

**KENYAMANAN, KEPERCAYAAN, KEPUASAN DAN DAMPAKNYA
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MS. GLOW DI RESELLER
ZAHRO STORE SINGOSARI KAB. MALANG**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Disusun Oleh:

Fitri Dwi Anggraeni

21801081076

**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
MALANG**

2025

**KENYAMANAN, KEPERCAYAAN, KEPUASAN DAN DAMPAKNYA
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MS. GLOW DI RESELLER
ZAHRO STORE SINGOSARI KAB. MALANG**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
MALANG
2025**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kenyamanan, kepercayaan, dan kepuasan serta dampaknya terhadap loyalitas konsumen terhadap Ms. Glow pada Reseller Zahro Store di Singosari, Kabupaten Malang. Berdasarkan data Google Trends, meskipun merek Ms. Glow menunjukkan minat pencarian yang lebih tinggi dibandingkan dengan merek lain, namun tren penurunan terjadi pada akhir tahun. Oleh karena itu, diperlukan kajian mendalam tentang loyalitas konsumen untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi penurunan minat tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel jenuh yang diperoleh dari 60 konsumen. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner yang disebarlang langsung kepada pelanggan Zahro Store. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kenyamanan, kepercayaan, dan kepuasan secara simultan memengaruhi loyalitas konsumen. Kenyamanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen, sedangkan kepercayaan dan kepuasan tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Kenyamanan, Kepercayaan, Kepuasan, Loyalitas Konsumen



ABSTRACT

This study aims to determine the influence of convenience, trust, and satisfaction and their impact on consumer loyalty toward Ms. Glow at Zahro Store Reseller in Singosari, Malang Regency. Based on Google Trends data, although the Ms. Glow brand shows a higher search interest compared to other brands, a downward trend occurred at the end of the year. Therefore, an in-depth study of consumer loyalty is necessary to identify the factors influencing this decline in interest. The sampling technique used is a saturated sample obtained from 60 consumers. The data collection method used was a questionnaire distributed directly to Zahro Store customers. The data analysis technique employed in this study is multiple linear regression. The results indicate that convenience, trust, and satisfaction simultaneously influence consumer loyalty. Convenience has a partial effect on consumer loyalty, while trust and satisfaction do not have a partial effect on consumer loyalty.

Keywords: *Comfort, Trust, Satisfaction, Consumer Loyalty*



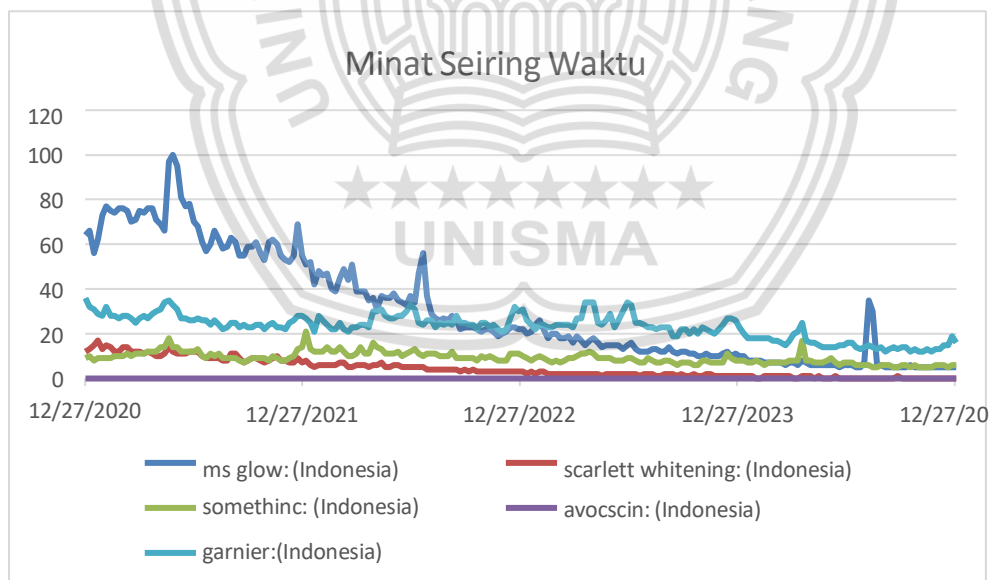
BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis saat ini semakin maju dengan sangat pesat. Hal ini memicu para pengusaha untuk memaksimalkan usaha dalam mempertahankan dan meningkatkan kinerja perusahaan agar dapat bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya. Karena persaingan tersebut, banyak produk baru yang muncul dengan inovasi yang tinggi dan juga kreatif. Dimana hal tersebut menjadi pesaing baru bagi suatu perusahaan. Persaingan ini juga berlaku pada produk kosmetik terutama yang berhubungan dengan perawatan kulit dimana pemakainya tidak saja didominasi oleh kalangan wanita tetapi pria juga sudah banyak yang menggunakan produk perawatan kulit.

Tuntutan kebutuhan pokok dan layanan yang ada hubungannya dengan kecantikan akan memiliki peluang yang lebih banyak. Kesadaran masyarakat untuk berpenampilan lebih menarik sangat mendorong para pengusaha untuk membuat bisnis produk perawatan kulit dan kecantikan. Banyak sekali perusahaan baru muncul yang bergerak dibidang perawatan kulit sedang saling berlomba memajukan bisnis mereka. Keinginan untuk menumbuhkan percaya diri secara fisik atau berpenampilan menarik sekarang sudah menjadi kebutuhan bagi kebanyakan masyarakat khususnya para wanita. Setiap orang memiliki kebutuhan yang berbeda- beda, terlebih dengan menggunakan varian kosmetik ataupun skincare, untuk membuat penampilan yang lebih menarik lagi.

Sekarang ini, perawatan kulit atau skincare sudah menjadi elemen penting dalam kehidupan masyarakat. Perkembangan yang sangat pesat terkait pentingnya menggunakan skincare, membuat masyarakat melibatkan produk- produk kecantikan tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, produk-produk skincare semakin hari semakin banyak bermunculan merek-merek baru, sehingga semakin banyak pilihan produk skincare bagi konsumen. hal ini sangat menguntungkan bagi konsumen untuk memilih produk terbaik atau paling cocok dengan harapan. Salah satu perusahaan sekaligus produsen perawatan kulit yang saat ini populer adalah Ms.Glow. Ms.Glow mengelola dan mengembangkan bisnisnya sejak tahun 2013 yang berawal dari penjualan skincare dan body care melalui media online. Hingga saat ini memiliki banyak cabang klinik perawatan yang tersebar di beberapa kota besar salah satunya di Malang.



Gambar 1.1

Data Perbandingan Merek Ms Glow Dengan Merek Lainnya Berdasarkan Google Trends 2024. Dapat dilihat dari data yang diambil dari Google Trends, menunjukkan bahwa merek Ms glow ini banyak dicari masyarakat dibandingkan merek lain yang mempunyai nama dan termasuk

merek lama. Hal ini bisa disimpulkan merek Ms glow ini merupakan merek yang cukup baru tetapi minat masyarakat pada merek ini cukup tinggi. Namun, jika dilihat dari trend Ms Glow mengalami penurunan pada akhir tahun meskipun tetap diminati konsumen. Hal inilah yang menjadi permasalahan apakah produk dari Ms Glow tetap menjadi loyalitas konsumen dalam memilih produk skincare.

Perkembangan perusahaan Ms Glow semakin baik dari waktu ke waktu, hal tersebut ditunjukkan dengan munculnya produk-produk baru seperti skincare, body care dan cosmetic. Selain produknya yang dinilai menjanjikan dan bervariasi, brand ini juga sudah memiliki sertifikat BPOM dan bersertifikat halal yang dapat dipercaya untuk menjaga kecantikan kulit para konsumen. Karena bagus kualitas dari produk yang dihasilkan, banyak orang yang berlomba-lomba untuk menjadi agen resmi (reseller) dari produk skincare tersebut. Di Malang sendiri, mulai banyak pesaing terutama di daerah Lawang, Pandaan, Purwosari, Malang kota, dan lainnya.

Salah satu reseller Ms.Glow yakni Zahro Store, yang dimana sudah berjalan sekitar 1-2 tahunan menjual produk skincarenya. Zahro Store memulai sebagai reseller Ms.Glow pada tahun 2019, dan tokonya terletak di daerah Singosari. Seiring berjalannya waktu, reseller brand tersebut semakin banyak bermunculan, sehingga angka persaingan pun bertambah. Oleh karena itu, setiap agen dituntut untuk dapat memberi kenyamanan, kepercayaan, dan kepuasan pada konsumen agar konsumen tetap percaya dan loyal dengan membeli produk skincare tersebut di toko mereka.

Kunci penting bagi suatu toko skincare agar bertahan lama di dunia usaha dengan menjaga dan mempertahankan hubungan baik dengan konsumen. Keberhasilan suatu perusahaan dilihat dari loyalitas konsumen

yang dapat diraih. Loyalitas konsumen merupakan bagian yang penting dalam pengulangan pembelian terhadap suatu produk pada pelanggan, yang tidak hanya meningkatkan nilai bisnis saja tetapi juga menarik pelanggan baru. Loyal diartikan sebagai kesetiaan konsumen. Kesetiaan timbul dengan sendirinya tanpa adanya paksaan dari siapapun.

Loyalitas konsumen yaitu orang yang membeli, khususnya membeli secara teratur dan berulang-ulang. Perilaku konsumen yang loyal dilakukan oleh masyarakat dengan adanya pengaruh dari lingkungan sekitarnya, seperti kepuasan konsumen. Mempertahankan pelanggan yang loyal lebih sulit dibandingkan dengan mencari pelanggan baru. Dengan begitu toko skincare harus mampu mempertahankan dan mengembangkan kualitas produk dan juga memberikan kenyamanan agar para konsumen tidak beralih ke merek lain.

Kenyamanan merupakan salah satu faktor kunci yang dapat berkontribusi besar terhadap pembentukan dan pemeliharaan loyalitas konsumen. Ketika konsumen merasa nyaman dengan pengalaman mereka saat berinteraksi dengan produk atau layanan yang dibeli, konsumen cenderung lebih cenderung untuk menjadi pelanggan yang setia. Oleh karena itu, bisnis yang berfokus pada menciptakan pengalaman yang nyaman bagi konsumen akan cenderung lebih berhasil dalam membangun dan mempertahankan basis pelanggan yang setia. Ini melibatkan perhatian terhadap berbagai aspek bisnis, termasuk kualitas produk atau layanan, layanan pelanggan, proses pembelian, dan interaksi dengan merek secara keseluruhan.

Selain kenyamanan, kepercayaan juga merupakan faktor penting yang mempengaruhi loyalitas konsumen. Kepercayaan merupakan

keyakinan dalam diri seseorang, dari kepercayaan konsumen tersebut akan menimbulkan loyalitas konsumen terhadap produk sehingga kepercayaan dianggap sebagai cara yang paling dalam membangun dan memelihara hubungan dengan konsumen dalam jangka waktu yang panjang (Walangare, 2019). Kepercayaan adalah dasar dari hubungan jangka panjang antara bisnis dan pelanggan, dan ini memainkan peran kunci dalam membentuk persepsi konsumen tentang bisnis.

Kepuasan konsumen adalah faktor kunci yang berpengaruh besar terhadap loyalitas konsumen. Ketika konsumen merasa puas dengan produk atau layanan yang mereka terima dari bisnis, konsumen cenderung lebih setia dan berpotensi untuk kembali berbelanja atau menggunakan layanan di masa depan. Kepuasan konsumen merupakan konsep utama baik dalam teori maupun dalam praktik pemasaran (Laely, 2016). Sangat penting untuk memprioritaskan kepuasan pelanggan. Ini melibatkan pengukuran kepuasan pelanggan secara berkala, merespons masukan konsumen, meningkatkan produk atau layanan toko berdasarkan umpan balik konsumen, dan menciptakan pengalaman konsumen yang positif secara konsisten. Keberhasilan bisnis dalam memenuhi dan melampaui harapan konsumen akan memiliki dampak langsung pada tingkat loyalitas konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas, akan dilakukan penelitian tentang dampak kenyamanan, kepercayaan, dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen Ms.Glow di reseller Zahro Store. Di samping itu juga akan diteliti juga strategi yang diterapkan untuk mempertahankan penjualan di tengah banyaknya kompetitor agar konsumen loyal dan tetap berbelanja di toko tersebut, dan juga ketertarikan terhadap penelitian tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan diatas, diperoleh beberapa rumusan masalah yakni:

1. Apakah kenyamanan, kepercayaan dan kepuasan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen Ms.Glow di Zahro Store Singosari ?
2. Apakah kenyamanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen Ms.Glow di Zahro Store Singosari ?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen Ms.Glow di Zahro Store Singosari ?
4. Apakah kepuasan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen Ms.Glow di Zahro Store Singosari ?

1.3 Tujuan Dan Manfaat

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, didapatkan tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh kenyamanan, kepercayaan, dan kepuasan secara simultan terhadap loyalitas konsumen reseller Ms.Glow di Zahro Store Singosari.
2. Untuk mengetahui pengaruh kenyamanan secara parsial terhadap loyalitas konsumen terhadap reseller Ms.Glow di Zahro Store Singosari.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan secara parsial terhadap loyalitas konsumen terhadap reseller Ms.Glow di Zahro Store Singosari.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan secara parsial terhadap loyalitas terhadap reseller Ms.Glow di Zahro Store Singosari.

1.3.2 Manfaat Penelitian

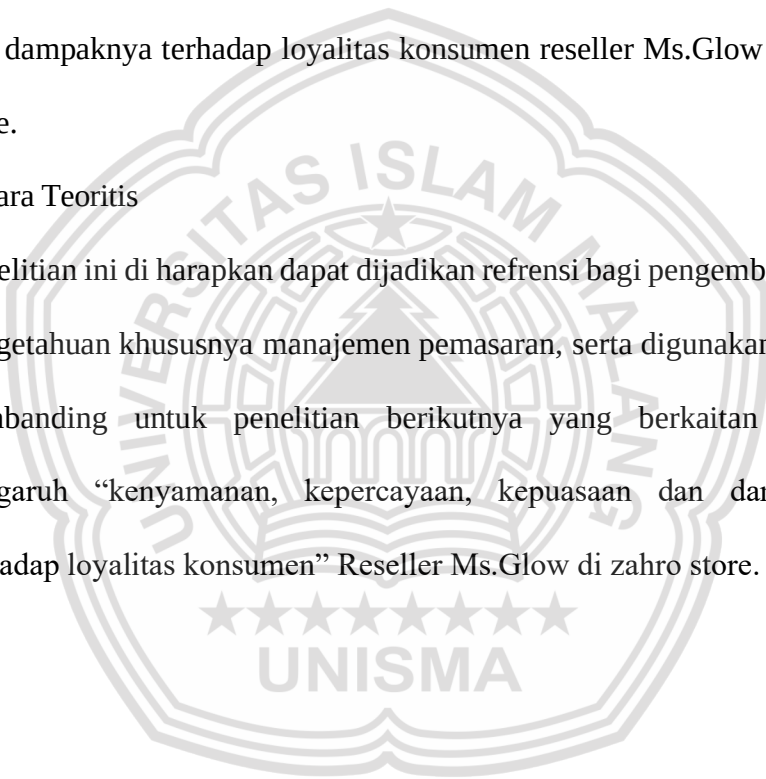
Melalui penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Secara Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan bagi pihak perusahaan dalam menetapkan strategi pemasaran mengenai pengaruh kenyamanan, kepercayaan, kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen reseller Ms.Glow di zahro store.

2. Secara Teoritis

Penelitian ini di harapkan dapat dijadikan refrensi bagi pengembang ilmu pengetahuan khususnya manajemen pemasaran, serta digunakan sebagai pembanding untuk penelitian berikutnya yang berkaitan dengan pengaruh “kenyamanan, kepercayaan, kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen” Reseller Ms.Glow di zahro store.



BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan maka dapat diambil kesimpulan yakni sebagai berikut:

- a. Kenyamanan, Kepercayaan, dan Kepuasan berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen Zahro Store.
- b. Kenyamanan berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Konsumen Zahro Store. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa Zahro Store mampu meningkatkan kenyamanan dalam melayani konsumen maka loyalitas konsumen juga ikut meningkat.
- c. Kepercayaan tidak berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Konsumen Zahro Store. Dengan demikian dapat dijelaskan jika Zahro Store tidak mampu meningkatkan kepercayaan maka loyalitas konsumen menurun.
- d. Kepuasan tidak berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Konsumen Zahro Store. Dengan demikian dapat dijelaskan jika Zahro Store tidak mampu meningkatkan kepuasan maka loyalitas konsumen menurun.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya dilakukan pada konsumen Zahro Store. Berjumlah 60 konsumen yang digunakan untuk sampel. Sehingga kurang mewakili karena masih ada orang yang baru menjadi konsumen Zahro Store.

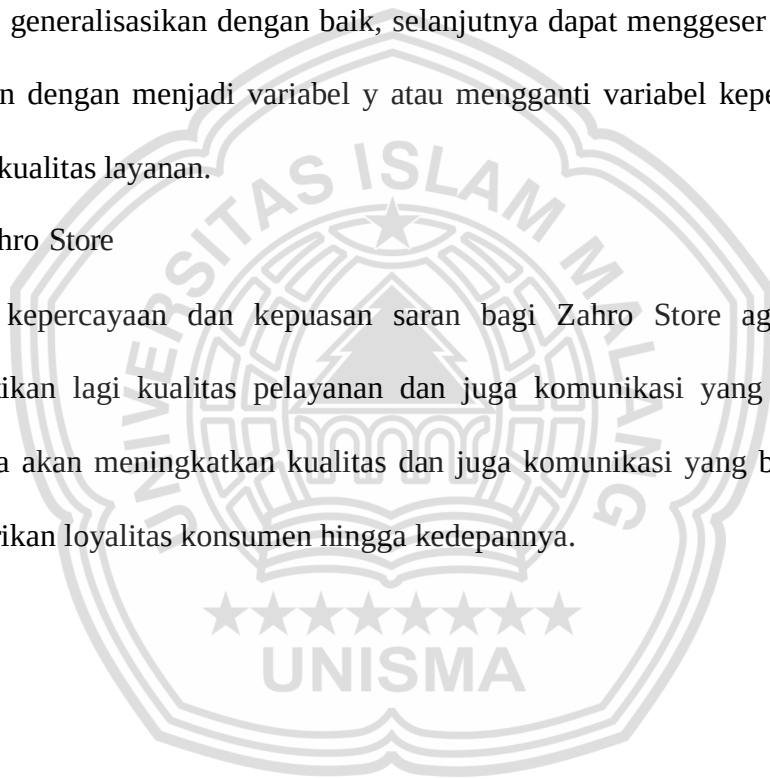
5.3 Saran

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya di harap dapat menambah jumlah sampel agar dapat di generalisasikan dengan baik, selanjutnya dapat menggeser variabel kepuasan dengan menjadi variabel y atau mengganti variabel kepercayaan dengan kualitas layanan.

2. Bagi Zahro Store

Perihal kepercayaan dan kepuasan saran bagi Zahro Store agar lebih diperhatikan lagi kualitas pelayanan dan juga komunikasi yang dimiliki sehingga akan meningkatkan kualitas dan juga komunikasi yang baik agar memberikan loyalitas konsumen hingga kedepannya.



DAFTAR PUSTAKA

- Aris Ramadhany, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada AP Garage (Bengkel Cat & Custom). Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 6(1), 199–206. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.511>
- Bastian, D. A. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. In Jurnal Manajemen Pemasaran Petra (Vol. 2, Issue 1).
- Evi Mufrihah Zain, Asmirayanti, R. D. W. (2021). JURNAL EKONOMI. Jurnal Ekonomi Efektif, 4(1), 50–58.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, A. S. (2020). Analisis Faktor Kenyamanan Dan Ketergantungan Mahasiswa Pada Smartphone Yang Mengakibatkan Stres. Jurnal Bisnis Darmajaya, 6(2), 37–47.
- Hair, et al. (2017). A Primer on Partial Least Squares Equation Modeling (PLS-SEM) Edisi Kedua. Unites States of Amerika : SAGE Publications, Inc.
- Jeannette Pricilia Daniel. (2015). Pengaruh service convenience dan shopping experience terhadap customer satisfaction di mall surabaya. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya, 4(2), 1–15.
- Jurnal Empati, Antara Kenyamanan Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Pengguna Layanan Go-Jek Di Semarang. Vol. 6(Nomor 4), 149–156.
- Laely, N. (2016). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pada PT . Telkomsel di Kota Kediri. Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen, 3(2), 61–74.
- Mahkota, Andy Putra, Imam Suyadi, R. (2014). Pengaruh Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Pelanggan Website Ride Inc). Jurnal Administrasi Bisnis, 8(2).
- Marzuki, C. A. (2019). Pengaruh Return On Equity, Debt To Equity Ratio, Dan Size Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. 13(1), 27–36.
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT . TOI. Jurnal Ekonomi, 7(2).
- Muhammad Bahrudin, S. Z. (2015). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam, 3(1).
- Muhammad Maskur, N. Q. dan N. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Bengkel Mobil Larasati Lumajang). JURNAL SAINS MANAJEMEN & BISNIS INDONESIA, VI(2), 212–221.

- Nadya Imanda, N. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Fashion Pada Online Shop Yellow Facy Jeans Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(3).
- Primadasa, D. G., & Muharam, H. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Dividendpayout Ratio Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listed Di Bei Tahun 2008 – 2012. *Jurnal Manajemen*, 4(2), 1–15.
- Purnama, S. F. (2019). Pengaruh Service Convenience Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi Pada Atlas Sport Club Surabaya. 7(2).
- Rahmani, A. P. (2022). Pengaruh Kenyamanan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Fair Value : Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan Volume*, 5(2), 988–1001.
- Risma Dwi Komala, N. (2017). Tinjauan Implementasi Personal Selling Pada Pt. Astra Internasional Daihatsu Astra Biz Center Bandung Pada Tahun 2017. *Jurnal Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom*, 3(2), 330.
- R. M. Sari. 2020. “Kajian Pustaka Kegunaan Internet di Era Digital”, Vol,2 No.1, pp. 6–25.
- Sanjaya, L. J., Sawitri, D. R., Psikologi, F., & Diponegoro, U. (2017). Hubungan Sopiah (2013). Pengaruh Kinerja Layanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang. *Jurnal Manajemen*, 2(3), 1–9.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tarumingkeng, P. J. (2019). Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 7(4), 433–454.
- Tjiptono, F. 2018, Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: Andi.
- Walangare, J. L. (2019). Analisi Pengaruh Faktor Kepuasan, Kepercayaan dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di The Coffee Bean Mantos. *Emba*, Issn: 2303-1174, 7(1), 581–590.
- Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pusaka kebaya di singaraja. 2(1), 61–73.
- Yuliara, I. M. (2016). Regresi linier berganda.