

## ABSTRAK

Tujuan dari makalah ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan nilai yang dirasakan konsumen terhadap pembelian ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi pada Badan Usaha Milik Desa Gemah Ripah di Desa Sudagaran.

Model dinamis didasarkan pada hasil kuesioner dari 61 responden yang berasal dari pelanggan Badan Usaha Milik Desa Gemah Ripah yang melakukan pembelian minimal 2 kali dalam 6 bulan terakhir). Untuk menguji hipotesis, peneliti menggunakan regresi berganda dengan alat bantu *statistical package for the social sciences* (SPSS) dan uji sobel.

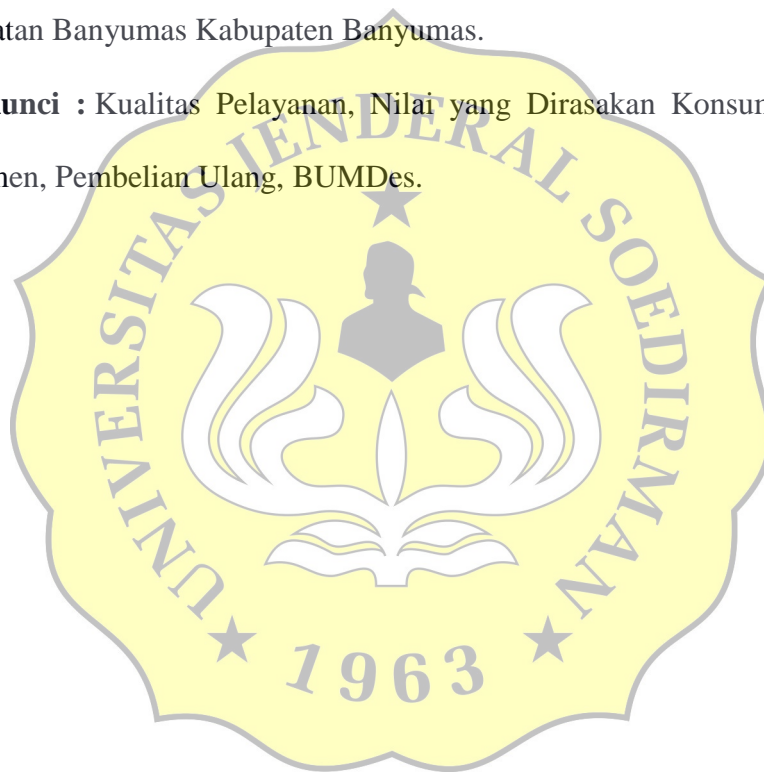
Hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap nilai yang dirasakan. Kualitas pelayanan dan nilai yang dirasakan konsumen berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Selanjutnya kualitas pelayanan dan nilai yang dirasakan konsumen tidak berpengaruh positif terhadap pembelian ulang. Namun kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap pembelian ulang. Untuk kepuasan konsumen memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dan nilai yang dirasakan konsumen terhadap pembelian ulang. Namun, diamati bahwa kepuasan konsumen memiliki dampak yang lebih signifikan saat menjadi variabel mediasi pada nilai yang dirasakan konsumen terhadap pembelian ulang.

Studi ini mengungkapkan pentingnya Langkah-langkah kebijakan yang bertujuan untuk meningkatkan pembelian ulang pelanggan Badan Usaha Milik

Desa Gemah Ripah melalui kualitas pelayanan, nilai yang dirasakan konsumen, dan kepuasan konsumen.

Tidak ada studi yang mengevaluasi hubungan antara kualitas layanan, nilai yang dirasakan konsumen, kepuasan konsumen, dan pembelian ulang untuk Badan Usaha Milik Desa Gemah Ripah. Oleh karena itu, penelitian ini bermanfaat bagi Badan Usaha Milik Desa Gemah Ripah dan Pemerintah Desa Sudagaran Kecamatan Banyumas Kabupaten Banyumas.

**Kata kunci** : Kualitas Pelayanan, Nilai yang Dirasakan Konsumen, Kepuasan Konsumen, Pembelian Ulang, BUMDes.



## **ABSTRACT**

*The purpose of this paper is to analyze the effect of service quality and perceived value on consumers' repurchase with customer satisfaction as a mediating variable at Gemah Ripah Village-Owned Enterprises in Sudagaran Village.*

*The dynamic model is based on the results of a questionnaire from 61 respondents from Gemah Ripah Village Owned Enterprise customers who have made purchases at least 2 times in the last 6 months). To test the hypothesis, the researcher used multiple regression with the statistical package for the social sciences (SPSS) and Sobel test.*

*The results show that service quality has a positive effect on perceived value. Service quality and perceived value of consumers positively affect customer satisfaction. Furthermore, the quality of service and the perceived value of consumers do not have a positive effect on repeat purchases. However, consumer satisfaction has a positive effect on repeat purchases. Consumer satisfaction mediates the relationship between service quality and the perceived value of consumers on repeat purchases. However, it was observed that consumer satisfaction had a more significant impact when it became a mediating variable on consumers' perceived value of repurchase.*

*This study reveals the importance of policy measures aimed at increasing customer repurchase of Gemah Ripah Village-Owned Enterprises through service quality, consumer perceived value, and customer satisfaction.*

*There are no studies evaluating the relationship between service quality, consumer perceived value, customer satisfaction, and repeat purchases for Gemah Ripah Village Owned Enterprises. Therefore, this research is beneficial for Gemah Ripah Village-Owned Enterprises and the Sudagaran Village Government, Banyumas District, Banyumas Regency.*

**Keywords:** *Service Quality, Consumer Perceived Value, Consumer Satisfaction, Repeat Purchase, BUMDes.*

