**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kualitas Loyalitas Pelanggan**

**Di Toko Saprodi BumDes Karya Anggun Desa Pasir Jaya**

***The Influence of Service Quality on Customer Loyalty at Saprodi Shop BumDes Karya Anggun Pasir Jaya Village***

**Ilham Ali Maksum1\*, Makmur2, Heffi Christya Rahayu3**

 Manajemen, Ekonomi, Universitas Pasir Pengaraian

*Email:* *ilhampoejakesuma00987@gmail.com1****\*,*** *makmurngt@gmail.com2**,* *heffirahayu@upp.ac.id3*

|  |  |
| --- | --- |
| **Article Info**Article history :Received : 29-07-2025Revised : 30-07-2025Accepted : 02-08-2025Pulished : 04-08-2025 | ***Abstract****This research is motivated by the crucial role of service quality in building customer loyalty, especially in the context of Village-Owned Enterprises (BUMDes) which face operational challenges in business competition. Aiming to determine the influence of service quality on customer loyalty at the Saprodi Store of BUMDes Karya Anggun in Pasir Jaya Village, this study uses a quantitative approach with a survey method. The research sample consisted of 96 customers selected using the Slovin formula from a total population of 2,604 people. Data was collected through a questionnaire with a Likert scale and analyzed using simple linear regression analysis with the help of SPSS version 24, after the instrument was confirmed to be valid and reliable. The analysis results prove that service quality has a positive and statistically significant influence on customer loyalty, as indicated by a t-count value of 22.879 with a significance level of 0.000. The regression coefficient of 0.545 indicates that every increase in the perception of service quality will proportionally increase loyalty. Thus, it is concluded that service quality is a fundamental predictor in shaping and maintaining customer loyalty. The implication is that strategic investment in improving reliability, responsiveness, and service assurance is essential for the sustainability of BUMDes..**Keywords* : *BUMDes, Service Quality, Customer Loyalty* |

**Abstrak**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh krusialnya kualitas pelayanan dalam membangun loyalitas pelanggan, khususnya pada konteks Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) yang menghadapi tantangan operasional dalam persaingan bisnis. Bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Toko Saprodi BUMDes Karya Anggun Desa Pasir Jaya, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel penelitian berjumlah 96 pelanggan yang dipilih menggunakan rumus Slovin dari total populasi 2.604 orang. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan bantuan SPSS versi 24, setelah instrumen dipastikan valid dan reliabel. Hasil analisis membuktikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara statistik terhadap loyalitas pelanggan, yang ditunjukkan oleh nilai t-hitung sebesar 22,879 dengan tingkat signifikansi 0,000. Koefisien regresi sebesar 0,545 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan persepsi kualitas pelayanan akan meningkatkan loyalitas secara proporsional. Dengan demikian, disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan prediktor fundamental dalam membentuk dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Implikasinya, investasi strategis pada peningkatan keandalan, daya tanggap, dan jaminan layanan menjadi esensial bagi keberlanjutan BUMDes.

**Kata Kunci : BUMDes, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan**

**PENDAHULUAN**

Di tengah lanskap bisnis global yang semakin kompetitif, kualitas telah menjadi faktor fundamental yang menentukan keberhasilan dan keberlanjutan sebuah perusahaan. Perusahaan tidak lagi dapat hanya mengandalkan keunggulan produk semata, tetapi juga harus mampu memberikan layanan yang melampaui ekspektasi. Paradigma konsumen telah bergeser; mereka tidak hanya mencari produk yang dapat memenuhi kebutuhan fungsional, tetapi juga mendambakan pengalaman berkesan yang memberikan nilai tambah dalam setiap interaksi dengan penyedia jasa. Dalam konteks ini, kualitas pelayanan menjadi fondasi strategis untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan di pasar yang dinamis.

Kualitas yang tinggi tidak hanya berhenti pada penciptaan kepuasan pelanggan sesaat, tetapi juga berperan vital dalam membangun kepercayaan yang berkelanjutan (Yudiadari & Agustina, 2021). Kepercayaan inilah yang menjadi cikal bakal dari loyalitas pelanggan, sebuah aset tak ternilai bagi perusahaan mana pun. Pelanggan yang loyal merupakan tulang punggung pertumbuhan bisnis karena mereka cenderung melakukan pembelian secara berulang dan secara sukarela merekomendasikan produk atau jasa kepada lingkungan sosialnya. Berbagai penelitian telah mengonfirmasi bahwa terdapat hubungan langsung antara kualitas yang dipersepsikan dengan tingkat loyalitas pelanggan (Annisa & Munas Dwiyanto, 2021). Sebaliknya, kualitas yang buruk dapat secara signifikan merusak citra perusahaan dan mendorong pelanggan untuk beralih ke pesaing (Zuchri, 2019).

Secara konseptual, menurut Ahmad Zikri (2022), kualitas pelayanan adalah evaluasi yang dilakukan pelanggan dengan membandingkan antara tingkat pelayanan yang mereka terima dengan tingkat pelayanan yang mereka harapkan. Pelayanan itu sendiri, menurut Kotler dalam Hendro dan Syamswana (2017), adalah setiap tindakan atau kegiatan yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Karena sifatnya yang interaktif dan dirasakan langsung, kualitas pelayanan menjadi cerminan dari kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya.

Konsep kualitas pelayanan ini menjadi sangat relevan ketika diterapkan pada konteks unik Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). BUMDes adalah lembaga usaha desa yang dikelola oleh masyarakat dan pemerintahan desa dengan tujuan utama memperkuat perekonomian desa. Sebagai pilar kegiatan ekonomi di perdesaan, BUMDes mengemban fungsi ganda, yakni sebagai lembaga sosial yang berpihak pada kepentingan masyarakat melalui kontribusinya dalam penyediaan pelayanan sosial dan lembaga komersial yang mencari keuntungan untuk pembangunan desa. Mengingat mayoritas desa di Indonesia memiliki kekayaan sumber daya alam yang melimpah, model BUMDes menjadi sangat relevan untuk diterapkan di seluruh penjuru negeri (Kemendesa PDTT, 2017).

Meskipun memiliki peran strategis dan landasan hukum yang kuat melalui Peraturan Menteri Dalam Negeri (Permendagri) Nomor 39 Tahun 2010, BUMDes menghadapi tantangan signifikan dalam implementasinya. Salah satu kelemahan yang sering dijumpai adalah operasional BUMDes yang belum sepenuhnya mencerminkan tata kelola badan usaha yang profesional (Gunawan, 2011). Padahal, untuk dapat menjalankan perannya secara optimal dan berkelanjutan, kepercayaan dari masyarakat, khususnya pelanggan, menjadi aspek yang krusial. Untuk membangun kepercayaan tersebut, BUMDes dituntut untuk menerapkan manajemen yang profesional, mulai dari pelayanan yang berkualitas hingga pemasaran yang efektif.

Salah satu contoh nyata dari tantangan ini dapat diamati pada Toko Saprodi yang dikelola oleh BUMDes Karya Anggun di Desa Pasir Jaya. Toko ini memiliki posisi yang strategis karena merupakan satu-satunya toko bangunan di desa tersebut dan lokasinya mudah dijangkau. Namun, terdapat sebuah fenomena operasional yang menjadi perhatian. Pelayanan di toko ini terkadang mengalami keterlambatan akibat keterbatasan jumlah karyawan. Kondisi ini menyebabkan kesulitan dalam menangani pesanan dalam jumlah besar dan tidak tersedianya layanan pengantaran. Kesenjangan antara potensi pasar yang besar dengan kapabilitas pelayanan yang terbatas ini berisiko memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

Kesenjangan antara ekspektasi pelayanan dan kenyataan yang dihadapi pelanggan inilah yang mendasari urgensi penelitian ini. Berbagai studi sebelumnya secara konsisten telah membuktikan bahwa kualitas pelayanan merupakan determinan penting dari loyalitas pelanggan. Studi oleh Heni (2013) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen koperasi. Demikian pula, penelitian Nurmalina (2011) mengidentifikasi bahwa dimensi tangible (bukti fisik), seperti atmosfer toko, merupakan faktor utama yang memengaruhi loyalitas konsumen. Selain itu, penelitian oleh Satria (2013) menyimpulkan bahwa meskipun sebagian besar atribut pelayanan telah memenuhi harapan, masih terdapat beberapa aspek yang kinerjanya perlu diperbaiki untuk meningkatkan loyalitas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Toko Saprodi BUMDes Karya Anggun Desa Pasir Jaya.

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Toko Saprodi BUMDes Karya Anggun, yang berlokasi di Desa Pasir Jaya, Kecamatan Rambah Hilir, Kabupaten Rokan Hulu, Provinsi Riau. Lokasi ini dipilih secara sengaja (*purposive*) karena belum pernah menjadi objek penelitian serupa sebelumnya, dan penelitian dilaksanakan selama periode dua bulan hingga September 2024. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan aktif Toko Saprodi BUMDes Karya Anggun yang berjumlah 2.604 orang. Dari populasi tersebut, jumlah sampel ditentukan sebanyak 96 orang menggunakan rumus Slovin dengan batas toleransi kesalahan 10% .

Pengumpulan data dilakukan melalui metode survei dengan menyebarkan kuesioner sebagai instrumen utama. Kuesioner ini berisi serangkaian pernyataan tertutup dengan skala Likert untuk mengukur persepsi responden terhadap kualitas pelayanan dan tingkat loyalitas mereka. Selain itu, metode dokumentasi juga digunakan untuk memperoleh data sekunder, seperti laporan jumlah pelanggan dan struktur organisasi BUMDes, guna melengkapi data primer yang diperoleh .

Seluruh data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 24. Sebelum analisis hipotesis, dilakukan pengujian kualitas instrumen yang meliputi uji validitas dengan korelasi Pearson untuk memastikan setiap item pertanyaan mampu mengukur variabelnya , dan uji reliabilitas dengan Cronbach's Alpha untuk mengukur konsistensi instrumen. Selanjutnya, data diuji menggunakan serangkaian uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas untuk memastikan model regresi yang digunakan layak dan tidak bias. Pengujian hipotesis dilakukan melalui Uji t untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara parsial, dan Uji F untuk mengetahui pengaruhnya secara simultan terhadap variabel terikat, dengan tingkat signifikansi yang ditetapkan sebesar 0,05.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

.Hasil analisis deskriptif terhadap 96 responden memberikan gambaran yang jelas mengenai profil pelanggan. Komposisi responden yang relatif seimbang antara laki-laki (54,2%) dan perempuan (45,8%) mengindikasikan bahwa produk sarana produksi pertanian diminati secara merata. Mayoritas pelanggan (53,1%) berada dalam kelompok usia produktif 20-40 tahun, menandakan bahwa motor penggerak utama pelanggan toko adalah angkatan kerja aktif di desa. Aspek yang paling menarik adalah data loyalitas eksisting, di mana sebagian besar responden (62,5%) telah menjadi pelanggan selama lebih dari satu tahun. Hal ini menunjukkan bahwa Toko Saprodi BUMDes Karya Anggun telah memiliki basis pelanggan setia, dan penelitian ini berfungsi untuk mengidentifikasi variabel kunci yang mempertahankan loyalitas tersebut.

Sebelum melangkah ke pengujian hipotesis, validitas model penelitian dipastikan melalui serangkaian uji diagnostik. Hasilnya menunjukkan bahwa model ini kokoh secara metodologis. Uji validitas dan reliabilitas membuktikan bahwa instrumen kuesioner yang digunakan sangat berkualitas. Seluruh item pertanyaan dinyatakan valid, dan nilai Cronbach's Alpha yang sangat tinggi—0,947 untuk kualitas pelayanan dan 0,903 untuk loyalitas pelanggan—menegaskan konsistensi dan keandalan alat ukur. Lebih lanjut, terpenuhinya semua asumsi klasik (normalitas data, bebas multikolinearitas, dan bebas heteroskedastisitas) memberikan keyakinan bahwa hasil analisis regresi yang diperoleh akurat, tidak bias, dan dapat dipertanggungjawabkan secara statistik.

Analisis inferensial melalui Uji t memberikan bukti statistik yang kuat mengenai pengaruh parsial kualitas pelayanan. Dengan nilai t-hitung sebesar 22,879 yang jauh melampaui t-tabel, serta tingkat signifikansi 0,000, hipotesis penelitian diterima. Ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan secara signifikan dan positif memengaruhi loyalitas pelanggan. Temuan ini lebih dari sekadar konfirmasi statistik; ia memberikan makna kuantitatif melalui koefisien regresi (B) sebesar 0,545. Angka ini dapat diinterpretasikan bahwa setiap peningkatan satu unit pada persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan, berpotensi meningkatkan loyalitas mereka sebesar 0,545 unit. Ini menunjukkan betapa responsifnya loyalitas pelanggan terhadap setiap perbaikan layanan yang dilakukan.

Dukungan lebih lanjut terhadap model penelitian datang dari hasil Uji F, yang menguji kelayakan model secara keseluruhan. Nilai F-hitung yang sangat besar, yaitu 523,431, dengan tingkat signifikansi 0,000, menunjukkan bahwa model regresi ini sangat signifikan (highly significant) dan layak digunakan. Hal ini berarti variabel kualitas pelayanan secara bersama-sama memang mampu menjelaskan variasi dalam variabel loyalitas pelanggan. Dengan kata lain, kualitas pelayanan bukanlah sekadar salah satu faktor, melainkan merupakan prediktor yang sangat kuat dan fundamental dalam membentuk loyalitas pelanggan di konteks Toko Saprodi BUMDes Karya Anggun.

Secara teoretis, temuan ini memperkokoh kerangka konseptual yang menyatakan bahwa loyalitas adalah respons perilaku dan sikap yang timbul dari evaluasi pasca-konsumsi. Menurut Suryani (2012), loyalitas merupakan bentuk respons atas kepuasan yang dirasakan pelanggan. Hasil penelitian ini secara empiris menunjukkan bahwa "kualitas pelayanan" adalah objek evaluasi utama yang dilakukan pelanggan. Ketika pelayanan yang diterima sesuai atau bahkan melebihi harapan, pelanggan akan merasa puas, yang kemudian bermuara pada sikap loyal, persis seperti yang dijelaskan dalam berbagai teori pemasaran. Temuan ini menegaskan bahwa dalam konteks BUMDes sekalipun, prinsip-prinsip dasar pemasaran dan perilaku konsumen tetap berlaku secara universal.

Ketika dibandingkan dengan penelitian-penelitian sejenis, hasil ini menunjukkan konsistensi yang tinggi. Penelitian Heni (2013), misalnya, yang menemukan pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di lingkungan koperasi, memberikan paralel yang kuat dengan konteks BUMDes yang juga berbasis komunitas. Hal ini mengindikasikan bahwa pada lembaga usaha yang mengandalkan kepercayaan anggota atau masyarakat lokal, kualitas pelayanan menjadi faktor yang tidak bisa ditawar. Selain itu, temuan Nurmalina (2011) yang menyoroti pentingnya dimensi tangible (bukti fisik) seperti atmosfer toko, mendukung bahwa elemen-elemen konkret dari pelayanan—seperti kebersihan, kerapian, dan kelengkapan fasilitas di Toko Saprodi—adalah komponen vital yang secara kolektif membentuk persepsi kualitas secara keseluruhan.

Implikasi dari temuan ini sangatlah praktis dan dapat ditindaklanjuti oleh manajemen BUMDes Karya Anggun. Penelitian Satria (2013), yang menyarankan adanya perbaikan berkelanjutan pada atribut pelayanan untuk mengoptimalkan loyalitas, menjadi relevan di sini. Hasil penelitian ini memberikan justifikasi empiris bagi manajemen untuk memprioritaskan investasi pada peningkatan kualitas layanan. Beberapa langkah strategis yang dapat diambil antara lain adalah meningkatkan keandalan dengan memastikan ketersediaan stok, meningkatkan daya tanggap karyawan melalui pelatihan responsivitas, menjamin kualitas melalui pengetahuan produk yang baik, serta memberikan sentuhan empati dalam setiap interaksi untuk membangun hubungan personal yang lebih kuat dengan pelanggan.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan, penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara fundamental merupakan prediktor yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Toko Saprodi BUMDes Karya Anggun. Temuan ini secara tegas menjawab tujuan penelitian dan mengonfirmasi hipotesis yang diajukan, di mana peningkatan pada persepsi kualitas layanan akan berbanding lurus dengan menguatnya tingkat loyalitas pelanggan. Makna dari hasil ini adalah bahwa dalam konteks usaha berbasis komunitas seperti BUMDes, loyalitas bukanlah sesuatu yang terbentuk secara kebetulan, melainkan hasil dari upaya sistematis dalam memberikan pengalaman yang memuaskan secara konsisten melalui lima dimensi utama pelayanan, yakni keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik .

Dengan demikian, dapat dimaknai bahwa investasi dalam peningkatan kualitas pelayanan adalah sebuah langkah strategis yang esensial bagi keberlanjutan BUMDes. Interaksi positif yang dirasakan pelanggan, mulai dari ketersediaan produk yang andal hingga responsivitas karyawan yang cepat, secara kolektif membentuk persepsi positif yang mendorong pelanggan, yang mayoritas berada pada usia produktif, untuk tidak hanya kembali berbelanja tetapi juga menjadi pendukung setia usaha desa. Loyalitas yang terbangun ini pada akhirnya menjadi benteng pertahanan dalam menghadapi persaingan dan pendorong utama pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal.

Sebagai implikasi dari temuan ini, penelitian ini memberikan saran praktis bagi manajemen Toko Saprodi BUMDes Karya Anggun untuk memprioritaskan peningkatan kualitas pelayanan secara berkelanjutan. Langkah konkret yang dapat dilakukan antara lain adalah memastikan ketersediaan stok barang secara konsisten dan memberikan informasi produk serta harga yang jelas untuk meningkatkan keandalan layanan . Selain itu, sangat disarankan untuk melatih karyawan agar lebih cepat dan tanggap dalam merespons kebutuhan maupun keluhan pelanggan, serta menyediakan mekanisme layanan pelanggan yang mudah diakses untuk meningkatkan daya tanggap secara keseluruhan. Implementasi saran-saran ini diharapkan dapat secara langsung meningkatkan kepuasan dan memperkuat loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

**DAFTAR PUSTAKA**

Abdussamad, Zuchri. 2019. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edited by M.Si Dr. Patta Rapanna, SE. CV. Syakir Media Press.

Annisa, A., & Dwiyanto, BM. 2021. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Pengguna Jasa PT. Pos Indonesia di Semarang)*. Diponegoro Journal of Management , 10.

Gunawan, A. 2011. *Peran Badan Usaha Milik Desa dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa*. Jakarta: Penerbit Nusantara.

Hendro,Yuwono. Syamswana, Yuwana. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko King di Malang*. Jurnal Ekonomi Manajemen. Hal 331-346. Vol. 2 No. 1.

Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi. 2017. *Panduan Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)*. Jakarta: Kemendesa PDTT.

Kullmann, S., Pape, AA, Heni, M., Ketterer, C., Schick, F., Häring, HU, ... & Veit, R. 2013. *Konektivitas jaringan fungsional yang mendasari pengolahan makanan: gangguan saliensi dan pemrosesan visual pada orang dewasa dengan berat badan berlebih dan obesitas*. Korteks serebral , 23 (5), 1247-1256.

Nurmalina, R., & Astuti, EP. 2011. Analisis preferensi dan kepuasan konsumen terhadap beras di kecamatan Mulyorejo Surabaya Jawa Timur (analisis preferensi dan kepuasan konsumen terhadap beras di kecamatan Mulyorejo, Surabaya, Jawa Timur). Jurnal Sains Terapan: Wahana Informasi dan Alih Teknologi Pertanian , 1 (1), 42-53.

Satria, RO, & Kuswara, A. 2013. Pengaruh motivasi dan pelatihan terhadap kompetensi kerja serta pemberdayaannya pada produktivitas pegawai Dinas Perhubungan Kota Bandung. Jurnal Ekonomi, Bisnis & Kewirausahaan , 7 (2), 74-83.

Wahyu, Heni Mulyani. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Koperasi dan Citra Koperasi terhadap Loyalitas Konsumen melalui Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening di KUD Mekar Kabupaten Semarang*. SKRIPSI. Universitas Semarang.

Yudiadari, N. K. P., & Agustina, M. D. P. 2021. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Unit Simpan Pinjam Bumdes Dana Merta Desa Tangkup Kabupaten Karangasem*. Widyaamrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata, 1(1), 216-232.

Zikri, Ahmad. 2022. *Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia (persero) Regional I Sumatera*. Jurusan Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.