**ABSTRAK**

Pada saat sekarang ini masyarakat Indonesia khususnya masyarakat yang memiliki hobi dan kegiatan yang berbeda–beda. Setiap hobi dan kegiatan yang dilakukan memiliki beberapa alat pendukung hobi dan kegiatan tersebut. Bagi masyarakat yang memiliki hobi petualangan *(adventure)* atau yang lebih dikenal dengan sebutan *outdoor* memiliki berbagai macam merek alat perlengkapan pendukung untuk melakukan kegiatan tersebut. Beberapa tahun belakangan ini banyaknya masyarakat gemar melakukan kegiatan *adventure* mulai dari mendaki gunung, berkemah, panjat tebing, hingga melakukan kegiatan menantang lainnya. Hal tersebut mengakibatkan banyak perusahaan di Indonesia yang bersaing memproduksi minuman ringan dalam kemasan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Persepsi Harga terhadap loyalitas pelanggan di DNA *Adventure*. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan metode survey. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non* *probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, dan jumlah sampel yang digunakan adalah 109 responden. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisis disimpulkan bahwa kualitas pelayanan , kualitas produk, persepsi harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan DNA *adventure*.

Kata kunci : kualitas pelayanan, kualitas produk, persepsi harga, loyalitas pelanggan.

***ABSTRACT***

*Nowadays, Indonesian people, especially those who have different hobbies and activities. Every hobby and activity carried out has several supporting tools for these hobbies and activities. For people who have a hobby of adventure or better known as outdoor, they have various brands of supporting equipment to carry out these activities. In recent years, many people like to do adventure activities ranging from mountain climbing, camping, rock climbing, to other challenging activities. This has resulted in many companies in Indonesia competing to produce packaged soft drinks. This study aims to determine the effect of Service Quality, Product Quality, Price Perception on customer loyalty in DNA Adventure. This type of research is quantitative using a survey method. The sampling technique used non-probability sampling with purposive sampling method, and the number of samples used was 109 respondents. The analysis technique uses multiple linear regression. Based on the analysis, it is concluded that service quality, product quality, price perception have a positive effect on customer loyalty DNA adventure.*

*Keywords: service quality, product quality, price perception, customer loyalty*