

ABSTRAK

Loyalitas pelanggan merupakan suatu hal yang perlu didukung oleh faktor lain seperti kualitas pelayanan dan citra merek pada seluruh perusahaan. Begitupun halnya pada Eiger Bandung yang memerlukan peningkatan pada kualitas pelayanan dan citra mereknya untuk mendapatkan loyalitas dari pelanggannya karena banyaknya ulasan negatif mengenai kualitas pelayanan dan citra mereknya di media sosial yang mengakibatkan loyalitas pelanggannya kurang baik. Melihat hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan Eiger di Kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan analisis deskriptif, dengan teknik *non-probability sampling* dengan jumlah 300 responden yang kemudian dianalisis dengan melakukan uji regresi linier berganda. Kemudian untuk memudahkan peneliti dalam melakukan pengujian dan pengolahan data menggunakan *software* SPSS Ver 26.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan a. Kualitas pelayanan masuk ke dalam kategori sangat baik, citra merek masuk ke dalam kategori sangat baik, loyalitas pelanggan masuk ke dalam kategori baik. Kemudian dari hasil pengujian hipotesis tidak terdapat pengaruh langsung dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan secara parsial, dan terdapat pengaruh dari citra merek terhadap loyalitas pelanggan secara parsial. Sedangkan, secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan di Eiger Bandung.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Loyalitas Konsumen