

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kondisi serta pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada klinik skincare JGlow di Kota Bandun. Populasi penelitian adalah pelanggan skincare JGlow dilakukan metode pemilihan sampel yaitu purposive sampling dan didapat 100 pelanggan yang sesuai dengan kriteria sampel. Pendekatan analisis menggunakan metode kuantitatif dianalisis secara deskriptif dan verifikatif menggunakan regresi linier berganda. Hasil pengujian hipotesis deskriptif kualitas produk masih dalam rata-rata yang kurang berkualitas yaitu sebesar 2,74, kualitas pelayanan memiliki rata-rata 2,85 yang artinya kurang berkualitas. Hasil pengujian hipotesis verifikatif secara simultan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan kualitas produk dan kualitas pelayanan sebesar 65,5% terhadap loyalitas pelanggan, dengan kontribusi yang paling besar yaitu kualitas pelayanan sebesar 35,8% dan kualitas produk sebesar 29,5%.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

This study was conducted to determine the condition and influence of Product Quality and Service Quality on Customer Loyalty at the JGlow skincare clinic in Bandung City. The study population was JGlow skincare customers, selected using a purposive sampling method, and 100 customers met the sample criteria. The analysis approach used descriptive quantitative analysis and verification using multiple linear regression. The results of the descriptive hypothesis testing showed an average score of 2.74 for product quality, while the average score for service quality was 2.85, indicating poor quality. The results of the simultaneous verification hypothesis testing showed a significant effect of 65.5% on customer loyalty, with service quality contributing the most at 35.8% and product quality at 29.5%.

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Customer Loyalty.*