

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan tingkat harga dapat berpengaruh pada kepuasan konsumen di Lega Paket Bandung baik secara parsial maupun secara simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel 97 responden atau konsumen yang datang dan melakukan pengiriman barang melalui Lega Paket Bandung. Pengujian instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah, kuesioner, observasi dan wawancara. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda, korelasi berganda, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan tingkat harga terhadap kepuasan konsumen. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan tingkat harga terhadap kepuasan konsumen secara simultan sebesar 68,9% dan sisanya 31,1% kepuasan konsumen di Lega Paket dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yaitu sebesar 45.3% dan pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen sebesar 23,6% sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan konsumen.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Tingkat Harga, Kepuasan Konsumen

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine how much influence the quality of service and price levels can affect customer satisfaction in Bandung Package Lega either partially or simultaneously. The research method used is descriptive and verification with a sample of 97 respondents or consumers who come and deliver goods through Bandung Package Relief. Testing research instruments using validity and reliability tests. Data collection techniques used were, questionnaire, observation and interview. The analytical method used is multiple regression analysis, multiple correlation, and the coefficient of determination.*

*The results showed that there was a positive and significant effect between service quality and price levels on consumer satisfaction. The magnitude of the effect of service quality and price levels on consumer satisfaction simultaneously at 68.9% and the remaining 31.1% of customer satisfaction at Lega Paket is influenced by other factors not examined. Partially the magnitude of the effect of service quality on customer satisfaction is 45.3% and the effect of prices on customer satisfaction is 23.6% so it can be concluded that service quality has the greatest influence on customer satisfaction.*

**Keywords:** *Service Quality, Price, Consumer Satisfaction*