**ABSTRAK**

Lidya Eka Putri / 21150043 / 2019 / Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Samsung di Wilayah Kelapa Gading Jakarta Utara / Dr. Drs. Tony Sitinjak, M.M.

Saat ini pengguna *smartphone* di Indonesia terus meningkat. Sebuah lembaga riset menyebutkan bahwa Indonesia berada di peringkat kelima daftar pengguna *smartphone* terbesar di dunia. Meningkatnya penjualan *smartphone* Samsung dari tahun 2009 sampai dengan 2013 tentunya akan membuat produsen ini akan mempertahankan dan meningkatkan penjualan pada tahun berikutnya.

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

Pengambilan sampel dalam penelitian ini sebanyak 120 responden yang dilakukan dengan menyebarkan kuisioner dalam bentuk *google form*. Objek dari penelitian ini adalah responden pengguna *smartphone* Samsung di Wilayah Kelapa Gading. Sedangkan yang akan menjadi sampel pada penelitian ini adalah konsumen pengguna Samsung. Prosedur sampel menggunakan *nonprobability sampling* dan menggunakan metode *judgement sampling*, dimana pengambilan sampel sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan oleh penulis yang menjadi faktor pertimbangannya yaitu responden yang menggunakan *smartphone* Samsung di Wilayah Kelapa Gading. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan regresi linier berganda menggunakan SPSS 20.0.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa variabel hargamemiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan*.*

Kesimpulan dari penelitian ini adalah harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggansedangkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penulis menyarankan agar Samsung dapat terus meningkatkan kualitas produknya sehingga semakin banyak orang yang tertarik akan *smartphone* Samsung dan membeli produknya dan Samsung dapat terus melakukan persaingan harga dengan merek *smartphone* lain sehingga bisa menjaga eksistensi di dalam persaingan pasar *smartphone*.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan