**ABSTRAK**

Christopher Djarip / 26150169 / 2019 / Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Bakmi GM di Mall Of Indonesia Kelapa Gading Jakarta Utara / Lily Harjati., M.M.

Dewasa ini, pertumbuhan bisnis kuliner bakmi cukup tinggi. Persaingan dalam bisnis kulinerbakmi pun semakin ketat, sehingga masing-masing restoran harus dapat mempertahankan eksistensinya. Salah satu usaha yang dapat dilakukan adalah menciptakan strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen dengan berusaha memberikan kepuasan atas kebutuhan dan keinginan pelanggan. Salah satu restoran yang ikut bersaing adalah Bakmi GM yang memiliki salah satu cabang di Mall Of Indonesia Kelapa Gading.

Diferensiasi produk adalah suatu kegiatan dimana pelaku usaha mengembangkan suatu produk yang dimilikinya agar terlihat berbeda dengan produk pesaing, sedangkan harga adalah nilai tukar yang ditetapkan untuk mendapatkan barang atau jasa bagi seseorang atau sekelompok pada waktu dan tempat tertentu, dan kepuasan pelanggan adalah perasaan atau tanggapan pelanggan mengenai manfaat dan nilai dari suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh diferensiasi produk dan hargaterhadap kepuasan konsumen.

Penulis menyebarkan kuesioner sebanyak 100 sampel kepada konsumen produk Bakmi GM di Mall Of Indonesia Kelapa Gading Jakarta Utaradengan metode *non-probability sampling.* Data yang terkumpul kemudian diolah dan dianalisis menggunakan program aplikasi IBMM SPSS 20.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung berusia antara 21-25 tahun. Diferensiasi produk dan harga yang dilakukan Bakmi GM sudah cukup baik dan bisa memenuhi keinginan pelanggan sehingga konsumen merasa puas.

Kesimpulan dari penelitian ini membuktikan bahwa harga dan diferensiasi produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Restoran Bakmi GM di Mall Of Indonesia Kelapa Gading Jakarta Utara. Hasil lain menunjukkan bahwakarena konsumen merasa puas, maka mereka lebih memilih restoran Bakmi GM dibanding pesaing lainnya*.*

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan