

ABSTRAK

Jumlah transaksi layanan Jasaserviceac.id merupakan yang terendah dibandingkan keenam kompetitornya di Kota Bandung pada tahun 2025, sementara harga jasa yang ditawarkan relatif lebih tinggi dibandingkan beberapa perusahaan pesaing. Sejalan dengan permasalahan tersebut, loyalitas pelanggan Jasaserviceac.id berdasarkan hasil pra-survei berada pada kategori kurang baik. Masalah yang terlihat dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan yang diakibatkan oleh harga dan *service quality*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan *service quality* terhadap loyalitas pelanggan (survei pada pelanggan Jasaserviceac.id di Kota Bandung) secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 86 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, kuesioner dan observasi. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan harga dan *service quality* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 57,1%, secara parsial harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 32,2% dan *service quality* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 24,9%.

Kata Kunci: Harga, *Service Quality*, dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Jasaserviceac.id's service transaction volume was the lowest among its six competitors in Bandung City in 2025, while the service prices offered were relatively higher than several competing companies. In line with these issues, Jasaserviceac.id's customer loyalty, based on the pre-survey results, fell into the poor category. The problem identified in this study is customer loyalty as influenced by price and service quality. This study aims to determine the effect of price and service quality on customer loyalty (a survey of Jasaserviceac.id customers in Bandung City), both partially and simultaneously. This study uses descriptive and verificative methods with a sample size of 86 respondents. The data collection techniques used were interviews, questionnaires, and observation. The data analysis methods used were multiple linear regression analysis, coefficient of determination analysis, and hypothesis testing. The results show that price and service quality simultaneously affect customer loyalty by 57.1%, while price partially affects customer loyalty by 32.2% and service quality partially affects customer loyalty by 24.9%.

Keywords: *Price, Service Quality, and Customer Loyalty*