**ABSTRAK**

Pada penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada PT. JNE *Express* Cabang Lubuk Pakam. Penelitian ini menggunakan sumber data yaitu data primer dan data sekunder metode pengambilan sampel ini menggunakan *probability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 160 responden. Metode analisis penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Uji asumsi klasik yang digunakan telah memenuhi kriteria yang ditentukan, uji T (uji secara parsial) menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen karena nilai thitung > nilai ttabel atau 6,666 > 1,975 dan nilai signifikan yang dihasilkan 0,000 < 0,05. maka hal ini berarti bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena nilai thitung > ttabel atau 4,608 > 1,975 dan nilai signifikansi yang dihasilkan 0,000 < 0,05. Maka hal ini berarti bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil Uji F (uji secara simultan) nilai Fhitung > nilai Ftabel atau 27.959 > 3,05 dan nilai signifikan yang dihasilkan 0,000 lebih kecil dari level of signifikan 0,05. Maka hal ini berarti bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

**Kata kunci** **:** Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen.

**ABSTRACT**

This study aims to examine the effect of price (X1) and service quality (X2) on consumer satisfaction (Y) at PT. JNE Express Lubuk Pakam Branch. This study uses data sources, namely primary data and secondary data. This sampling method uses probability sampling with a total sample of 160 respondents. The analysis method of this research uses multiple linear regression. The classical assumption test used has met the specified criteria, the T test (partial test) shows that the price variable has a significant effect on consumer satisfaction because the tcount > ttable value or 6,666 > 1,975 and the resulting significant value is 0.000 < 0.05. then this means that the price variable has a significant effect on consumer satisfaction. service quality has an effect on consumer satisfaction because the value of tcount > ttable or 4.608 > 1.975 and the resulting significance value is 0.000 <0.05. So this means that the service quality variable has a significant effect on customer satisfaction. From the results of the F test (simultaneous test) the value of Fcount > Ftable value or 27.959 > 3.05 and the resulting significant value of 0.000 is smaller than the level of significance of 0.05. So this means that the variables of price and service quality together have an effect on customer satisfaction.

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