

ANALISIS PENGARUH DIMENSI SERVQUAL TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BED COVER AND FRIENDS KEDIRI

Meidy Nur Yuswanto^{1*}, Restin Meiliana², M. Zuhdi Sasongko³

^{1),2),3)} Universitas Nusantara PGRI Kediri, JL. K.H Ahmad Dahlan No. 76, Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur

[dykzdykzdykz@gmail.com*](mailto:dykzdykzdykz@gmail.com)

restin@unpkediri.ac.id

zuhdi@unpkediri.ac.id

Informasi artikel :

Tanggal Masuk : 20-10-2025

Tanggal Revisi : 03-11-2025

Tanggal diterima: 20-11-2025

Abstract

This study aims to analyze the influence of SERVQUAL dimension comprising reliability, assurance, tangibles, empathy, and responsiveness on customer loyalty at Bed Cover and Friends, a convection business in Kediri. The research employs a quantitative approach through a questionnaire distributed to 100 respondents. The data were analyzed using multiple linear regression and tests for validity and reliability. The result indicate that significant impact on customer loyalty. Tangible and empathy also show positive influence, although to a lesser extent, while responsiveness has a negative but insignificant effect. The novelty of this research lies in its focus on a rarely studied local business and its emphasis on the importance of reliability and assurance in fostering customer loyalty in the local bedding industry.

Keywords: Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, Responsiveness, Customer Loyalty

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dimensi SERVQUAL yang terdiri dari *reliability*, *assurance*, *tangible*, *emphaty*, dan *responsiveness* terhadap loyalitas pelanggan pada usaha konveksi Bed Cover and Friends di Kediri. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Teknik analisis yang digunakan meliputi regresi linier berganda, uji validitas serta reliabilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *reliability* dan *assurance* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dimensi *tangibles* dan *emphaty* juga berpengaruh secara positif meskipun lebih rendah, sementara *responsiveness* menunjukkan pengaruh negatif namun tidak signifikan. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada objek penelitian yang belum dikaji sebelumnya serta hasil yang memperkuat pentingnya elemen *reliability* dan *assurance* dalam membangun loyalitas keandalan dan jaminan dalam membangun loyalitas pelanggan di industri konveksi lokal.

Kata Kunci: Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, Responsiveness, Loyalitas Pelanggan

PENDAHULUAN

Pada era modern saat ini, perkembangan dunia bisnis semakin pesat. Hal tersebut mendorong semakin berkembangnya persaingan bisnis di segala bisang. Salah satu bidang bisnis yang memiliki tingkat persaingan yang sangat tinggi adalah usaha di bidang konveksi. Perkembangan teknologi saat ini membuat segalaproses produksi konveksi. Perkembangan teknologi saat ini membuat segala prosesproduksi konveksi menjadi lebih mudah, sehingga para pelaku usaha lebih mudah dalam proses produksi.

Bed Cover and Friends adalah sebuah usaha konveksi yang berlokasi di Kediri yang berdiri pada Juli 2020. Bed Cover and Friends merupakan salah satu toko yang menyediakan berbagai jenis kebutuhan perlengkapan kamar tidur meliputi sarung, sprei, bantal, selimut, dan sebagainya. Secara global pasar produk perlengkapan kamar tidur diperkirakan akan terus meningkat sebesar 5,8% [1]. Pada tahun 2024, seiring dengan bertumbuhnya jumlah pesaing di pasar yang sama, penting bagi Bed Cover and Friends untuk mempertahankan loyalitas pelanggan agar tetap relevan dan mampu bersaing secara berkelanjutan. Hal tersebut dapat terjadi karena loyalitas pelanggan mempunyai nilai strategik bagi perusahaan.

Loyalitas pelanggan menjadi salah satu faktor utama dalam mempertahankan eksistensi dan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan. Loyalitas pelanggan sendiri merujuk pada kecenderungan pelanggan untuk

terus melakukan pembelian ulang atau berulang kali menggunakan produk dan layanan dari perusahaan yang sama, meskipun terdapat banyak pilihan lain di perusahaan lain. Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan perusahaan. Salah satu pendekatan yang digunakan untuk mengukur dan mengevaluasi loyalitas pelanggan adalah dimensi SERVQUAL (service quality) [2].

Dimensi SERVQUAL adalah 5 dimensi kualitas dasar yang digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada suatu usaha, yang mencakup *reliability*, *assurance*, *tangibles*, *empathy*, dan *responsiveness*. *Reliability* merupakan kemampuan memiliki performa yang bisa diandalkan dan akurat. *Assurance*, kemampuan para personel untuk menimbulkan rasa percaya dan aman kepada pelanggan. *Tangibles* dan *empathy*, mencakup kepedulian serta perhatian individual kepada para pelanggan. *Responsiveness*, yaitu kesediaan untuk membantu partisipan dan memberikan perhatian yang tepat. Dalam konteks konveksi Bed cover and friends, SERVQUAL dapat digunakan untuk menganalisis dan meningkatkan kualitas layanan yang diberikan oleh produsen atau penyedia layanan konveksi, baik itu dalam aspek produksi maupun pelayanan kepada pelanggan. Dimensi-dimensi dalam model SERVQUAL dapat diterapkan untuk mengevaluasi berbagai aspek yang terkait dengan produk *bed cover* dan pelayanan yang menyertainya.

Loyalitas pelanggan akan tercapai ketika pelanggan merasa bahwa mereka selalu mendapatkan pengalaman yang memuaskan di semua titik interaksi dengan perusahaan. Dimensi SERVQUAL sangat relevan dalam penelitian yang bertujuan untuk memahami dan mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan diatas, maka penelitian mengenai analisis dimensi SERVQUAL terhadap loyalitas pelanggan pada Bed cover and friends menjadi penting dan perlu dilakukan sebagai bentuk inovasi bagi perusahaan yang berguna untuk meningkatkan keuntungan dalam penjualan serta meningkatkan loyalitas pelanggan.

Disamping itu, terdapat ketidaksimetrisan dalam penelitian terkait variabel-variabel yang saat ini ada. Penelitian yang dilakukan oleh Risdiyanto & Asmu'i (2023) mengatakan bahwa dimensi kualitas layanan *assurance* dan *empathy* tidak memiliki pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap loyalitas. Namun dimensi kualitas layanan *tangible* dan *reliability* memiliki pengaruh tidak langsung, dan tidak signifikan terhadap loyalitas. Sedangkan dimensi kualitas layanan *responsiveness* memiliki pengaruh tidak langsung yang negatif namun tidak signifikan terhadap loyalitas. Penemuan tersebut berlawanan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yuliana, wulan., Gita Putri Setiadi., & Yunika Komalasari (2021) yang mengatakan bahwa dimensi kualitas jasa pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

METODE

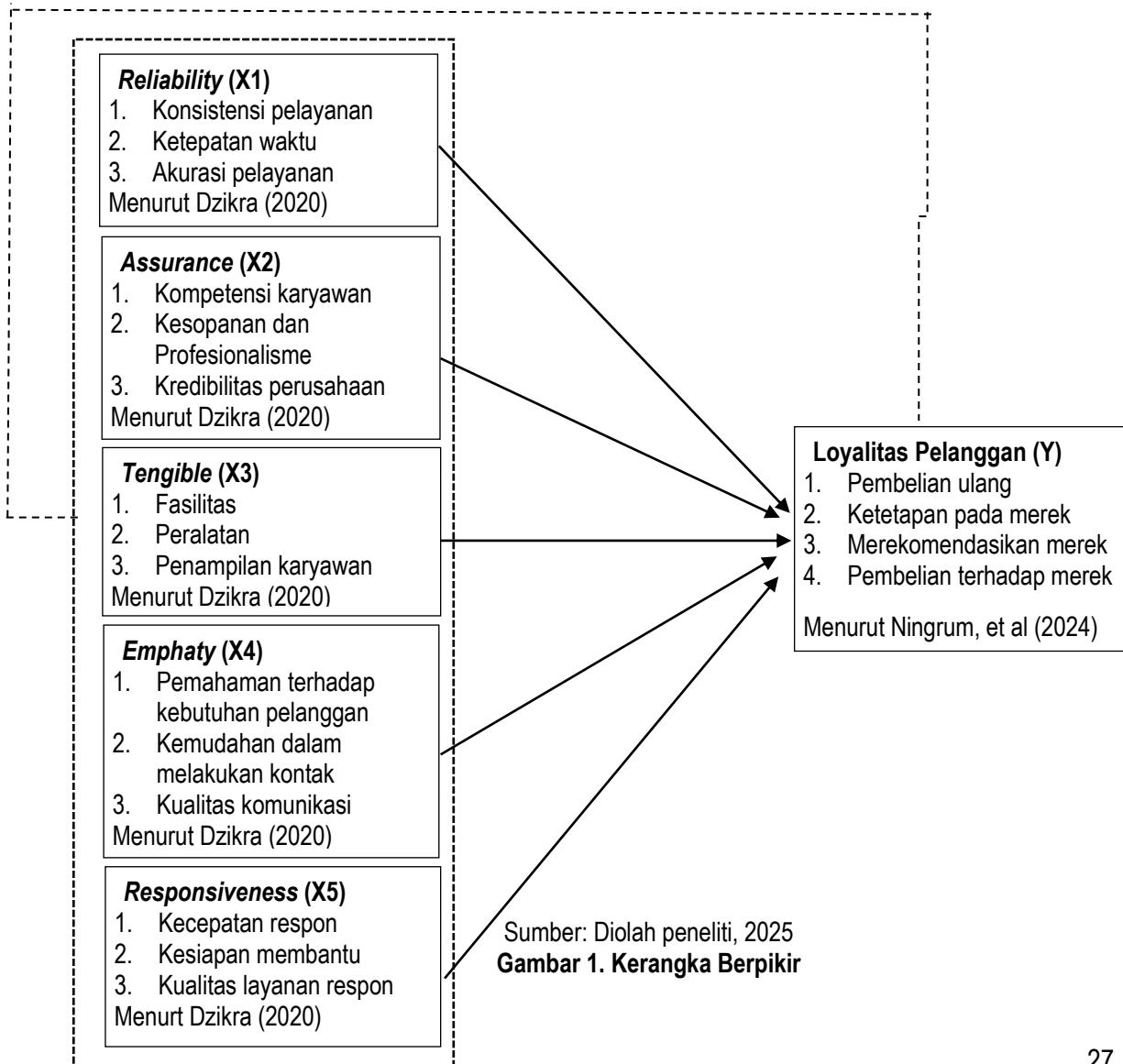
Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengukuran yang bersifat kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berakar pada filsafat positivisme. Teknik ini digunakan untuk mengeksplorasi dalam lingkup populasi dan sampel yang spesifik, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan maksud untuk menguji hipotesis yang telah terkonfirmasi [3]. Subjek penelitian adalah pihak yang berkaitan dengan yang diteliti untuk mendapatkan informasi terkait data penelitian yang merupakan sampel dari sebuah penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan Bed Cover and Friends. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah *reliability*, *assurance*, *tangibles*, *empathy*, *responsiveness*, pengguna produk Bed Cover and Friends, dan loyalitas pelanggan. Ruang lingkup penelitian dilakukan di toko Bed Cover and Friends pada bulan Januari – Mei 2025.

Dalam penelitian ini menggunakan lima (5) variabel independen terdiri dari *Reliability* (X1), *Assurance* (X2), *Tangible* (X3), *Emphaty* (X4), dan *Responsiveness* (X5), dan satu (1) variabel dependen terdiri dari loyalitas pelanggan (Y). populasi dari penelitian ini adalah seluruh pelanggan toko Bed Cover and Friends, jumlah populasi yang digunakan adalah 368 pelanggan. Data yang digunakan adalah data primer diperoleh dari kuesioner yang didistribusikan secara online melalui Google Form kepada pelanggan Bed Cover and Friends, sedangkan data sekunder diperoleh melalui sumber-sumber daring, artikel ilmiah, pustaka, majalah, situs web, dsb.

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial secara spesifik [4]. Instrumen ini berfungsi untuk mendapatkan data yang akurat mengenai variabel-variabel yang diteliti.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyusunan daftar pernyataan berbentuk kuesioner, yang kemudian disebarluaskan kepada semua partisipan dengan mengisi sesuai intruksi pada kuesioner tersebut. Tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan informasi dari peserta yang akan digunakan dalam pengukuran variabel. Survey ini dilakukan dengan memberikan serangkaian pernyataan untuk ditanggapi oleh responden. Metode skala/Teknik pemberian skor yang diterapkan dalam penelitian ini adalah skala likert dengan nilai rentang dari 1-5: Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1, Sangat Setuju (SS) dengan skor (2), Netral (N) dengan skor 3, Setuju (S) dengan skor 4, Sangat setuju (SS) dengan skor 5.

Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji ini dapat dianggap valid jika tingkat signifikansi kurang dari 0,05 atau 5% [5], uji reliabilitas, suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0,60 [6], uji asumsi klasik: uji normalitas dapat dikatakan normal apabila sebaran titik-titik P-P Plot tersebut mendekati atau rapat pada garis lurus (diagonal), uji multikolinearitas dapat dikatakan normal jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 atau nilai variance inflation factor (VIF) kurang dari 10, uji heterokedasitas dapat dilihat dari gambar Scatterplot yang telah diuji. Jika titik-titik menyebar secara tidak beraturan atau dengan kata lain acak, maka dapat dikatakan tidak terjadi heterokedasitas. Namun sebaliknya, jika titik-titik menyebar membentuk pola yang teratur, maka dapat dikatakan terjadi gejala heterokedasitas. Uji koefisien determinasi, uji hipotesis: uji parsial, jika t hitung > t tabel atau nilai signifikansi uji t < 0,05 maka disimpulkan bahwa secara individual variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, uji simultan, variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara simultan jika nilai sig < 0,05 atau nilai F hitung < F tabel. variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara simultan jika nilai sig > 0,05 atau F hitung > F tabel.



Keterangan :

- _____ : Secara simultan
 ----- : Secara parsial

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi syarat-syarat statistik yang diperlukan agar hasil analisis valid dan dapat dipercaya, dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari:

1. Uji Normalitas. Uji normalitas digunakan untuk memeriksa apakah dalam suatu model regresi, baik variabel independen maupun variabel dependen atau keduanya mengikuti distribusi normal atau tidak [7]. Dari hasil pengujian uji normalitas, sebaran titik-titik dari gambar normal P-P Plot relatif mendekati garis lurus, sehingga dapat disimpulkan bahwa (data) residual terdistribusi normal.
2. Uji Multikolinearitas. Uji multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi adanya korelasi antar variabel independen atau variabel bebas dalam model regresi. Dampak dari adanya multikolinearitas adalah meningkatnya variabilitas dalam sampel. Dari hasil pengujian, nilai VIF untuk variabel *reliability* 1,557 dengan nilai *tolerance* sebesar 0,642, nilai VIF variabel *assurance* sebesar 1,189 dengan nilai *tolerance* sebesar 0,841, nilai VIF variabel *tangible* sebesar 1,595 dengan nilai *tolerance* sebesar 0,627, nilai VIF variabel *emphaty* sebesar 1,299 dengan nilai *tolerance* sebesar 0,770, dan nilai VIF variabel *responsiveness* sebesar 1,627 dengan nilai *tolerance* sebesar 0,615. Dikarenakan nilai VIF dari kelima variabel kurang dari 10, maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas pada kelima variabel independen tersebut.
3. Uji Heterokedasitas. Uji heterokedasitas digunakan untuk memeriksa apakah dalam model regresi terjadi perbedaan *variance* residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji heterokedasitas dapat dilihat dari gambar scatterplot yang telah di uji. Jika titik-titik menyebar secara tidak beraturan atau dengan kata lain acak, maka dapat dikatakan tidak terjadi heterokedasitas, namun sebaliknya, jika titik-titik menyebar membentuk pola yang teratur, maka dapat dikatakan terjadi heterokedasitas. Dari hasil pengujian, dihasilkan bahwa titik-titik menyebar tidak acak dan membentuk pula tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa terjadi gejala heterokedasitas.

Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda bertujuan untuk mengevaluasi fluktuasi variabel dependen, ketika ada dua atau lebih variabel independen yang berperan sebagai faktor predictor yang dimanipulasi (dinaikkan atau diturunkan nilainya). Dari hasil pengujian SPSS dihasilkan:

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3,649	1,628	2,241	,027	
	TOTAL_X1	,421	,133	,305	3,163	,002
	TOTAL_X2	,366	,087	,353	4,189	<,001
	TOTAL_X3	,201	,110	,178	1,827	,071
	TOTAL_X4	,234	,085	,240	2,732	,008
	TOTAL_X5	-,179	,111	-,159	-1,615	,110

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2025

Persamaan regresi individual dapat disusun sebagai berikut: berdasarkan tabel koefisien analisis regresi. diketahui nilai constan (a) sebesar 3,649, nilai *reliability* (b1) sebesar 0,421, nilai *assurance* (b2) sebesar 0,366,

nilai *tangible* (b3) sebesar 0,201, nilai *emphaty* sebesar (b4) 0,234, dan nilai *responsiveness* sebesar -0,179, sehingga persamaan regresi dapat dituliskan :

$$Y = a + b1. \text{reliability}(X1) + b2. \text{assurance}(X2) + b3. \text{tangible}(X3)$$

$$+ b4. \text{emphaty}(X4) + b5. \text{responsiveness}(X5) + e_i$$

$$Y = 3,649 + 0,421X1 + 0,366X2 + 0,201X3 + 0,234X4 - 0,179 + e_i$$

Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk menentukan dampak dari variabel independen terhadap variabel dependen, serta variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Dari hasil pengujian didapatkan:

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,663 ^a	,440	,410	1,060

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X5, TOTAL_X4, TOTAL_X2, TOTAL_X1, TOTAL_X3

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2025

Berdasarkan tabel diatas, tercatat nilai R Square sebesar 0,440. Hal tersebut memiliki arti dimana variabel *reliability* (X1), *assurance* (X2), *tangible* (X3), *emphaty* (X4), *responsiveness* (X5) secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y) senilai 44%, berikutnya sebagian dengan tingkat presentase 56% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam kerangka analisis model.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengambil keputusan berdasarkan data penelitian, yaitu apakah dugaan awal (hipotesis) yang diajukan diterima atau ditolak secara statistik. Dalam penelitian ini, uji hipotesis dibagi menjadi 3, yaitu:

Uji Parsial

Uji parsial menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengukur koefisien regresi variabel dependen dengan mengukur koefisien regresi variabel independen tersebut terhadap variabel dependen. Dari hasil penelitian, nilai t hitung variabel *reliability* (X1) sebesar 3,163 > dari t tabel dan nilai signifikansi sebesar 0,002 < 0,05. *Reliability* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y), maka H0 ditolak dan H1 diterima. Nilai t hitung variabel *assurance* (X2) sebesar 4,189 > dari t tabel dan nilai signifikansi sebesar 0,001 < 0,05. *Assurance* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y), maka H0 ditolak dan H2 diterima. Nilai t hitung variabel *tangible* (X3) sebesar 1,827 < dari t tabel dan nilai signifikansi sebesar 0,071 > 0,05. *Tangible* (X3) memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y), maka H0 diterima dan H3 ditolak. Nilai t hitung variabel *emphaty* (X4) sebesar 2,732 > dari t tabel dan nilai signifikansi sebesar 0,008 < 0,05. *emphaty* (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y), maka H0 ditolak dan H4 diterima. Nilai t hitung variabel *responsiveness* (X5) sebesar -1,615 < dari t tabel dan nilai signifikansi sebesar 0,110 > 0,05. *Responsiveness* (X5) memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y), maka H0 diterima dan H5 ditolak.

Uji Simultan

Uji simultan menunjukkan apakah variabel independen atau bebas dari model mempengaruhi variabel dependen atau keduanya. Oleh karena itu, kriteria pengujian harus ditentukan karena uji simultan dilakukan untuk menguji hipotesis. Kriteria keputusan dari hasil uji simultan adalah:

1. Variabel X berpengaruh terhadap variabel Y secara simultan jika nilai sig < 0,05 atau nilai F hitung < F tabel.

2. Variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y secara simultan jika nilai *sig* > 0,05 atau *F* hitung > *F* tabel.

Dari hasil analisis, didapatkan bahwa nilai *f* hitung menunjukkan hasil sebesar 14,774 yang melebihi nilai *f* tabel sebesar 2,469. Dengan tingkat signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa secara simultan, *reliability* (X1), *assurance* (X2), *tangible* (X3), *emphaty* (X4), dan *responsiveness* (X5) memiliki dampak positif dan memiliki tingkat signifikansi terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada individu yang menggunakan produk bed Cover and Friends.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis temuan dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan beberapa hal berikut ini : *Reliability* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Bed Cover and Friends. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$ ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *reliability* maka tingkat loyalitas pelanggan pada Bed Cover and Friends akan meningkat. *Assurance* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Bed Cover and Friends. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *assurance* maka tingkat loyalitas pelanggan pada Bed Cover and Friends akan meningkat. *Tangible* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Bed Cover and Friends. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,071 > 0,05$. *Emphaty* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Bed Cover and Friends. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,008 < 0,05$ ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *emphaty* maka tingkat loyalitas pelanggan pada Bed Cover and Friends akan meningkat. *Responsiveness* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Bed Cover and Friends. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,110 > 0,05$. *Responsiveness*, *Assurance*, *Tangible*, *Emphaty*, dan *Responsiveness* secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan yang menggunakan produk Bed Cover and Friends di Kota Kediri. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Yahoo Finance, 2024
- [2] Sinollah, Masruro. Pengukuran Kualitas Pelayanan (Servqual - Parasuraman) Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan. 2019.
- [3] Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta; 2017.
- [4] Sugiyono. Metode Penelitian Kombinasi (*Mix Methods*). Alfabeta; 2015.
- [5] Ghazali I. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Badan Penerbit Universitas Diponegoro; 2016.
- [6] Saptutyningsih E, Setyaningrum E. Penelitian Kuantitatif Metode dan Alat Analisis. Gosyen Publishing; 2019.
- [7] Permana C, Anggrainie N. Pengaruh Persepsi Harga, Cita Rasa, Gaya Hidup, Viral Marketing, Kemasan, Dan Lebelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Instan Mujigae. 2023.