

## INTISARI

Penduduk Indonesia mayoritas beragama islam yang ingin berhaji. Saat ini Pemerintah Arab telah membatasi kuota haji dari Indonesia sehingga banyak orang memilih untuk umroh. Banyak orang menggunakan biro jasa travel umroh dan haji dengan mempertimbangkan kualitas pelayanan dan harga yang bersaing. Al Fajr Tour & Travel Solo merupakan salah satu biro jasa travel umroh dan haji plus yang menawarkan kualitas pelayanan yang baik dengan harga terjangkau. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengukur pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan di Al Fajr. Metode yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan pendekatan deskriptif terhadap 60 sampel dari 4 kloter secara acak. Hasil yang didapat menunjukkan bahwa hasil uji regresi berganda uji t enunjukkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,037 dan t hitung sebesar 2,130 sedangkan pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,000 dan t hitung 4,771. Nilai uji regresi berganda f tabel menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,000 dan f hitung sebesar 3,156. Sedangkan uji regresi berganda koefisien determinasi dengan *output* nilai *R square* sebesar 0,667 menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap loyalitas sebesar 66,7%. Dari hasil penelitian yang diperoleh untuk setiap variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Kedua variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Harga, Loyalitas Pelanggan

## **ABSTRACT**

The majority of Indonesian population is Muslim who want to make Hajj. Currently the Arab government has limited the quota for pilgrimage from Indonesia so many people choose to go for Umrah. Many people use the Umrah and Hajj travel service bureau by considering the quality of service and competitive prices. Al Fajr Tour & Travel Solo is one of the Umrah and Hajj plus travel service bureaus that offers good quality service at affordable prices. The purpose of this study was to determine and measure the effect of service quality and price on customer loyalty at Al Fajr. The method used is a quantitative analysis with a descriptive approach to 60 samples from 4 random groups. The results obtained indicate that the results of the multiple regression test t test show the effect of service quality on customer loyalty of 0.037 and t count of 2.130 while the effect of prices on customer loyalty of 0.000 and t count 4.771. The value of the multiple regression test f table shows the effect of service quality and price simultaneously on customer loyalty of 0,000 and f count of 3.156. While the multiple regression test of the coefficient of determination with an output R square of 0.667 shows the effect of service quality and price simultaneously on loyalty of 66.7%. From the research results obtained for each independent variable has an influence on the dependent variable. And both independent variables have a simultaneous influence on the dependent variable.

Keywords: Service Quality, Price, Customer Loyalty