**ABSTRAK**

Penelitian ini berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Paket Pos Express terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Kurir di Kantor Pos Cimahi 40500. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga paket pos express terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun simultan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Studi Lapangan dan Studi Kepustakaan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sample 100 responden pelanggan yang berasal dari jumlah rata-rata pelanggan per bulan,Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda,korelasi ganda dan koefisien determinasi dan uji hipotesis

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 11,9% sedangkan pengaruh variabel harga terhadap kepuasan pelanggan sebesar 44,7% dan secara simultan variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 56,6%

Kata kunci: Kualitas Pelayanan,Harga,Kepuasan Pelanggan

***ABSTRACT***

*This research is titled Influence of Service Quality and Express Package Price Package to Customer Satisfaction of Courier Service Users at Post Office Cimahi 40500. The purpose of this research is to know how big influence of service quality and price of post express package to customer satisfaction either partially or simultaneously. Data collection techniques used are Field Study and Library Studies. The research method used is descriptive and verifikatif with the number of samples of 100 customer respondents derived from the average number of customers per month, the method of data analysis used is multiple linear regression, multiple correlation and coefficient of determination and hypothesis testing*

*The results of this study indicate that the partial effect of service quality variables on customer satisfaction of 11.9% while the influence of price variables on customer satisfaction of 44.7% and simultaneously variable quality of service and price effect on customer satisfaction of 56.6%*

*Keywords: Quality of Service, Price, Customer Satisfaction*