

ANALISIS FAKTOR–FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS KONSUMEN *MS GLOW* DI UNZHOP KECAMATAN SUKODADI LAMONGAN

(ANALYSIS OF FACTORS THAT INFLUENCE CONSUMER
LOYALTY *MS GLOW* AT UNZHOP SUKODADI LAMONGAN)

Nawang Wulansari

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam
Lamongan

4321wulan@gmail.com

Website:

Abstrak

Kata Kunci:

*Harga, Kualitas Produk,
Promosi, Loyalitas
konsumen*

Pemasaran merupakan rangkaian dari kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan yang ditujukan untuk merencanakan produk, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa kepada konsumen. Tujuan dari riset ini yaitu untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap loyalitas konsumen *Ms Glow* di Unzhop Kecamatan Sukodadi lamongan.

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan metode pengambilan sampel dengan *simple random sampling*. Populasi dalam riset ini adalah konsumen *Ms Glow* di Unzhop Kecamatan Sukodadi Lamongan, sehingga sampel yang diperoleh dari populasi tersebut merupakan sebanyak 78 responden yang dihitung dengan menggunakan rumus slovin.

Berdasarkan hasil uji F (simultan) diperoleh F_{hitung} sebesar 12,087 dan nilai signifikansinya 0,001, sedangkan F_{tabel} sebesar 3,120 dengan $\alpha=0,05$. Bersumber dari hasil tersebut maka dapat ditarik kesimpulan tentang harga, kualitas produk dan promosi berpengaruh pada loyalitas konsumen secara bersamaan (simultan), karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ (12,087 > 3,120) serta nilai signifikansi penelitian lebih kecil dari 0,05 (0,001 < 0,05).

Dari hasil uji t (parsial) harga, kualitas produk dan promosi mempengaruhi secara parsial akan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen *Ms Glow* di Unzhop, bisa disimpulkan kalau ketiga variabel tersebut

Keywords : *Price, Product Quality, Promotion, Consumer Loyalty*

Alamat Kantor:

berpengaruh positif serta signifikan.

Abstract

Marketing is a series of interconnected activities aimed at planning products, determining prices, promoting and distributing goods and services to consumers. The purpose of this research is to determine the effect of price, product quality and promotion on consumer loyalty Ms. Glow in Unzhop, Sukodadi Lamongan.

This type of research uses quantitative methods and uses a sampling method with simple random sampling. The population in this study were consumers of Ms. Glow in Unzhop, Sukodadi Lamongan District, so that the sample obtained from this population was 78 respondents who were calculated using the Slovin formula.

Based on the results of the F test (simultaneous) obtained Fcount of 12.087 and a significance value of 0.001, while Ftable is 3.120 with $\alpha = 0.05$. Based on these results, it can be concluded that price, product quality and promotion have an effect on consumer loyalty simultaneously (simultaneously), because $F_{count} > F_{table}$ ($12.087 > 3.120$) and the research significance value is less than 0.05 ($0.001 < 0.05$).

From the results of the t test (partial) price, product quality and promotion partially influence consumer loyalty Ms Glow at Unzhop Sukodadi Lamongan District, it can be concluded that the three variables have a positive and significant effect.

DAFTAR PUSTAKA

- Cardia, et al., 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen*. Volume 8; 6762-6781.
- Choiriyah dan Liana. 2019. Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di mediasi kepuasan pelanggan. *Isu-isu riset bisnis dan ekonomi di era disrupsi*. Volume 236-244.
- Diansyah dan Putera. 2017. Pengaruh Ekuitas Merek Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Mediasi Keputusan Pembelian. *Jurnal Media Ekonomi Dan Manajemen*. Volume 32; 97-109.
- Hurriyati, R. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung:ALFABETA, cv.

Nawang wulansari

Kemenperin. 2019. Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik (<https://kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik>), diakses 4 November 2020.

Manap, A. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Mitra Wacana Media, Jakarta.

Purnamasari dan Kemala. 2015. Tentang *Ms glow* (<https://ms-glow.store/blog/about-tentang-ms-glow>), diakses 18 Oktober 2020.

Sahla, H. 2019. Konsep Pemasaran Dalam Prespektif Ekonomi Islam. *Jurnal Pionir LPPM Universitas Asahan*. Volume 5; 57-61.

Solomon, M. R. 2015. *Consumer Behavior: Buying, Having and Being*, 11th Edition. New Jersey: Prentice-Hall.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. 2017. *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta, Bandung.

Yuliati dan Saputri. (2016). *Pengetahuan Produk dan Konsep Harga*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

