

---

## PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN JASA PENYEDIAAN INTERNET DI BUMDES NEGLASARI KECAMATAN MAJALAYA KABUPATEN BANDUNG

Miftah Firdaus

Universitas Wanita Internasional

Deni Solihin

Universitas Wanita Internasional

Alamat: Jl. Pasir Kaliki No. 179 A, Kota Bandung, Jawa Barat

Korespondensi penulis: [themiftah.firdaus404@gmail.com](mailto:themiftah.firdaus404@gmail.com)

**Abstrak:** Perkembangan teknologi digital menjadikan internet sebagai kebutuhan dasar masyarakat, termasuk di wilayah pedesaan. Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) berperan strategis dalam penyediaan layanan internet guna mendukung pemerataan akses dan peningkatan kesejahteraan desa. Namun, BUMDes Neglasari Kecamatan Majalaya Kabupaten Bandung mengalami penurunan jumlah pelanggan jasa internet, yang mengindikasikan rendahnya loyalitas pelanggan di tengah persaingan dengan penyedia jasa sejenis. Penurunan tersebut diduga dipengaruhi oleh kualitas layanan dan harga yang dirasakan pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan jasa penyediaan internet di BUMDes Neglasari. Metode penelitian yang digunakan adalah metode eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebar kepada 89 responden yang merupakan pelanggan aktif selama 2 tahun. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji koefisien korelasi, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Harga juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, kualitas layanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil tersebut, perusahaan disarankan untuk meningkatkan aspek daya tanggap dan kesesuaian harga guna mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan pasar.

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

### 1. PENDAHULUAN

Di era percepatan digital, internet telah bertransformasi menjadi kebutuhan infrastruktur dasar yang vital, setara dengan listrik dan air bersih. Perannya sangat penting dalam mendukung berbagai aktivitas seperti perdagangan elektronik, pendidikan, dan administrasi pemerintahan. Data APJII (2025) menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai sekitar 229 juta orang dengan tingkat penetrasi 80,66% dari total populasi. Tingginya penetrasi ini menciptakan peluang pasar yang besar sekaligus meningkatkan persaingan antar penyedia jasa internet, baik skala nasional maupun lokal.

Transformasi digital juga menjangkau wilayah pedesaan melalui berbagai program seperti Desa Digital di Jawa Barat, yang bertujuan mengatasi kesenjangan akses internet.

Dalam konteks ini, BUMDes berperan strategis sebagai operator lokal yang menyediakan dan mengelola layanan internet bagi masyarakat. Namun, pengelolaan BUMDes masih menghadapi berbagai tantangan, terutama terkait profesionalitas manajemen dan keberlanjutan usaha. Di Kabupaten Bandung, hanya sekitar 5% BUMDes yang tergolong sehat, sehingga diperlukan strategi yang tepat agar unit usaha, khususnya di bidang jasa internet, dapat berkembang dan berdaya saing.

Di Kecamatan Majalaya, terdapat dua BUMDes yang bergerak di bidang penyediaan jasa internet, yaitu BUMDes Wangisagara dan BUMDes Neglasari. Data menunjukkan adanya perbedaan kinerja yang signifikan, di mana BUMDes Wangisagara mengalami peningkatan jumlah pelanggan, sedangkan BUMDes Neglasari justru mengalami penurunan. Kondisi ini mengindikasikan adanya permasalahan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Hasil pra-survei menunjukkan bahwa kualitas layanan, khususnya pada aspek responsivitas dan empati, masih dinilai rendah oleh pelanggan. Selain itu, harga layanan juga dianggap kurang kompetitif dan kurang terjangkau, yang berdampak pada rendahnya tingkat loyalitas pelanggan, baik dari segi retensi maupun rekomendasi.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini berfokus pada analisis pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada BUMDes Neglasari. Permasalahan utama yang diangkat adalah belum diketahui secara pasti seberapa besar kontribusi kedua variabel tersebut, baik secara parsial maupun simultan, dalam memengaruhi loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji dan membuktikan secara empiris hubungan antara kualitas layanan, harga, dan loyalitas pelanggan, sekaligus memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi pengembangan strategi pemasaran pada unit usaha BUMDes.

## **2. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan serta pengaruh antara variabel independen, yaitu kualitas layanan (X1) dan harga (X2), terhadap variabel dependen, yaitu loyalitas pelanggan (Y). Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini mengandalkan data numerik dan analisis statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan berdasarkan teori. Penelitian ini bersifat deduktif, di mana teori yang ada diuji melalui pengumpulan data empiris di lapangan.

Subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan aktif BUMDes Neglasari yang telah berlangganan selama minimal dua tahun, sedangkan objek penelitian meliputi variabel kualitas layanan, harga, dan loyalitas pelanggan. Populasi penelitian berjumlah 115 pelanggan, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling

berdasarkan kriteria tertentu. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga diperoleh sebanyak 89 responden yang dianggap representatif untuk penelitian ini.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui beberapa metode, yaitu kuesioner, observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Kuesioner menjadi instrumen utama dengan menggunakan skala Likert 1–5 untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel penelitian. Selain itu, data yang digunakan terdiri dari data primer yang diperoleh langsung dari responden serta data sekunder yang berasal dari literatur, jurnal, dan dokumen pendukung. Sebelum digunakan, instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan keakuratan dan konsistensi data.

Teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis deskriptif dan verifikatif. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik dan tanggapan responden, sedangkan analisis verifikatif digunakan untuk menguji hipotesis melalui uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, serta uji t dan uji F. Seluruh proses analisis dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan secara parsial maupun simultan.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan jasa internet BUMDes Neglasari di Kecamatan Majalaya, Kabupaten Bandung, dengan jumlah responden sebanyak 89 orang dari total populasi 115 pelanggan aktif. Responden didominasi oleh kelompok usia produktif, khususnya rentang usia 40–49 tahun, serta mayoritas berjenis kelamin laki-laki. Dari sisi pendidikan, sebagian besar responden merupakan lulusan SMA, sedangkan dari segi pekerjaan didominasi oleh buruh harian lepas dan ibu rumah tangga. Karakteristik ini menunjukkan bahwa pelanggan BUMDes Neglasari berasal dari kalangan masyarakat menengah ke bawah yang sangat mempertimbangkan aspek kebutuhan dasar dan efisiensi biaya dalam penggunaan layanan internet.

Secara umum, hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variabel penelitian berada pada kategori tinggi, baik untuk kualitas layanan, harga, maupun loyalitas pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa layanan internet yang diberikan oleh BUMDes Neglasari sudah cukup baik dan diterima oleh masyarakat. Namun demikian, masih terdapat beberapa indikator dengan nilai relatif lebih rendah yang menunjukkan adanya ruang perbaikan, khususnya pada aspek teknis layanan dan persepsi harga.

### **3.2 Hasil Analisis Bauran Pemasaran (7P)**

Jika ditinjau dari perspektif bauran pemasaran jasa (7P), penelitian ini secara implisit menyoroti beberapa elemen penting, terutama pada aspek product (layanan internet), price (harga), dan people (karyawan/petugas layanan). Kualitas layanan sebagai representasi dari product dan people menunjukkan hasil yang baik, terutama pada aspek responsivitas dan kemampuan teknis petugas. Selain itu, aspek process juga terlihat dari kemudahan pelayanan dan penanganan gangguan yang dinilai cukup memuaskan oleh pelanggan.

Sementara itu, aspek price menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi loyalitas pelanggan. Harga yang kompetitif, transparan, dan sesuai dengan manfaat yang diterima menjadi pertimbangan utama pelanggan dalam mempertahankan penggunaan layanan. Elemen lain seperti physical evidence (bukti fisik) dan place (akses layanan) juga mendukung pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Dengan demikian, keberhasilan BUMDes Neglasari dalam mempertahankan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh kualitas layanan, tetapi juga oleh strategi bauran pemasaran yang terintegrasi.

### **3.3 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan**

- 1) Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t$  hitung sebesar 2,622 yang lebih besar dari  $t$  tabel 1,988 serta tingkat signifikansi 0,010 yang lebih kecil dari 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas pelanggan terhadap BUMDes Neglasari.

- 2) Kualitas layanan yang baik tercermin dari kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan yang responsif, ramah, dan dapat diandalkan, serta kemudahan dalam menangani keluhan pelanggan. Kondisi ini menciptakan kepuasan dan kepercayaan pelanggan, yang pada akhirnya mendorong mereka untuk tetap menggunakan layanan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan secara berkelanjutan menjadi strategi penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

### **3.4 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan sangat signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan nilai t hitung sebesar 6,926 yang jauh lebih besar dari t tabel 1,988 serta tingkat signifikansi kurang dari 0,001. Hal ini menunjukkan bahwa harga merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi loyalitas pelanggan di BUMDes Neglasari.

Harga yang terjangkau, kompetitif, dan sesuai dengan kualitas layanan yang diterima membuat pelanggan merasa mendapatkan nilai yang sepadan. Selain itu, transparansi biaya dan kestabilan harga juga meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap BUMDes. Dengan demikian, strategi penetapan harga yang tepat menjadi kunci utama dalam meningkatkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan, terutama pada segmen masyarakat yang sensitif terhadap harga.

### **3.5 Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan (Simultan)**

Secara simultan, kualitas layanan dan harga terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan nilai F hitung sebesar 112,8 yang jauh lebih besar dari F tabel 3,10 serta tingkat signifikansi  $< 0,001$ . Selain itu, nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,724 menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut mampu menjelaskan 72,4% variasi loyalitas pelanggan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Temuan ini menegaskan bahwa loyalitas pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, melainkan kombinasi antara kualitas layanan dan harga. Namun, dalam konteks penelitian ini, harga memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan kualitas layanan. Oleh karena itu, BUMDes Neglasari perlu mengoptimalkan kedua aspek tersebut secara bersamaan agar dapat meningkatkan daya saing dan mempertahankan pelanggan secara berkelanjutan.

### **3.6 Pembahasan Hasil Penelitian**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum kondisi loyalitas pelanggan, kualitas layanan, dan harga pada BUMDes Neglasari berada dalam kategori tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa pelanggan telah memiliki persepsi yang cukup baik terhadap layanan internet yang diberikan. Namun demikian, masih terdapat beberapa indikator dengan nilai relatif lebih rendah, yang menunjukkan adanya celah perbaikan terutama pada aspek responsivitas layanan dan persepsi keterjangkauan harga. Kondisi ini menjadi penting karena dalam konteks persaingan jasa internet, persepsi pelanggan sangat menentukan keberlangsungan usaha.

Secara parsial, kualitas layanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang dirasakan pelanggan, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas mereka. Aspek seperti kecepatan penanganan gangguan, keramahan petugas, serta keandalan jaringan menjadi faktor penting dalam membangun kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Dengan demikian, kualitas layanan tidak hanya berperan sebagai pemenuhan kebutuhan teknis, tetapi juga sebagai faktor strategis dalam menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Di sisi lain, variabel harga memiliki pengaruh yang lebih dominan dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa pelanggan BUMDes Neglasari sangat sensitif terhadap harga, di mana kesesuaian antara biaya yang dikeluarkan dengan manfaat yang diperoleh menjadi pertimbangan utama dalam mempertahankan penggunaan layanan. Harga yang kompetitif, transparan, dan terjangkau mampu meningkatkan persepsi nilai (*value*) sehingga mendorong pelanggan untuk tetap setia dan tidak mudah beralih ke penyedia lain.

Secara simultan, kualitas layanan dan harga terbukti memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap loyalitas pelanggan dengan kontribusi sebesar 72,4%. Hal ini menegaskan bahwa loyalitas pelanggan tidak hanya ditentukan oleh satu faktor, melainkan kombinasi dari kualitas layanan yang baik dan strategi harga yang tepat. Oleh karena itu, BUMDes Neglasari perlu mengelola kedua variabel ini secara seimbang dan berkelanjutan agar mampu meningkatkan daya saing serta mempertahankan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

#### **4. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI**

##### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan, harga, dan loyalitas pelanggan pada BUMDes Neglasari secara umum berada dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan telah memiliki persepsi yang positif terhadap layanan yang diberikan. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, khususnya pada dimensi daya tanggap layanan agar dapat memberikan pengalaman yang lebih optimal. Di sisi lain, persepsi terhadap harga dinilai baik, terutama pada aspek keterjangkauan, transparansi, dan daya saing, yang turut mendukung terbentuknya loyalitas pelanggan.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 serta nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel. Secara kontribusi, kualitas layanan memberikan pengaruh sebesar 20% terhadap loyalitas pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas layanan, baik dari aspek teknis maupun pelayanan interpersonal, akan berdampak langsung pada peningkatan loyalitas pelanggan.

Selanjutnya, variabel harga terbukti memiliki pengaruh positif dan sangat signifikan terhadap loyalitas pelanggan serta menjadi faktor yang paling dominan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi yang sangat kecil dan nilai t hitung yang jauh melebihi t tabel. Secara statistik, harga memberikan kontribusi sebesar 51,4% dalam membentuk loyalitas pelanggan. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelanggan sangat

mempertimbangkan kesesuaian antara harga yang dibayar dengan manfaat yang diterima, sehingga strategi penetapan harga menjadi faktor kunci dalam mempertahankan pelanggan.

Secara simultan, kualitas layanan dan harga bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kontribusi sebesar 72,4%. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh satu variabel, tetapi merupakan hasil kombinasi dari kualitas layanan yang baik dan harga yang sesuai. Dengan demikian, BUMDes Neglasari perlu mengelola kedua aspek tersebut secara seimbang dan berkelanjutan guna meningkatkan kepuasan serta mempertahankan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

## **4.2 Implikasi**

### **4.2.1 Implikasi Praktis**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga merupakan faktor dominan dalam membentuk loyalitas pelanggan, namun kualitas layanan tetap memiliki peran penting sebagai pendukung keberlanjutan hubungan jangka panjang. Oleh karena itu, pengelola BUMDes Neglasari disarankan untuk mempertahankan kebijakan harga yang kompetitif, transparan, dan terjangkau, sekaligus melakukan peningkatan kualitas layanan secara berkelanjutan. Fokus utama perbaikan perlu diarahkan pada dimensi daya tanggap (responsiveness), seperti mempercepat penanganan gangguan teknis dan meningkatkan komunikasi yang ramah serta solutif kepada pelanggan. Dengan demikian, loyalitas pelanggan tidak hanya didasarkan pada faktor harga, tetapi juga pada kepuasan terhadap pelayanan yang profesional.

Selain itu, BUMDes Neglasari perlu mengembangkan strategi pelayanan yang lebih terintegrasi, seperti peningkatan kompetensi sumber daya manusia, penyediaan sistem layanan pengaduan yang lebih efektif, serta pemanfaatan teknologi untuk mempermudah akses layanan pelanggan. Upaya ini bertujuan untuk memperkuat citra BUMDes sebagai penyedia jasa internet yang andal dan terpercaya, sehingga mampu bersaing dengan penyedia jasa lain serta menjaga stabilitas jumlah pelanggan dalam jangka panjang.

#### 4.2.2 Implikasi Akademis

Secara akademis, penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya terkait faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan pada sektor jasa berbasis komunitas seperti BUMDes. Hasil penelitian memperkuat teori bahwa kualitas layanan dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan temuan bahwa harga menjadi variabel yang lebih dominan dalam konteks penelitian ini. Hal ini memberikan perspektif baru bahwa sensitivitas harga pada masyarakat pedesaan dapat menjadi faktor kunci dalam strategi pemasaran jasa.

Namun demikian, penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena hanya mampu menjelaskan 72,4% variasi loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain seperti citra merek (brand image), promosi, kepuasan pelanggan, atau kepercayaan (trust). Selain itu, perluasan jumlah sampel dan lokasi penelitian juga dianjurkan agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif dan memiliki tingkat generalisasi yang lebih tinggi.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Elliyana, E., Agustina, T. S., Kadir, H., & Imanuddin, B. (2022). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jl. Ki Ageng Gribig, Gang Kaserin Mu No. 36 Kota Malang: Ahlimedia Press.
- Hadjri, I. M. (2023). *Pengantar Bisnis*. Jalan Srijaya Negara, Bukit Besar Palembang 30139: Universitas Sriwijaya 2024 Kampus Unsri Palembang.
- Indrajaya, S. (2024). *Manajemen Pemasaran*. Jl Antapani, Bandung: Kaizen Media Publishing.
- Lesmana, N., Hakim, I., Riana, Sanjaya, A., & Marsin, I. S. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Ruko Villa Pertiwi Estate No. 21, Jl. Rambutan Sukamaju, Cilodong, Depok,; Strategy Cita Semesta.
- Madjid, U. (2023). *Pengantar Ilmu Administrasi*. Jl. A.H. Nasution No 37/A Rt. 001 Rw. 002 Cipadung Kec. Cibiru Kota Bandung (40614): Pt Pustaka Interes Media Amani.
- Pahmi. (2024). *Kualitas Produk Dan Harga*. Sidorejo, Prambanan, Klaten 55584 Batua Raya No. 3, Makassar 90233: Pt. Nas Media Indonesia.

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN JASA  
PENYEDIAAN INTERNET DI BUMDES NEGLASARI KECAMATAN MAJALAYA  
KABUPATEN BANDUNG**

- Srisusilawati, P., Burhanudin, J., & Trenggana, A. F. (2023). *Loyalitas Pelanggan*. Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Sulistiyowati, W. (2020). *Kualitas Layanan: Teori Dan Aplikasinya*. Jl. Mojopahit No 666b Sidoarjo, Jawa Timur: Umsida Press.
- Sundari, E., & Hanafi, I. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Jl. Kaharuddin Nasution 113 Pekanbaru Riau, Indonesia: Uir Press.
- Syarifuddin, Mandey, S. L., & Tumbuan, W. J. (2022). *Sejarah Pemasaran & Strategi Bauran Pemasaran*. Jl. Nyi Adi Sari Gg. Dahlia I, Pilahan Kg.I/722 Rt 39/12 Rejowinangun-Kotagede-Yogyakarta: Cv. Istana Agency.
- Widyawati, N., & Winarni, W. (2024). *Ilmu Administrasi Bisnis Suatu Pengantar*. Jalan Banjaran, Desa Banjaran Rt 20 Rw 10 Kecamatan Bojongsari Kabupaten Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). *Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis*. Purwokerto Dan Malang: Irdh (International Research And Development For Human Beings).
- Veronica, A. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jl. Pasir Sebelah No. 30 Rt 002 Rw 001 Jl. Pasir Sebelah No. 30 Rt 002 Rw 001 Padang Sumatera Barat: Pt. Global Eksekutif Teknologi.
- Apriliana, & Sukaris. (2022). *Jurnal Maneksi Vol 11, No. 2, Desember 2022. Analisa Kualitas Layanan Pada Cv. Singoyudho Nusantara, 2*.
- Cavallone, M. (2020). *Marketing And Customer Loyalty: The Extra Step Approach*. Bergamo Italy: Springer.
- Creswell, J. W. (1995). *Research Design*. Lippincott-Raven.
- Fricke, C. (2019). *Fundamentals Of Business Administration*. Göttingen, Jerman: Pfh Private Hochschule Göttingen.
- Istiyawari, L., Hanif, M. R., & Nuswantoro, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*.
- Sholikhah, A. F., & Hadita. (2023). *Jurnal Economina. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Bekasi Timur*.
- Alhaq, F. (2025, September 13). *Simak Proporsi Pengguna Internet Indonesia Menurut Pengeluaran 2025*. Retrieved From Goodstats: <https://goodstats.id/article/meninjau-penggunaan-internet-dalam-dunia-kerja-indonesia-VwNPA>

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN JASA  
PENYEDIAAN INTERNET DI BUMDES NEGLASARI KECAMATAN MAJALAYA  
KABUPATEN BANDUNG**

APJII. (2024, February 7). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. Retrieved From APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia): <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>

desadigital. (2024). *Mewujudkan Desa Mandiri Dengan Pemanfaatan Teknologi*. Retrieved From Desa Digital: <https://desadigital.jabarprov.go.id/tentangkami>

Ma'Ali, Nasichatul. (2024, September 6). *Baru 5 Persen Bumdes Yang Sehat Dari 273 Desa, Bupati Bandung Tekankan Hal Ini*. Retrieved From Jurnal Soreang: <https://soreang.pikiran-rakyat.com/kab-bandung/pr-3938534158/baru-5-persen-bumdes-yang-sehat-dari-273-desa-bupati-bandung-tekankan-hal-ini?page=al>