

PENGARUH MODEL BISNIS BERKELANJUTAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (STUDI KASUS PUCICO WIFI DI LIMBOTO BARAT)

Mohamad Andriawan R Abas¹, Ramlan Amir Isa², Rezkiawan Tantawi³

Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia¹²³

E-Mail: mohamadandriawanabas@gmail.com

Abstract: *This study aims to determine the influence of sustainable business models on consumer loyalty at Pucico Wifi in West Limoto. The research method used is a quantitative method with a survey approach. The data collection technique was carried out through the distribution of questionnaires to Pucico Wifi consumers. The data was analyzed using simple linear regression with the help of the SPSS version 20.0 program. The results of the study show that a sustainable business model has a positive and significant effect on consumer loyalty. This is evidenced by the results of the t-test where the t-calculated value is greater than the t-table so that the research hypothesis is accepted. The determination coefficient showed that the sustainable business model contributed 33.5% to consumer loyalty, while the rest was influenced by other factors outside the study. The findings of this study show that the application of sustainable business models through economic value, social value, environmental value, business model innovation, relationship with consumers, and resource efficiency is able to increase consumer loyalty of Pucico Wifi in West Limoto.*

Keywords: *Sustainable Business Model, Consumer Loyalty, Pucico Wifi.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh model bisnis berkelanjutan terhadap loyalitas konsumen pada Pucico Wifi di Limboto Barat. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Pucico Wifi. Analisis data menggunakan regresi linear sederhana dengan bantuan program SPSS versi 20.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model bisnis berkelanjutan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t dimana nilai t-hitung lebih besar dibandingkan t-tabel sehingga hipotesis penelitian diterima. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa model bisnis berkelanjutan memberikan kontribusi sebesar 33,5% terhadap loyalitas konsumen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan model bisnis berkelanjutan melalui nilai ekonomi, nilai sosial, nilai lingkungan, inovasi model bisnis, hubungan dengan konsumen, dan efisiensi sumber daya mampu meningkatkan loyalitas konsumen Pucico Wifi di Limboto Barat.

Kata Kunci: *Model Bisnis Berkelanjutan, Loyalitas Konsumen, Pucico Wifi.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah meningkatkan kebutuhan masyarakat terhadap akses internet, termasuk di wilayah Limboto Barat. Internet kini menjadi kebutuhan utama dalam mendukung aktivitas pendidikan, pekerjaan, bisnis, hingga hiburan. Kondisi tersebut mendorong munculnya berbagai penyedia layanan internet lokal, salah satunya Pucico Wifi, yang berupaya memberikan layanan internet yang terjangkau dan mudah diakses oleh masyarakat. Dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat, perusahaan tidak hanya dituntut menyediakan layanan berkualitas, tetapi juga mampu menerapkan model bisnis berkelanjutan agar tetap kompetitif dan mampu mempertahankan konsumen. Menurut Martin Geissdoerfer et al. (2018), model bisnis berkelanjutan menjadi pendekatan penting dalam menciptakan keseimbangan antara nilai ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam aktivitas bisnis.

Model bisnis berkelanjutan diyakini dapat meningkatkan loyalitas konsumen karena perusahaan mampu memberikan nilai tambah yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan hubungan sosial dan keberlanjutan usaha. Loyalitas konsumen tercermin dari adanya pembelian ulang, komitmen menggunakan jasa, serta kesediaan merekomendasikan

layanan kepada orang lain. Dalam konteks usaha jasa internet seperti Pucico Wifi di Limboto Barat, loyalitas konsumen menjadi faktor penting untuk menjaga keberlangsungan usaha di tengah banyaknya pilihan layanan internet yang tersedia. Menurut Jill Griffin (2019), loyalitas konsumen terbentuk melalui kepuasan dan hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan.

Berdasarkan data pelanggan Pucico Wifi di Limboto Barat, jumlah konsumen mengalami peningkatan dari 102 pelanggan pada tahun 2023 menjadi 122 pelanggan pada tahun 2025. Peningkatan tersebut menunjukkan adanya kebutuhan masyarakat yang tinggi terhadap layanan internet sekaligus menjadi tantangan bagi perusahaan untuk mempertahankan loyalitas konsumennya. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui pengaruh model bisnis berkelanjutan terhadap loyalitas konsumen pada layanan Pucico Wifi di Limboto Barat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengetahui pengaruh model bisnis berkelanjutan terhadap loyalitas konsumen pada layanan Pucico Wifi di Limboto Barat. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Pucico Wifi sebagai responden penelitian. Variabel independen dalam penelitian ini adalah model bisnis berkelanjutan, sedangkan variabel dependen adalah loyalitas konsumen.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Pucico Wifi di Limboto Barat yang berjumlah 122 pelanggan. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling jenuh, sehingga seluruh populasi dijadikan sampel penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Pengukuran data menggunakan skala Likert dengan lima alternatif jawaban mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear sederhana, uji t, serta uji koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan program SPSS versi 20.0. Analisis tersebut digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh model bisnis berkelanjutan terhadap loyalitas konsumen pada layanan Pucico Wifi di Limboto Barat.

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas Instrumen

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Instrumen

No	Hasil Uji Validitas		r-tabel	Keterangan
	X	Y		
1	0.267	0.599	0,213	Valid
2	0.333	0.661		Valid
3	0.340	0.657		Valid
4	0.402	0.554		Valid
5	0.356	0.661		Valid
6	0.318	0.648		Valid
7	0.275	0.691		Valid
8	0.412	0.690		Valid
9	0.460	0.583		Valid
10	0.363	0.578		Valid
11	0.296	0.622		Valid
12	0.412	0.236		Valid

13	0.382	0.564		Valid
14	0.345	0.434		Valid
15	0.388	0.567		Valid

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2026.

Hasil pengujian *Pearson Correlation* menunjukkan bahwa masing-masing item pernyataan yang terdapat dalam kuisioner baik variabel menunjukkan nilai lebih besar dari 0,413 sehingga peneliti menyimpulkan bahwa kuisioner yang digunakan adalah valid.

Uji Realibitas

Tabel 2 Hasil Uji Realibitas

Variabel	Cronbach Alpha	r tabel	Kriteria
Model Bisnis Berkelanjutan	0,694	0,6	Reliabel
Loyalitas Konsumen	0,741		

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2026.

Hasil pengujian *Cronbach's Alpha* menunjukkan bahwa keseluruhan item pernyataan yang terdapat dalam kuisioner variabel menunjukkan nilai lebih dari 0,6 sehingga peneliti menyimpulkan bahwa kuisioner yang digunakan adalah reliabel.

Pengujian Hipotesis

Pengaruh Model Bisnis Berkelanjutan Terhadap Loyalitas Konsumen

Tabel 3 Hasil Uji Regresi Parsial

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	33.733	3.755		8.984
	Model Bisnis Berkelanjutan	.326	.061	.589	5.306
					Sig.

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2026.

Berdasarkan output komputer pada tabel 3 mengenai koefisien regresi, diperoleh besarnya koefisien regresi pengaruh model bisnis berkelanjutan terhadap loyalitas konsumen sebesar 0,589 atau sebesar 58,9% dan koefisien regresi ini bertanda positif. Hal ini menunjukkan jika nilai model bisnis berkelanjutan semakin meningkat atau semakin baik maka loyalitas konsumen akan meningkat pula. Model hubungan uji parsial untuk model bisnis berkelanjutan terhadap loyalitas konsumen juga signifikan dengan hasil uji t hitung sebesar 8,984 lebih besar jika dibandingkan dengan t tabel alpha 0,05 (df = 47) sebesar 1.689. Hasil ini juga mengindikasikan bahwa arah pengaruh model bisnis berkelanjutan terhadap loyalitas konsumen adalah positif dan signifikan.

Uji Koefisien Determinasi (Uji Adjusted R²)

Tabel 4 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.589 ^a	.347	.335	3.968

a. Predictors: (Constant), Model Bisnis Berkelanjutan

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2026.

Hasil analisis pada tabel 4 di atas menunjukkan bahwa ada pengaruh model bisnis berkelanjutan bersama-sama terhadap loyalitas konsumen sebesar 0,335 atau 33,5% dan sisanya sebesar 66,5% ditentukan oleh faktor lain di luar model yang tidak diteliti.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa model bisnis berkelanjutan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Pucico Wifi di Limboto Barat. Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana, diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,589 atau 58,9% dengan arah hubungan positif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan model bisnis berkelanjutan yang dilakukan oleh Pucico Wifi, maka loyalitas konsumen juga akan semakin meningkat. Loyalitas konsumen dalam penelitian ini tercermin melalui pembelian ulang, retensi pelanggan, kesediaan merekomendasikan jasa, komitmen terhadap layanan, serta tidak mudah berpindah ke pesaing.

Hasil pengujian hipotesis juga menunjukkan bahwa nilai t-hitung sebesar 8,984 lebih besar dibandingkan t-tabel sebesar 1,689 pada taraf signifikansi 5%. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa model bisnis berkelanjutan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dinyatakan diterima. Selain itu, hasil uji F menunjukkan nilai F-hitung sebesar 20,414 lebih besar dibandingkan F-tabel sebesar 2,870 sehingga model regresi dinyatakan layak digunakan dalam penelitian ini. Temuan tersebut membuktikan bahwa model bisnis berkelanjutan menjadi salah satu faktor penting dalam membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen.

Model bisnis berkelanjutan dalam penelitian ini mencakup beberapa aspek, yaitu nilai ekonomi, nilai sosial, nilai lingkungan, inovasi model bisnis, hubungan dengan konsumen, serta efisiensi sumber daya. Dari sisi nilai ekonomi, konsumen menilai bahwa layanan Pucico Wifi mampu memberikan manfaat yang sesuai dengan biaya yang dikeluarkan. Konsumen merasa harga layanan cukup terjangkau dengan kualitas jaringan yang memadai sehingga menimbulkan kepuasan dalam penggunaan jasa internet tersebut. Kondisi ini mendorong konsumen untuk tetap menggunakan layanan dalam jangka panjang.

Dari aspek hubungan dengan konsumen dan inovasi model bisnis, Pucico Wifi dinilai mampu menjaga komunikasi yang baik dengan pelanggan serta memberikan pelayanan yang responsif terhadap keluhan konsumen. Selain itu, adanya upaya pengembangan layanan internet yang lebih baik membuat konsumen merasa diperhatikan dan dihargai. Hubungan yang baik antara perusahaan dan pelanggan akan menciptakan rasa percaya serta meningkatkan komitmen pelanggan terhadap jasa yang digunakan. Hal ini sejalan dengan teori loyalitas konsumen menurut Jill Griffin yang menyatakan bahwa loyalitas terbentuk melalui kepuasan, komitmen, dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Besarnya nilai koefisien determinasi (Adjusted R²) sebesar 0,335 atau 33,5% menunjukkan bahwa model bisnis berkelanjutan mampu menjelaskan loyalitas konsumen sebesar 33,5%, sedangkan sisanya sebesar 66,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Faktor-faktor lain tersebut dapat berupa kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, citra merek, kualitas jaringan internet, harga, promosi, maupun kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Dengan

demikian, model bisnis berkelanjutan bukan satu-satunya faktor yang menentukan loyalitas konsumen, tetapi memiliki kontribusi yang cukup berarti dalam meningkatkan loyalitas pelanggan Pucico Wifi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Nancy M. P. Bocken et al. (2019) yang menjelaskan bahwa model bisnis berkelanjutan tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan aspek sosial dan keberlanjutan hubungan dengan pelanggan. Ketika perusahaan mampu menciptakan nilai ekonomi dan sosial secara seimbang, maka konsumen akan memiliki tingkat kepercayaan dan loyalitas yang lebih tinggi terhadap perusahaan. Oleh karena itu, Pucico Wifi perlu terus mempertahankan dan meningkatkan penerapan model bisnis berkelanjutan agar mampu menjaga loyalitas konsumen serta meningkatkan daya saing usaha di tengah perkembangan bisnis layanan internet yang semakin kompetitif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh model bisnis berkelanjutan terhadap loyalitas konsumen pada Pucico Wifi di Limboto Barat, maka dapat disimpulkan bahwa model bisnis berkelanjutan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa semakin baik penerapan model bisnis berkelanjutan yang meliputi nilai ekonomi, nilai sosial, nilai lingkungan, inovasi model bisnis, hubungan dengan konsumen, dan efisiensi sumber daya, maka loyalitas konsumen juga akan semakin meningkat.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai t-hitung lebih besar dibandingkan t-tabel sehingga hipotesis penelitian diterima. Hal ini membuktikan bahwa model bisnis berkelanjutan menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan loyalitas konsumen Pucico Wifi. Loyalitas tersebut terlihat dari adanya pembelian ulang, retensi pelanggan, kesediaan konsumen merekomendasikan layanan kepada orang lain, komitmen terhadap jasa, serta kecenderungan pelanggan untuk tidak mudah berpindah ke pesaing.

Selain itu, hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa model bisnis berkelanjutan mampu menjelaskan loyalitas konsumen sebesar 33,5%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, penerapan model bisnis berkelanjutan dapat menjadi strategi yang efektif bagi Pucico Wifi dalam mempertahankan pelanggan dan meningkatkan daya saing usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Nancy M. P. Bocken, Short, S. W., Rana, P., & Evans, S. (2019). *Sustainable business model archetypes: A review*. Journal of Cleaner Production, 65, 42–56.
- Martin Geissdoerfer, Savaget, P., Bocken, N. M. P., & Hultink, E. J. (2018). *The circular economy – A new sustainability paradigm?* Journal of Cleaner Production, 143, 757–768.
- Jill Griffin. (2019). *Customer loyalty: How to earn it, how to keep it*. Jossey-Bass.
- Philip Kotler, & Kevin Lane Keller. (2019). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.