**ABSTRAK**

Ruland Carrol Wullur / 26150482 / 2019 / Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Richeese Factory Kelapa Gading, Jakarta Utara. Pembimbing: Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.

Makanan merupakan kebutuhan yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Tanpa makanan, manusia tidak dapat bertahan hidup. Industri makanan khususnya di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat. Richeese Factory adalah sebuah jaringan rumah makan siap saji asal Indonesia dengan menu utama ayam goring dan keju yang dimiliki oleh PT Richeese Kuliner Indonesia, anak usaha Kaldu Sari Nabati. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Richeese Factory Kelapa Gading, Jakarta Utara.

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah definisi dari Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu Variabel Independen dan Variabel Dependen. Variabel Independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk. Sedangkan Variabel Dependen yang digunakan adalah Kepuasan Konsumen.

Objek penelitian ini adalah Richeese Factory Kelapa Gading, Jakarta Utara. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode komunikasi dan penarikan sampel menggunakan nonprobability sampling dengan teknik judgemental sampling. Oleh karena itu kuesioner online disebar melalui media Google Docs sebanyak 150 responden yang pernah mengkonsumsi Richeese Factory. Prosedur yang dugunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah Uji Validitas dan Uji Reabilitas, Analisi Deskriptif, Uji Asumsi Klasik dan Analisi Regresi Berganda. Uji tersebut menggunakan aplikasi SPSS 22

Hasil penelitian menunjukan bahwa Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah semua variabel hipotesis yang ada telah terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.