

## BAB V

### SIMPULAN DAN IMPLIKASI

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan tentang pengaruh kualitas pelayanan dan nilai yang dirasakan konsumen terhadap pembelian ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap nilai yang dirasakan konsumen. Dari kelima indikator yaitu *tangible*, *reability*, *responsive*, *assurance*, dan *empathy* yang dijabarkan menjadi 9 item yang memiliki pengaruh paling tinggi adalah indikator *tangible* item yang menyatakan bahwa pegawai BUMDes menunjukkan minat yang tulus untuk membantu pelanggan untuk memecahkan masalah. Hal ini menandakan bahwa konsumen BUMDes Gemah Ripah menyukai pelayanan yang tulus dari pegawai BUMDes dalam melayani konsumen selama bertransaksi. Indikator kedua tertinggi adalah *reability* item yang menunjukkan bahwa pegawai BUMDes membantu menunjukkan produk yang pelanggan akan beli. Poin ini menandakan bahwa kesediaan pegawai untuk menunjukkan produk-produk yang akan dibeli menciptakan nilai yang dirasakan konsumen semakin bertambah.

2. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Selain berpengaruh terhadap nilai yang dirasakan konsumen, kualitas pelayanan juga berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan konsumen. Indikator *tangible* dan *reability* yang memiliki nilai tertinggi menunjukkan bahwa kepuasan konsumen bisa saja terbentuk karena pegawai BUMDes yang tulus dalam membantu pelanggan dan menunjukkan produk yang pelanggan akan beli. Salah satu indikator dari kepuasan konsumen yang nilainya paling tinggi juga adalah item bahwa pelanggan puas dengan pelayanan dari BUMDes Gemah Ripah.
3. Nilai yang dirasakan konsumen memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Diantara kelima indikator yaitu produk BUMDes Gemah Ripah memiliki nilai, biaya yang adil, produk BUMDes Gemah Ripah setimpal dengan pengorbanan pelanggan, pelanggan mendapatkan apa yang pelanggan inginkan, dan harga yang bersaing dengan kompetitor. Indikator biaya yang adil bagi pelanggan skor paling tinggi. Hal ini menandakan produk BUMDes sangatlah bermanfaat karena fungsi dan harganya sesuai. Indikator pelanggan mendapatkan apa yang pelanggan inginkan memiliki nilai skor terendah, pelanggan mengatakan bahwa barang-barang yang mereka inginkan tidak ada atau sedang habis.
4. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap pembelian ulang. Dari kelima indikator yaitu *tangible*, *reability*, *responsive*, *assurance*, dan *empathy* yang dijabarkan menjadi 9 item. Item bahwa pegawai BUMDes menunjukkan minat yang tulus untuk membantu pelanggan untuk

memecahkan masalah adalah item dengan skor paling tinggi, hal ini menandakan pelayanan dari pegawai BUMDes yang tulus sangat berarti bagi konsumen. Untuk skor terendah ada pada item BUMDes Gemah Ripah menyediakan berbagai macam bentuk pembayaran (tunai, transfer, dan uang elektronik), berarti metode pembayaran yang hanya tersedia secara tunai membuat konsumen enggan untuk melakukan pembelian ulang. Skor untuk item pegawai BUMDes dapat menangani keluhan pelanggan secara cepat juga memiliki skor rendah yang artinya pegawai BUMDes lambat dalam menangani keluhan hal ini dapat disebabkan oleh pegawai BUMDes yang kurang memiliki pengetahuan tentang pertanyaan-pertanyaan pelanggan. Hal ini dikarenakan skor item pegawai memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan memiliki skor rendah. Hal ini menyebabkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap pembelian ulang dikarenakan beberapa responden menganggap kurang luasnya responden dalam melakukan pembayaran selain tunai, kurang tanggapnya pelayanan dari pegawai BUMDes untuk menangani keluhan, dan kurangnya pengetahuan pegawai BUMDes.

5. Nilai yang dirasakan konsumen tidak berpengaruh terhadap pembelian ulang. Diantara kelima indikator yaitu *product are valuable*, *charges are fair*, *product worthwhile*, *get what customers want*, dan harga yang bersaing dengan kompetitor. *Charges are fair* memiliki skor paling tinggi. Hal ini menandakan produk dan layanan dari BUMDes Gemah Ripah sangatlah bermanfaat bagi konsumen, sedangkan skor paling rendah ada

pada indikator *get what customers want* yang berarti persediaan barang terbatas dan tidak tersedia pada BUMDes Gemah Ripah. Skor terendah lainnya adalah harga yang bersaing dengan kompetitor dilanjutkan dengan *product worthwhile*. Artinya beberapa produk BUMDes ada yang kurang bersaing dengan kompetitor ditambah lokasi took BUMDes yang dekat dengan supermarket bernama Yogi. Lalu ada juga produk yang kurang sesuai dengan apa yang telah dikorbankan oleh pelanggan. Hal ini membuat nilai yang dirasakan konsumen tidak berpengaruh terhadap pembelian ulang.

6. Kepuasan konsumen memiliki pengaruh terhadap pembelian ulang. Dari keenam indikator diantaranya kepuasan dalam membuat keputusan untuk bertransaksi, kesesuaian ekspektasi pelayanan, kesesuaian ekspektasi produk, keinginan untuk melakukan pembelian ulang, memberikan rekomendasi kepada orang lain, dan produk sesuai dengan harapan. Kesesuaian ekspektasi pelayanan adalah indikator dengan skor tertinggi. Konsumen menyatakan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pegawai BUMDes Gemah Ripah. Sedangkan skor terendah pada indikator memberikan rekomendasi kepada orang lain. Hal ini mungkin saja karena Desa Sudagaran yang berada di daerah perkotaan membuat warga jarang berkontak secara langsung untuk saling memberikan rekomendasi kepada orang lain.
7. Kepuasan konsumen memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang. Meskipun kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh

terhadap pembelian ulang namun kualitas pelayanan dapat memengaruhi pembelian ulang secara tidak langsung melalui kepuasan konsumen. Hal yang menyebabkan kepuasan konsumen memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang dikarenakan indikator kepuasan konsumen yang menyatakan puas dengan pelayanan dari BUMDes Gemah Ripah merupakan jawaban dengan skor tertinggi dan indikator yang menyebutkan pelanggan memiliki keinginan untuk melakukan pembelian ulang memiliki jumlah responden memilih setuju sebanyak 69% dan sangat setuju 13%. Hal ini membuat apabila kualitas pelayanan ditingkatkan maka akan menambah kepuasan konsumen dan berakibat menimbulkan rasa untuk melakukan pembelian ulang.

8. Kepuasan konsumen memediasi pengaruh nilai yang dirasakan konsumen terhadap pembelian ulang. Meskipun nilai yang dirasakan konsumen tidak memiliki pengaruh terhadap pembelian ulang namun nilai yang dirasakan konsumen dapat memengaruhi pembelian ulang secara tidak langsung melalui kepuasan konsumen. Kemungkinan kepuasan konsumen menjadi variabel mediasi ini diterima karena nilai yang dirasakan konsumen tidak hanya meningkatkan keunggulan kompetitif tetapi juga menimbulkan rasa puas. Konsumen yang puas akan memiliki nilai yang positif sehingga potensi untuk membeli ulang produk atau layanan semakin besar. Produk atau layanan BUMDes yang bermanfaat memiliki skor tertinggi sehingga dapat memengaruhi nilainya kepada kepuasan konsumen. Hal ini membuat apabila nilai yang dirasakan konsumen ditingkatkan maka akan menambah

kepuasan konsumen dan berakibat menimbulkan rasa untuk melakukan pembelian ulang

## B. Implikasi

### 1. Implikasi teoritis

Literatur-literatur yang menjelaskan tentang kualitas pelayanan, nilai yang dirasakan konsumen terhadap pembelian ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi pada BUMDes Gemah Ripah telah dipekuat oleh beberapa konsumen teoritis. Dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap nilai yang dirasakan konsumen mendukung secara empiris teori dari:
  - 1) Demir et al. (2020) kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap nilai yang dirasakan konsumen pada *online meeting platforms* dimana manajer harus mengevaluasi kualitas layanan dari sudut pandang efisiensi, ketersediaan sistem, pemenuhan, dan privasi
- b. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen mendukung secara empiris teori dari:
  - 1) Farooq et al. (2018) Kualitas layanan adalah salah satu faktor penentu keberhasilan dalam layanan industri saat ini. Kualitas pesawat yang lebih baik meningkatkan kepuasan pelanggan. Perusahaan harus berfokus pada strategi diferensiasi layanan, merekrut dan melatih sumber daya manusia, merenovasi tampilan

eksterior dan interior, memastikan efisiensi layanan untuk membangun citranya yang andal dan aman.

- 2) Meesala & Paul (2018) perusahaan harus fokus pada penyampaian layanan tepat waktu, karyawan yang peduli, akurasi penagihan, komunikasi yang tepat tentang waktu pemberian layanan, ketepatan waktu layanan, dan kesediaan karyawan untuk membantu. Penting untuk disebutkan bahwa kepuasan wanita terhadap kualitas layanan memiliki dampak yang lebih besar pada loyalitas sedangkan pada kelompok pria tidak demikian.
- c. Nilai yang dirasakan konsumen berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen mendukung secara empiris teori dari:
- 1) Uzir et al. (2021) untuk meningkatkan nilai yang dirasakan hal-hal ini perlu diperhatikan diantaranya biaya pengiriman harus kompetitif dan masuk akal sehingga penerima tidak berpikir bahwa mereka membayar lebih dari yang mereka terima. membangun dan mempertahankan kepercayaan pelanggan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.
  - 2) Konuk (2019) menunjukkan bahwa nilai yang dirasakan konsumen merupakan salah satu faktor penting yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen,
- d. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap pembelian ulang

- 1) (Demir et al., 2020) kualitas layanan dari perusahaan mungkin tidak cukup untuk meyakinkan pelanggan untuk meningkatkan kesediaan untuk melakukan pembelian ulang.
- e. Nilai yang dirasakan konsumen tidak berpengaruh positif terhadap pembelian ulang
- 1) Leonnard (2018) nilai uang yang dirasakan konsumen terhadap pembelian ulang tidak memiliki pengaruh secara langsung. Maka dari itu manager tidak dapat menetapkan harga sedemikian rupa tanpa meningkatkan kualitas pelayanan.
- f. Kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap pembelian ulang
- 1) Kim et al. (2012) Kepuasan konsumen pada konsumen yang berbelanja secara *online* dipengaruhi oleh kegunaan dan hedonis dan secara signifikan memengaruhi pembelian ulang.
  - 2) Purbasari & Permatasari (2018) kepuasan konsumen secara keseluruhan pada pelayanan yang telah diterima akan memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku niat konsumen untuk menggunakan perusahaan jasa yang sama pada masa yang akan datang.
- g. Kepuasan konsumen memediasi kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang
- 1) Srivastava & Sharma (2013) kepuasan pelanggan adalah variabel strategis utama yang penting sebagai variabel mediasi antara kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang.



2) Phuong & Dai Trang (2018) kualitas layanan secara keseluruhan secara langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan, dengan mempertimbangkan model layanan yang lebih komprehensif sehingga kepuasan konsumen dapat memediasi hubungan kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang.

h. Kepuasan konsumen memediasi nilai yang dirasakan konsumen terhadap pembelian ulang

1) Shantika & Setiawan (2019) niat pelanggan untuk melakukan pembelian ulang akan meningkat jika nilai yang dirasakan konsumen dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

2) Lam et al. (2016) kepuasan konsumen dapat memediasi hubungan nilai yang dirasakan konsumen terhadap pembelian ulang. Pemasar harus meningkatkan nilai yang dirasakan konsumen dari produk perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen agar pembelian ulang juga meningkat.

## 2. Implikasi manajerial

Penelitian ini merupakan penelitian empiris dan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam membangun strategi pemasaran yang efektif dan efisien untuk menarik minat pembelian ulang. Dengan mempertimbangkan kualitas pelayanan, nilai yang dirasakan konsumen, dan kepuasan konsumen, pada BUMDes Gemah Ripah dapat melakukan:

a. BUMDes Gemah Ripah perlu meningkatkan kepuasan konsumen melalui nilai yang dirasakan konsumen untuk menaikkan pembelian

ulang pada BUMDes gemah. Dengan meningkatkan nilai produk, menyediakan produk yang bermanfaat, meningkatkan kualitas produk dengan harga yang terjangkau, melengkapi barang dagangan, dan mempertahankan harga yang bersaing dengan kompetitor.

- b. Menyediakan metode pembayaran dengan menggunakan transfer dan uang elektronik agar konsumen BUMDes dapat dengan bebas memilih metode pembayaran yang mereka inginkan bukan hanya terbatas pada pembayaran secara uang tunai.
- c. Cepat melakukan *restock* produk yang sudah habis dan menambah produk dagangan yang mungkin diperlukan oleh masyarakat Desa Sudagaran. Agar konsumen dapat dengan mudah menemukan apa yang mereka inginkan.
- d. Terus mengoptimalkan pelayanan dan produk yang diberikan agar konsumen puas dan merekomendasikan BUMDes kepada orang lain.
- e. Terus melakukan komunikasi yang baik dengan pelanggan-pelanggan lama dan baru agar pelanggan tetap merasa nyaman dan terus melakukan pembelian ulang.

### C. Keterbatasan Penelitian

Untuk memperoleh data pada penelitian ini menggunakan angket kuesioner secara *offline / door to door*, sehingga sulit untuk peneliti mendapatkan jumlah responden dalam jumlah besar. Dalam kuesioner ini juga peneliti tidak mencantumkan pertanyaan terbuka karena waktu penelitian yang cukup singkat namun hanya sebatas percakapan singkat saat peneliti

melakukan wawancara secara langsung kepada konsumen BUMDes Gemah Ripah. Meskipun peneliti menyoroiti faktor yang memengaruhi pembelian ulang, namun hal ini hanya mewakili sebagian kecil saja, sehingga dapat mempertimbangkan faktor lainnya untuk dimasukan seperti loyalitas pelanggan ataupun kepercayaan. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah responden dan faktor-faktor lainnya yang dapat menarik pembelian ulang pada BUMDes Gemah Ripah Desa Sudagaran Kecamatan Banyumas.

#### **D. Outcome Dana Desa**

Berdasarkan pada hasil kuesioner BUMDes dari Ditjen Pembendaharaan pada lampiran satu yang peneliti peroleh dari wawancara dengan Direktur BUMDes Gemah Ripah dan masyarakat Sudagaran. Perolehan dana dari Dana Desa pada tahun 2018 sebesar Rp 50.000.000,00 dan bantuan Pemprov 2020 sebesar Rp 25.000.000,00 sudah habis terpakai untuk perbaikan kios, pembelian peralatan, dan modal usaha. BUMDes Gemah Ripah memiliki jenis usaha perdagangan yaitu perdagangan barang pokok, jasa pengisian pulsa dan token listrik, sewa kios, dan pengadaan barang material.

Menurut amanat dari Mendes bahwa BUMDes tidak boleh menjadi pesaing yang mematikan UMKM dan seharusnya menjadi pendukung untuk memajukan UMKM. BUMDes memang belum bisa menjadi pemasok untuk toko-toko kecil di Desa Sudagaran namun BUMDes Gemah Ripah sudah mulai merangkul UMKM yang memiliki produk, UMKM dapat menitipkan produknya di toko BUMDes.

Berdasarkan pada hasil penelitian ini juga peneliti menemukan bahwa kualitas pelayanan dan nilai yang dirasakan konsumen tidak memiliki pengaruh terhadap pembelian ulang, namun dapat kualitas pelayanan dan nilai yang dirasakan konsumen dapat berpengaruh terhadap pembelian ulang melalui kepuasan konsumen. Maka dari itu, untuk meningkatkan *outcome* Dana Desa BUMDes Gemah Ripah harus terus meningkatkan kepuasan konsumen melalui kualitas pelayanan dan nilai yang dirasakan konsumen agar pelanggan BUMDes Gemah Ripah melakukan pembelian ulang.

