

## ABSTRAK

Kepuasan pelanggan adalah salah satu penentu faktor berkembangnya sebuah perusahaan. Oleh karena itu tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah ada pengaruh pelayanan, harga, kualitas, merek terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Sarana Baja Perkasa. Metode penelitian adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi penelitian ini seluruh pengunjung PT. Sarana Baja Perkasa. Metode penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling*, yang memiliki jumlah sampel sebanyak 100 setelah disesuaikan dengan kriteria yang ditetapkan. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang kemudian dianalisis menggunakan aplikasi SPSS 24. Adapun teknik analisis data dengan melakukan pengujian asumsi klasik, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel pelayanan, harga, kualitas, dan merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial variabel pelayanan dan kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel harga dan merek tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan di PT Sarana Baja Perkasa. Adapun besaran pengaruh keseluruhan variabel independen terhadap kepuasan pelanggan sebesar 50,4 %.

**Kata kunci:** Pelayanan, harga, kualitas, merek. Kepuasan pelanggan

## ABSTRACT

*Customer satisfaction is one of the determinants of a company's growth. Therefore, the purpose of this research is to find out if there is an influence of service, price, quality, and brand on customer satisfaction at PT. Research methods are quantitative with descriptive approaches. The entire population of this research visitor, PT, The sample determination method in this study uses nonprobability sampling, which has a sample number of 100 after adjusting to the established criteria. Data is collected using a questionnaire, which is then analyzed using the SPSS 24 application. As for data analysis techniques, we perform classical assumption testing, determination coefficients, and hypothesis testing. The results of the research showed that simultaneously, service, price, quality, and brand variables influence customer satisfaction. As for the magnitude of the overall influence of the independent variable on customer satisfaction, it is 50.4%.*

**Keyword:** service, price, quality, brand