



Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



Pengaruh Inovasi Layanan dan Keterlibatan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Fitness Center di Kota Medan

¹Carine, ²Faustina, ³Ihdina Gustina, S.E., M.M

^{1,2,3}, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Sumatera Utara, Indonesia

ABSTRACT

Previous or relevant research plays a crucial role in any research because it strengthens theory and explains the relationships between variables. This article reviews the factors influencing customer loyalty, specifically service innovation and customer engagement, within a marketing management literature study. The purpose of this article is to analyze the results of previous research and develop hypotheses that can be used in further research. The method used is library research, reviewing various scientific journals relevant to the research topic. The results of this literature study indicate that: 1) service innovation influences customer loyalty; 2) customer engagement influences customer loyalty; 3) service innovation influences customer satisfaction; and 4) customer engagement influences satisfaction, which ultimately increases customer loyalty.

Keywords: Service Innovation; Customer Engagement; Customer Loyalty

ABSTRAK

Riset terdahulu atau riset yang relevan memiliki peranan penting dalam suatu penelitian karena berfungsi untuk memperkuat teori serta menjelaskan hubungan antar variabel. Artikel ini mereview faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, khususnya inovasi layanan dan keterlibatan pelanggan dalam suatu studi literatur manajemen pemasaran. Tujuan dari penulisan artikel ini adalah untuk menganalisis hasil penelitian terdahulu serta membangun hipotesis yang dapat digunakan pada penelitian selanjutnya. Metode yang digunakan adalah studi kepustakaan (library research) dengan mengkaji berbagai jurnal ilmiah yang relevan dengan topik penelitian. Hasil studi literatur menunjukkan bahwa: 1) inovasi layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan; 2) keterlibatan pelanggan (customer engagement) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan; 3) inovasi layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan; dan 4) keterlibatan pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Inovasi Layanan; Keterlibatan Pelanggan; Loyalitas Pelanggan



Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



A. PENDAHULUAN

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk mampu mempertahankan pelanggan agar tetap loyal terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Loyalitas pelanggan menjadi salah satu indikator penting dalam keberhasilan suatu usaha, termasuk dalam industri jasa seperti fitness center. Pelanggan yang loyal cenderung melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan layanan kepada orang lain.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah inovasi layanan. Inovasi layanan merupakan upaya perusahaan dalam menciptakan atau memperbaiki layanan guna meningkatkan kepuasan dan pengalaman pelanggan. Penelitian menunjukkan bahwa inovasi layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, dimana semakin baik inovasi yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan (Raisyah Nurul Arifah, 2025).

Selain inovasi layanan, keterlibatan pelanggan (customer engagement) juga menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas. Keterlibatan pelanggan mencerminkan interaksi serta hubungan emosional antara pelanggan dengan perusahaan. Penelitian menunjukkan bahwa customer engagement memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Tegar Wijaya Suwardi, 2025).

Selain itu, faktor kualitas layanan dan pengalaman pelanggan juga turut berperan dalam meningkatkan loyalitas. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan pengalaman pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, baik secara langsung maupun melalui kepuasan pelanggan (Septiarini, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu memperhatikan berbagai aspek layanan untuk menciptakan pengalaman yang positif bagi pelanggan.

Dalam konteks fitness center, inovasi layanan dan keterlibatan pelanggan menjadi sangat penting mengingat tingginya persaingan serta tuntutan pelanggan terhadap layanan yang berkualitas dan pengalaman yang menyenangkan. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh inovasi layanan dan keterlibatan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada fitness center di Kota Medan menjadi penting untuk dilakukan.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah inovasi layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada fitness center di Kota Medan?



Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



2. Apakah keterlibatan pelanggan (customer engagement) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada fitness center di Kota Medan?
3. Apakah inovasi layanan dan keterlibatan pelanggan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada fitness center di Kota Medan?

B. TINJAUAN PUSTAKA

Inovasi Layanan

Inovasi layanan merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam menciptakan atau mengembangkan layanan baru guna meningkatkan nilai bagi pelanggan. Inovasi layanan tidak hanya mencakup perubahan pada produk, tetapi juga pada proses pelayanan, interaksi dengan pelanggan, serta pengalaman yang dirasakan oleh pelanggan. Inovasi layanan menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Penelitian menunjukkan bahwa inovasi layanan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, dimana semakin baik inovasi layanan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan (Raisyah Nurul Arifah, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang terus berkembang. Selain itu, inovasi layanan juga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas. Penelitian lain menunjukkan bahwa inovasi layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel mediasi (Teguh Gumilar, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa inovasi yang dilakukan perusahaan tidak hanya berdampak langsung, tetapi juga secara tidak langsung melalui peningkatan kepuasan pelanggan. Lebih lanjut, inovasi layanan yang dikombinasikan dengan kualitas interaksi dan promosi juga dapat memperkuat loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi layanan perlu didukung oleh faktor lain agar dapat memberikan hasil yang optimal dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa inovasi layanan memiliki peran penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, baik secara langsung maupun melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel pendukung.

Keterlibatan Pelanggan (Customer Engagement)

Keterlibatan pelanggan (customer engagement) merupakan bentuk interaksi dan hubungan yang terjalin antara pelanggan dengan perusahaan, baik secara emosional, kognitif, maupun perilaku. Keterlibatan ini mencerminkan sejauh mana pelanggan

berpartisipasi, memberikan perhatian, serta memiliki keterikatan terhadap suatu merek atau layanan. Keterlibatan pelanggan menjadi faktor penting dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Penelitian menunjukkan bahwa customer engagement berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dimana semakin tinggi tingkat keterlibatan



Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



pelanggan, maka semakin tinggi pula loyalitas yang terbentuk (Tegar Wijaya Suwardi, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan melalui interaksi yang intens dan berkelanjutan. Selain itu, penelitian lain juga menunjukkan bahwa customer engagement memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, baik secara langsung maupun melalui hubungan jangka panjang yang terjalin antara pelanggan dan perusahaan (Syifa Nurfatimah Hidayah, 2025). Keterlibatan yang tinggi akan mendorong pelanggan untuk tetap menggunakan layanan serta merekomendasikannya kepada orang lain. Lebih lanjut, keterlibatan pelanggan juga berkaitan dengan kepercayaan dan pengalaman pelanggan dalam menggunakan suatu layanan. Semakin positif pengalaman yang dirasakan, maka semakin tinggi tingkat keterlibatan pelanggan terhadap perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa keterlibatan pelanggan memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, sehingga perusahaan perlu menciptakan strategi yang mampu meningkatkan interaksi dan hubungan dengan pelanggan secara berkelanjutan.

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan untuk tetap menggunakan suatu produk atau jasa secara konsisten dalam jangka waktu tertentu. Loyalitas pelanggan ditunjukkan melalui perilaku pembelian ulang, keinginan untuk tetap menggunakan layanan, serta kesediaan untuk merekomendasikan kepada orang lain. Loyalitas pelanggan menjadi tujuan utama dalam strategi pemasaran karena pelanggan yang loyal akan memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan. Penelitian menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas layanan, pengalaman pelanggan, serta kepuasan yang dirasakan pelanggan (Septiarini, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu memperhatikan kualitas layanan dan pengalaman pelanggan untuk meningkatkan loyalitas. Selain itu, inovasi layanan juga memiliki peran penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Penelitian menunjukkan bahwa inovasi layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (Raisyah Nurul Arifah, 2025). Hal ini berarti bahwa perusahaan yang mampu menghadirkan inovasi layanan yang menarik akan lebih mampu mempertahankan pelanggan. Lebih lanjut, keterlibatan pelanggan (customer engagement) juga terbukti berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Semakin tinggi keterlibatan pelanggan terhadap suatu layanan, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas yang terbentuk (Tegar Wijaya Suwardi, 2025).

Hal ini menunjukkan bahwa hubungan yang baik antara perusahaan dan pelanggan menjadi faktor penting dalam menciptakan loyalitas.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kualitas layanan, inovasi layanan, serta keterlibatan



Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengelola faktor-faktor tersebut secara optimal untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No.	Author, Tahun	Hasil Riset	Persamaan dengan riset ini	Perbedaan dengan riset ini
1.	(Meylinda Anggraeni, 2026)	Citra merek, persepsi harga, inovasi layanan, dan kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.	Sama-sama meneliti pengaruh inovasi layanan terhadap loyalitas pelanggan	Menambahkan variabel citra merek, harga dan kepercayaan
2.	(Rizky Putra Andika, 2026)	Variabel pemasaran berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan	Sama-sama membahas loyalitas pelanggan	Tidak spesifik pada inovasi layanan dan keterlibatan pelanggan
3.	(Yeane Koyongian, 2025)	Media sosial, kepercayaan, dan keterlibatan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian	Sama-sama menggunakan variabel keterlibatan pelanggan	Variabel dependen keputusan pembelian, bukan loyalitas
4.	(Tegar Wijaya Suwardi, 2025)	<i>Customer engagement</i> dan <i>brand trust</i> berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan	Sama-sama meneliti keterlibatan pelanggan terhadap loyalitas	Menambahkan variabel <i>brand trust</i> dan promosi
5.	(Syifa Nurfatimah Hidayah, 2025)	<i>Customer Engagement</i> dan <i>customer intimacy</i> berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan	Sama-sama meneliti keterlibatan pelanggan terhadap loyalitas	Menambahkan variabel <i>customer intimacy</i>
6.	(Gono Sutrisno, 2026)	Faktor pemasaran berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan	Sama-sama membahas loyalitas pelanggan	Tidak fokus pada inovasi layanan dan <i>customer engagement</i>



Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



7.	(Muhamad putra jovabzah, 2025)	Kualitas layanan dan <i>customer experience</i> berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.	Sama-sama meneliti loyalitas pelanggan pada fitness/gym	Variabel independen berbeda (<i>quality & experience</i>)
8.	(Septiarini, 2023)	<i>Service experience</i> dan <i>service quality</i> berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan	Sama-sama membahas loyalitas pelanggan	Menambahkan variabel kepuasan sebagai moderasi
9.	(Raisyah Nurul Arifah, 2025)	Inovasi layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan	Sama-sama meneliti inovasi layanan terhadap loyalitas	Tidak menggunakan variabel keterlibatan pelanggan
10.	(Teguh Gumilar, 2025)	Inovasi layanan, kualitas interaksi, dan promosi berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan.	Sama-sama meneliti inovasi layanan terhadap loyalitas	Menambahkan variabel kualitas interaksi, promosi, dan kepuasan sebagai mediasi

C. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini digunakan metode pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi literatur (library research) yang bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai pengaruh inovasi layanan dan keterlibatan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran berbagai jurnal ilmiah yang relevan dengan topik penelitian yang bersumber dari Google Scholar serta portal jurnal online lainnya. Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif untuk mengetahui hubungan antar variabel yang diteliti.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Inovasi Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Inovasi layanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Inovasi yang dilakukan perusahaan dapat berupa pembaruan layanan, peningkatan kualitas interaksi, maupun penciptaan pengalaman baru bagi



Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



pelanggan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, inovasi layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Raisyah Nurul Arifah, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik inovasi layanan yang diberikan, maka semakin tinggi loyalitas pelanggan terhadap suatu layanan. Selain itu, penelitian lain juga menunjukkan bahwa inovasi layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel mediasi (Teguh Gumilar, 2025). Hal ini berarti bahwa inovasi layanan tidak hanya berdampak secara langsung, tetapi juga secara tidak langsung melalui peningkatan kepuasan pelanggan.

Pengaruh Keterlibatan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Keterlibatan pelanggan (customer engagement) merupakan bentuk hubungan antara pelanggan dengan perusahaan yang tercermin melalui interaksi, partisipasi, dan keterikatan emosional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa customer engagement berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (Tegar Wijaya Suwardi, 2025). Semakin tinggi keterlibatan pelanggan, maka semakin besar kemungkinan pelanggan untuk tetap menggunakan layanan serta merekomendasikannya kepada orang lain. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa keterlibatan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, terutama ketika pelanggan memiliki hubungan yang kuat dengan perusahaan (Syifa Nurfatimah Hidayah, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa keterlibatan pelanggan menjadi faktor penting dalam menciptakan loyalitas jangka panjang.

Pengaruh Inovasi Layanan dan Keterlibatan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Inovasi layanan dan keterlibatan pelanggan secara bersama-sama memiliki peran penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Perusahaan yang mampu menghadirkan inovasi layanan yang menarik serta membangun hubungan yang baik dengan pelanggan akan lebih mudah menciptakan loyalitas. Penelitian menunjukkan bahwa berbagai faktor seperti inovasi layanan, kualitas interaksi, serta keterlibatan pelanggan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan (Teguh Gumilar, 2025). Selain itu, faktor kualitas layanan dan pengalaman pelanggan juga turut memperkuat loyalitas pelanggan (Septiarini, 2023).

Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi merupakan hasil dari kombinasi berbagai aspek yang saling mendukung. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengelola inovasi layanan dan keterlibatan pelanggan secara optimal untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, khususnya pada fitness center di Kota Medan.



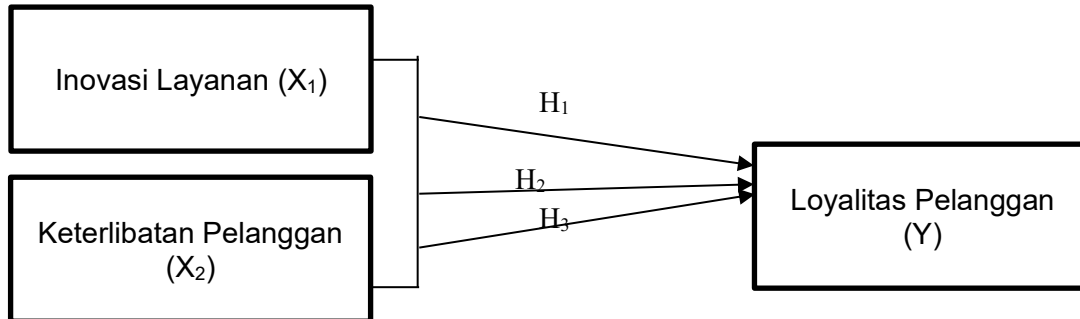
Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



KERANGKA KONSEPTUAL

Berdasarkan kajian pustaka serta pengaruh antara variable maka mode konseptual artikel ini sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Berfikir

Inovasi Layanan (X₁) dan Keterlibatan Pelanggan (Customer Engagement) (X₂) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Selain dari variabel inovasi layanan dan keterlibatan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, terdapat beberapa variabel lain yang dapat mempengaruhinya, antara lain:

1. Inovasi Layanan: (Raisyah Nurul Arifah, 2025) (Teguh Gumilar, 2025)
2. Keterlibatan Pelanggan (Customer Engagement): (Tegar Wijaya Suwardi, 2025) (Syifa Nurfatimah Hidayah, 2025)
3. Kualitas Layanan dan Pengalaman Pelanggan: (Septiarini, 2023)
4. Kepercayaan (Trust): (Meylinda Anggraeni, 2026)
5. Promosi dan Interaksi Pelanggan: (Tegar Wijaya Suwardi, 2025) (Teguh Gumilar, 2025)

E. KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan perumusan masalah serta hasil dan pembahasan pada artikel ini, maka dapat dirumuskan kesimpulan sebagai berikut:

1. inovasi Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Semakin baik inovasi layanan yang diberikan, maka akan semakin tinggi loyalitas pelanggan pada fitness center di Kota Medan.



Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



2. Keterlibatan Pelanggan (Customer Engagement) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Semakin tinggi keterlibatan pelanggan, maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan.
3. Inovasi Layanan dan Keterlibatan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Kedua variabel tersebut secara bersama-sama mampu meningkatkan loyalitas pelanggan.
4. Inovasi Layanan juga berperan dalam meningkatkan kepuasan dan pengalaman pelanggan yang berdampak pada loyalitas. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh tidak langsung melalui variabel lain.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran dalam penelitian ini adalah bahwa masih terdapat banyak faktor atau variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan selain inovasi layanan dan keterlibatan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain seperti kepercayaan (trust), kualitas layanan, pengalaman pelanggan, maupun promosi guna memperoleh hasil yang lebih komprehensif, khususnya pada industri fitness center.

DAFTAR PUSTAKA

- Gono Sutrisno, M. K. (2026). CUSTOMER EXPERIENCE DAN CUSTOMER ENGAGEMENT SEBAGAI PREDIKTOR LOYALITAS PELANGGAN TUKU COFFEE DI KOTA TANGERANG: PERAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI PEMEDIASI. *Jurnal Penelitian Manajemen*, 4 (1), 53-65.
- Meylinda Anggraeni, H. A. (2026). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Inovasi Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Jasa Transportasi Online Gojek di Kota Semarang. *Jurnal Bina Manajemen*, Vol. 14 No.2.
- Muhamad putra jovabzah, R. A. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan Personal Trainer dan Customer Experience Terhadap Loyalitas Pelanggan Gym. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)*, 4 (2), 544-554.
- Raisyah Nurul Arifah, S. A. (2025). Pengaruh Inovasi Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan GoFood. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, Vol. 4 No.5.
- Rizky Putra Andika, M. S. (2026). Pengaruh Inovasi Layanan, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Nusantara Jaya Trans Surabaya. *GEMAH RIPA: Jurnal Bisnis*, 5 (4), 1145-1153.
- Septiarini, E. (2023). The Influence of Service Experience and Service Quality on Customer Loyalty Moderated by Customer Satisfaction at Women's Fitness Centers in Bandung City. *Jurnal Sains Keolahragaan dan Kesehatan*, 8 (1), 1-16.



Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



- Syifa Nurfatimah Hidayah, D. T. (2025). Pengaruh Customer Engagement dan Customer Intimacy terhadap Loyalitas Pelanggan Membership Channel Youtube "Mengkudu Official". *Jurnal Edueco*, Vol. 8 No.2.
- Tegar Wijaya Suwardi, D. O. (2025). Pengaruh Customer Engagement, Brand Turst, Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan di Brand Executive. *MANABIS: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4 (2), 140-150.
- Teguh Gumilar, F. M. (2025). PENGARUH INOVASI LAYANAN, KUALITAS INTERAKSI DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DI PT. LALAKON DIGITAL KREATIF. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi & Akuntansi (MEA)*, 9 (1), 3575 - 3601.
- Yeane Koyongian, R. H. (2025). Pengaruh Media Sosial, Kepercayaan, Keterlibatan Konsumen, dan Loyalitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Skintific. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, Vol. 10 No.8.