

## ABSTRAK

Pemasaran adalah bagaimana dapat memenuhi atau memuaskan kebutuhan para konsumen melalui berbagai saluran distribusi tertentu melalui produk yang ditawarkan. Kualitas layanan dan harga adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Las Sahabat di Lumajang. Selanjutnya, untuk mengetahui variabel mana yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Las Sahabat di Lumajang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Data yang diperoleh dalam penelitian ini didapatkan dari pelanggan pada Bengkel Las Sahabat di Lumajang. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* yakni *accidental sampling* dengan jumlah responden sebanyak 56 responden. Data penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner yang dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian variabel kualitas layanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : Kualitas Layanan, Harga, Kepuasan Pelanggan.



## **ABSTRACT**

*Marketing is how to meet or satisfy the needs of consumers through certain distribution channels through the products offered. Service quality and price are one of the factors that can influence consumer purchasing decisions. This study aims to determine the effect of service quality and price on customer satisfaction at the Sahabat Las Bengkel in Lumajang. Furthermore, to find out which variables have the most influence on customer satisfaction at the Sahabat Las Bengkel in Lumajang. The method used in this study is a quantitative method. The data obtained in this study were obtained from customers at the Sahabat Welding Workshop in Lumajang. Determination of the sample in this study using non-probability sampling that is accidental sampling with the number of respondents as many as 56 respondents. The research data was obtained by distributing questionnaires which were analyzed using multiple linear regression analysis techniques. The test results in this study indicate that the price variable does not have a significant positive effect on customer satisfaction. Then the service quality variable has a significant positive effect on customer satisfaction.*

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

