperebutkan pangsa pasar *smartphone* telah terjadi di seluruh dunia termasuk di Indonesia. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Xiaomi di Jakarta Utara.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori-teori untuk lebih memahami pengertian dan konsep yang berhubungan dengan pembahasan skripsi ini. Teori-teori tersebut meliputi: Teori Diferensiasi Produk, Harga dan Kepuasan Pelanggan. Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Diferensiasi Produk dan Harga sedangkan Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dalam bentuk *google form.* Objek dari penelitian ini adalah merek *smartphone* Xiaomi. Sedangkan subjek penelitian ini adalah konsumen pengguna Xiaomi.Prosedur pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dan menggunakan metode *judgment sampling*, dimana pengambilan sampel sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan oleh penulis yang menjadi faktor pertimbangan, yaitu responden yang pernah menggunakan Xiaomi. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan regresi linier berganda menggunakan SPSS 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel diferensiasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan harga memilki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa diferensiasi produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sesuai dengan penelitian terdahulu sedangkan harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penulis menyarankan agar Xiaomi dapat melakukan *research and development* agar dapat meningkatkan kualitas produk dalam spesifikasi dan daya tahan ponsel dalam bertahan di air, mempertahankan kualitas dan kinerja dari performa *smartphone* dan lebih gencar mensosialisasikan kemasyarakat tentang pengetahuan dari informasi Xiaomi.

Kata kunci: Diferensiasi Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan