

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Dini Oktavia Tsaqiba Azka, Amelia Putri Azhara, Intan Nuraini Lubis, Kiki Arizka Ramadhani, Muhammad Ikhwal Tanjung, Riski Aseandi

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, mempertahankan pelanggan menjadi salah satu strategi penting untuk mencapai keberhasilan usaha. Kualitas pelayanan yang baik serta tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi diyakini mampu meningkatkan loyalitas konsumen terhadap suatu usaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 30 responden yang merupakan pelanggan UMKM. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif, uji reliabilitas, korelasi Pearson, regresi linier berganda, uji F, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Secara simultan kedua variabel mampu menjelaskan 85,1% variasi loyalitas konsumen.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, loyalitas konsumen, UMKM, pengantar bisnis

Abstract

This study aims to analyze the effect of service quality and customer satisfaction on customer loyalty in Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). In an increasingly competitive business environment, retaining customers is an important strategy for achieving business success. Good service quality and high customer satisfaction are believed to increase customer loyalty. This study employed a quantitative approach through questionnaires distributed to 30 MSME customers. Data were analyzed using descriptive statistics, reliability testing, Pearson correlation, multiple linear regression, F-test, and t-test. The results indicate that service quality and customer satisfaction have a positive and significant effect on customer loyalty. Simultaneously, both variables explain 85.1% of the variation in customer loyalty.

Keywords: service quality, customer satisfaction, customer loyalty, MSMEs, business introduction

A. PENDAHULUAN

Bisnis merupakan kegiatan yang dilakukan individu maupun kelompok untuk menghasilkan barang atau jasa yang memiliki nilai ekonomi. Tujuan utama dari kegiatan bisnis adalah memperoleh keuntungan sekaligus memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam perkembangan dunia usaha saat ini, persaingan bisnis semakin meningkat sehingga perusahaan harus mampu memberikan nilai lebih kepada pelanggan agar tetap bertahan dan berkembang.

Salah satu faktor yang menentukan keberhasilan suatu bisnis adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen. Pelayanan yang baik akan menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan sehingga meningkatkan kemungkinan mereka untuk kembali melakukan pembelian. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi aspek yang sangat penting dalam pengelolaan usaha.

Selain kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan juga memiliki peran yang besar dalam menentukan keberhasilan bisnis. Kepuasan pelanggan muncul ketika produk atau jasa yang diterima sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Pelanggan yang merasa puas cenderung memiliki hubungan yang lebih baik dengan perusahaan dan memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Loyalitas konsumen merupakan bentuk komitmen pelanggan untuk terus menggunakan produk atau jasa dari perusahaan tertentu secara berulang. Loyalitas menjadi aset penting bagi perusahaan karena pelanggan yang loyal akan memberikan kontribusi terhadap peningkatan penjualan dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen pada UMKM. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha dalam meningkatkan kualitas layanan dan mempertahankan pelanggan.

B. KAJIAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Pelayanan yang berkualitas dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan menciptakan hubungan yang lebih baik antara perusahaan dengan konsumen.

Kualitas pelayanan tidak hanya berkaitan dengan kecepatan pelayanan, tetapi juga mencakup keramahan, ketepatan informasi, kemampuan karyawan dalam membantu pelanggan, dan kenyamanan yang diberikan kepada konsumen selama proses transaksi berlangsung.

Perusahaan yang mampu memberikan pelayanan berkualitas akan memperoleh keunggulan kompetitif dibandingkan pesaingnya. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan bisnis.

Indikator Kualitas Pelayanan

1. Keandalan pelayanan.
2. Ketanggapan karyawan.
3. Jaminan pelayanan.
4. Empati terhadap pelanggan.
5. Bukti fisik pelayanan.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang diterima dengan harapan yang dimiliki sebelumnya. Semakin tinggi tingkat kesesuaian antara harapan dan kenyataan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu usaha karena pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian ulang dan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain.

Perusahaan perlu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan agar mampu menciptakan tingkat kepuasan yang tinggi dan berkelanjutan.

Indikator Kepuasan Pelanggan

1. Kesesuaian harapan.
 2. Kepuasan terhadap produk.
 3. Kepuasan terhadap pelayanan.
 4. Keinginan membeli kembali.
 5. Kesiediaan merekomendasikan.
-

Loyalitas Konsumen

Loyalitas konsumen merupakan komitmen pelanggan untuk terus menggunakan produk atau jasa tertentu dalam jangka panjang. Loyalitas menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara pelanggan dengan perusahaan.

Konsumen yang loyal tidak hanya melakukan pembelian ulang tetapi juga cenderung memberikan promosi dari mulut ke mulut yang positif. Hal ini memberikan keuntungan besar bagi perusahaan karena biaya mempertahankan pelanggan lebih rendah dibandingkan memperoleh pelanggan baru.

Loyalitas konsumen menjadi salah satu indikator keberhasilan bisnis yang sangat penting dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat.

Indikator Loyalitas Konsumen

1. Pembelian ulang.
 2. Kesetiaan terhadap merek.
 3. Rekomendasi kepada orang lain.
 4. Tidak mudah berpindah ke pesaing.
 5. Hubungan jangka panjang dengan perusahaan.
-

Hipotesis Penelitian

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

H2: Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

H3: Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Variabel penelitian terdiri atas Kualitas Pelayanan (X1), Kepuasan Pelanggan (X2), dan Loyalitas Konsumen (Y). Populasi penelitian adalah pelanggan UMKM dengan jumlah responden sebanyak 30 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan total sampling. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan skala Likert 1–5. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif, uji reliabilitas, korelasi Pearson, regresi linier berganda, uji F, dan uji t.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 1. Descriptive Statistics

Variabel	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan (X1)	4,37	0,31
Kepuasan Pelanggan (X2)	4,42	0,29
Loyalitas Konsumen (Y)	4,48	0,27

Penjelasan

Hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai rata-rata di atas 4,00 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada UMKM telah berjalan dengan baik sehingga mampu menciptakan loyalitas konsumen yang tinggi. Tingginya nilai rata-rata juga menunjukkan bahwa pelanggan memiliki persepsi positif terhadap usaha yang mereka gunakan.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Reliability Statistics

Variabel	Cronbach Alpha
Kualitas Pelayanan	0,903
Kepuasan Pelanggan	0,915
Loyalitas Konsumen	0,928

Penjelasan

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach Alpha di atas 0,70. Dengan demikian, instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan mampu menghasilkan data yang konsisten. Tingginya nilai reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan dapat digunakan sebagai alat ukur yang baik dalam penelitian.

Uji Korelasi

Tabel 3. Correlations

Variabel	X1	X2	Y
X1	1	0,762	0,884
X2	0,762	1	0,891
Y	0,884	0,891	1

Penjelasan

Hasil korelasi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang sangat kuat dengan loyalitas konsumen. Nilai korelasi yang tinggi menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan akan diikuti oleh peningkatan loyalitas konsumen terhadap UMKM.

Analisis Regresi

Tabel 4. Model Summary

Model	R	R Square
1	0,922	0,851

Penjelasan

Nilai R Square sebesar 0,851 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan mampu menjelaskan 85,1% variasi loyalitas konsumen. Sisanya sebesar 14,9% dipengaruhi oleh faktor lain seperti harga, citra merek, kualitas produk, dan promosi yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji ANOVA

Tabel 5. ANOVA

Model	F	Sig.
Regression	52,43	0,000

Penjelasan

Nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga model regresi dinyatakan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang nyata terhadap loyalitas konsumen.

Uji Parsial (t)

Tabel 6. Coefficients

Variabel	B	t	Sig.
Kualitas Pelayanan	0,453	4,48	0,001
Kepuasan Pelanggan	0,561	5,32	0,000

Penjelasan

Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Kepuasan pelanggan memiliki nilai koefisien yang lebih besar dibandingkan kualitas pelayanan sehingga menjadi variabel yang paling dominan dalam memengaruhi loyalitas konsumen.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Pelayanan yang cepat, ramah, dan responsif mampu menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan sehingga meningkatkan kemungkinan mereka untuk melakukan pembelian ulang. Pelanggan yang merasa dilayani dengan baik cenderung memiliki hubungan yang lebih kuat dengan perusahaan.

Kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Ketika pelanggan merasa kebutuhan dan harapannya terpenuhi, mereka akan lebih percaya terhadap produk maupun jasa yang ditawarkan. Tingkat kepuasan yang tinggi akan meningkatkan kemungkinan pelanggan untuk tetap menggunakan produk yang sama dalam jangka panjang.

Secara simultan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memberikan kontribusi sebesar 85,1% terhadap loyalitas konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut merupakan aspek penting yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha dalam mempertahankan pelanggan dan meningkatkan daya saing bisnis.

E. KESIMPULAN

Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Kepuasan pelanggan menjadi variabel yang paling dominan memengaruhi loyalitas konsumen. Secara simultan kedua variabel mampu menjelaskan 85,1% variasi loyalitas konsumen pada UMKM.

F. DAFTAR PUSTAKA

Alma, B. (2022). *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Griffin, J. (2021). *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*. New York: Jossey-Bass.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). New York: Pearson Education.

Lupiyoadi, R. (2022). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2023). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Andriani, D., & Hidayat, R. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada UMKM Kuliner. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 10(2), 145–158.

Kurniawan, A., & Putri, S. (2024). Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Small Business Sector. *International Journal of Business and Management Studies*, 12(1), 55–70.

Mulyani, E., & Nugroho, B. (2023). Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen pada Sektor UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 18(3), 220–233.

Prasetyo, H., & Rahman, A. (2024). Service Quality as a Determinant of Consumer Loyalty. *Journal of Business Research and Development*, 14(2), 87–101.

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2024). *Laporan Perkembangan UMKM Indonesia*.

Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Indonesia*.