

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *FRONTLINER*
TERHADAP KEPUASAN NASABAH
PT. BANK ACEH CABANG SIGLI**

Skripsi

Diajukan Oleh:

**NOVITA
NPM: 2105190026**



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
BANDA ACEH
1445 H /2023 M**

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *FRONTLINER*
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT. BANK ACEH
CABANG SIGLI

Nama : NOVITA

NPM : 2105190026

Program Studi : PERBANKAN SYARIAH

Banda Aceh, 19 Agustus 2023

Disetujui Oleh:
Tim Pembimbing

Pembimbing Pertama,



Puji Aryani, S.E., M.Sc., Ph.D.
NIDN.1313036901

Pembimbing Kedua,



Hemma Marlenny, S.E., M.Si., Ak., CA
NIDN.1307087501

PERSETUJUAN TIM PENGUJI MUNAQASYAH SKRIPSI

Judul Skripsi:
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *FRONTLINER*
TERHADAP KEPUASAN NASABAH
PT. BANK ACEH CABANG SIGLI

Nama : NOVITA

NPM : 2105190026

Program Studi : PERBANKAN SYARIAH

Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Munaqasyah Skripsi
Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh
Dinyatakan Lulus Dan Diterima Sebagai Tugas Akhir
Penyelesaian Program Sarjana (S1)

Pada Hari/Tanggal:

Sabtu, 19 Agustus 2023 M
Safar 1445 H

di
Banda Aceh

Tim Penguji,

- | | | |
|--|------------|---|
| 1. <u>Puji Aryani, S.E., M.Sc., Ph.D.</u>
NIDN. 1313036901 | ketua | () |
| 2. <u>Hemma Marlenny, S.E., M.Si., Ak., CA</u>
NIDN. 1307087501 | Sekretaris | () |
| 3. <u>Susi Wardani, S.H.I., M.Ag.</u>
NIDN. 1322038801 | Penguji I | () |
| 4. <u>Harisna Rais S.H.I., M.E.I</u>
NIDN. 1315069001 | Penguji II | () |

Mengetahui,
Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Aceh

Dr. Rosnidarwati, S.Ag., M.A.
NIDN. 1314077801

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan *frontliner* Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Aceh Cabang Sigli”** ini sepenuhnya karya saya sendiri. Tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan plagiat dari karya orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Banda Aceh, 19 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



NOVITA

NPM. 2105190026

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga terselesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan *Frontliner* Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Aceh Cabang Sigli”**. Tidak lupa pula, shalawat beserta salam penulis limpahkan kepada pangkuan alam Baginda Rasulullah Muhammad SAW, karena berkat perjuangan beliau-lah kita telah dituntunnya dari alam jahiliyah ke alam islamiyah, dari alam kegelapan ke alam yang terang benderang yang penuh dengan ilmu pengetahuan, seperti yang kita rasakan pada saat ini.

Skripsi ini merupakan kewajiban yang harus penulis selesaikan dalam rangka melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Agama Islam Univesitas Muhammadiyah Aceh. Dalam rangka pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dimana pada kesempatan ini penulis menyampaikan ungkapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Dr. Rosnidarwati, S.Ag., M.A**, selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh.
2. **Puji Aryani, SE., M.Sc., Ph.D** selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Dosen Pembimbing I yang telah membantu dan memberikan arahan sehingga terselesaikan Skripsi ini dengan baik.
3. **Harisna Rais, S.Hi., M.E.I** selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah.

4. **Hemma Marlenny, SE., M.Si., Ak.,CA** selaku pembimbing II yang telah sangat banyak memberikan masukan, saran dan motivasi kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan karyawan Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh yang telah banyak memberikan ilmu dan bimbingan kepada penulis.
6. Teristimewa penulis persembahkan skripsi ini kepada Ayahanda tercinta Alm. Syarifuddin Z.A serta Ibunda tercinta Cut Animah yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, serta dorongan yang luar biasa selama penulis mengikuti perkuliahan sampai menyelesaikan pendidikan, serta penulis berharap dapat menjadi anak yang dapat membanggakan.
7. Karya tulis ini juga penulis persembahkan kepada suami saya Mulya Efendi S.Pd dan kedua putri saya Desviya Syuhada dan Keysha Ramadhani serta seluruh keluarga besar saya yang terus memberikan semangat dan motivasi dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih banyak yang tak terhingga untuk semua doa dan dukungannya.
8. Seluruh pihak yang tidak bisa di sebutkan satu persatu yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat di selesaikan. Semoga kebaikan yang telah di berikan, hanya Allah SWT membalas semua kebaikan kepada kalian semua.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Hal ini tidak terlepas dari keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki. Penulis berharap semua yang dilakukan menjadi amal ibadah dan dapat

bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca. Dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pembaca sebagai motivasi bagi penulis. Semoga kita selalu mendapat ridha dari Allah SWT. Amin *Ya Rabbal'alam*in.

Banda Aceh, 19 Agustus 2023

NOVITA
NPM. 2105190026



ABSTRAK

Novita (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan *Frontliner* Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Aceh Cabang Sigli

Keberadaan PT Bank Aceh Cabang Sigli tentu diinginkan oleh masyarakat agar dapat memberikan pelayanan kepada nasabahnya secara baik, sehingga nasabah merasa puas dan akan terus menjadi bagian dari transaksi Bank Aceh Cabang Sigli tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *Frontliner Teller* terhadap kepuasan nasabah, pengaruh kualitas pelayanan *Frontliner Customer Service* terhadap kepuasan nasabah dan pengaruh kualitas pelayanan *Frontliner Teller* dan *Customer Service* terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Aceh Cabang Sigli. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kolerasi. Sampel dalam penelitian seluruhnya sebanyak 100 yang diambil dengan teknik random sampel dari 1454 populasi. Teknik pengumpulan data kuesioner. Analisa data menggunakan SPSS Versi 26. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa (1) pelayanan *teller* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Cabang Sigli, (2) Pelayanan *customers service* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Cabang Sigli, (3) Pelayanan *teller* dan *customers service* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Cabang Sigli.

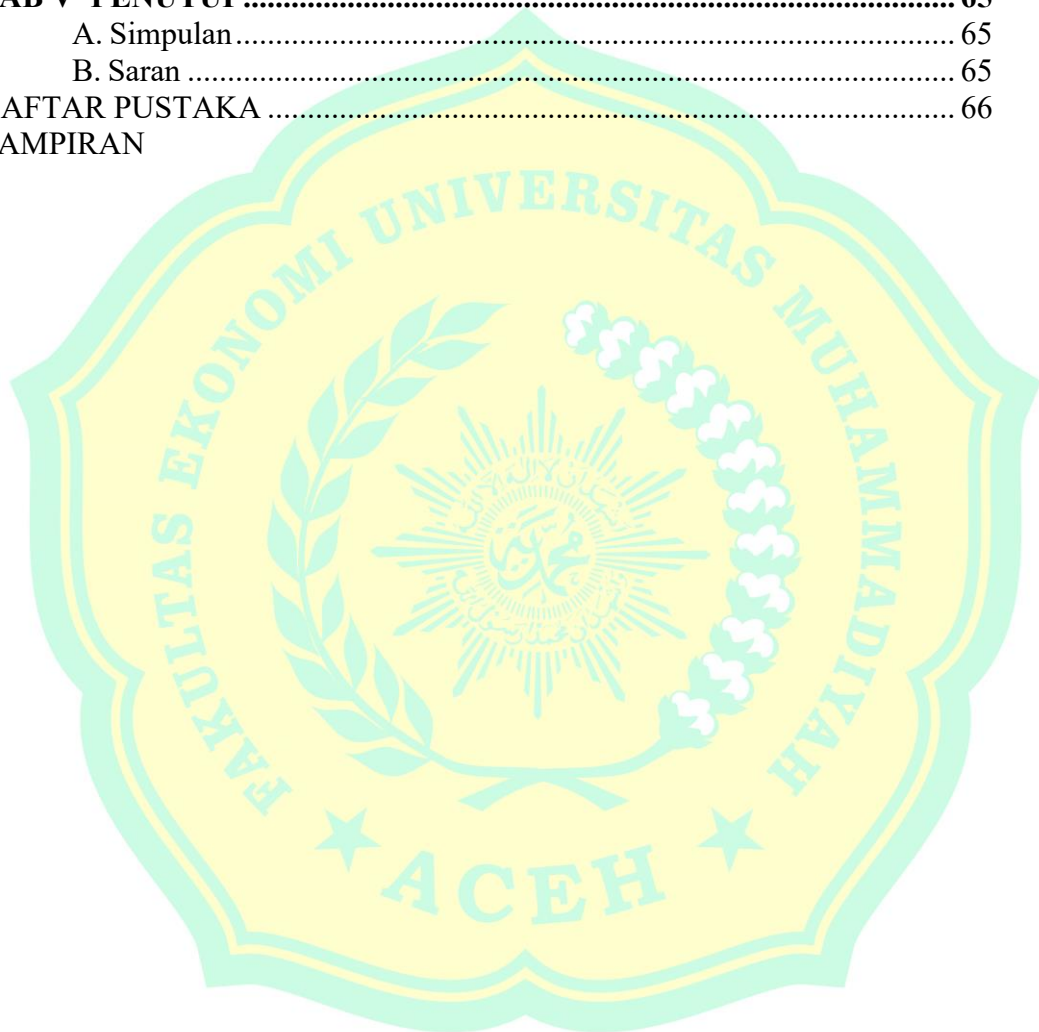
Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Frontliner, Kepuasan Nasabah.*

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBARAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN KOMISI PENGUJI	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Definisi Operasional	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
A. Kualitas Pelayanan	9
B. <i>Frontliner</i>	13
C. Kepuasan Nasabah.....	16
D. Penelitian Yang Relevan	19
E. Kerangka Berfikir	22
F. Hipotesis.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Jenis Penelitian	25
B. Populasi Dan Sampel	26
C. Teknik Pengumpulan Data.....	28
D. Teknik Analisa Data	29
E Devinisi Operasionalisasi Variabel	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	37
B. Karakteristik Responden Penelitian.....	39
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Tetap	42
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	43
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	44
C. Uji Instrumen Penelitian	45
1. Uji Validitas	45
2. Uji Reliabilitas	48

D. Uji Asumsi Klasik	49
1. Uji Normalitas.....	49
2. Uji Multikolinieritas	52
3. Uji Heteroskedastisitas	54
E. Hasil Penelitian	55
1. Analisis Regresi Linier Berganda	55
2. Uji Hipotesis	56
F. PEMBAHASAN	60
BAB V PENUTUP.....	65
A. Simpulan	65
B. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1. Defenisi Operasional.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	21
3.1 Penelitian Terdahulu	26
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Klemain	37
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan tetap.....	39
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	40
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	41
4.6. Uji Validitas	43
4.7 Uji Reliabilitas	45
4.8 Uji Normalitas.....	47
4.9 Uji Multikolinieritas.....	50
4.10 Analisis Regresi Linier Berganda	52
4.11 Uji T	54
4.12 Uji F	56
4.13 Keofisien Determinasi.....	57

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Berfikir.....	23
4.1 Histogram Uji Normalitas	48
4.2 Plot Uji Normalitas	48
4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	51



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Tabulasi Data Hasil Kuesioner
- Lampiran 3. Hasil Uji Validasi dan Reliabilitas
- Lampiran 4. Frequency Table
- Lampiran 5. Uji Regresi
- Lmpiran 6. Hasil Uji Asumsi Klasik



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank Syariah merupakan Bank yang menjalankan kegiatan usahanya menurut prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (UUBI, 2018). Perbankan syariah merupakan suatu sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan syariah Islam. Usaha pembentukan sistem ini didasari oleh larangan dalam agama Islam untuk memungut maupun meminjam bunga atau disebut dengan riba serta larangan investasi untuk usaha-usaha yang dikategorikan haram, dimana hal ini tidak dapat dijamin oleh sistem perbankan konvensional.

Bank syariah yang dimaksud dalam hal ini adalah bank Islam yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip Islam yaitu aturan perjanjian (akad) antara bank dan pihak lain (nasabah) berdasarkan hukum Islam. Sehingga perbedaan antara bank Islam (*syari'ah*) dan bank konvensional terletak pada prinsip dasar operasinya yang tidak menggunakan bunga, akan tetapi menggunakan prinsip bagi hasil, jual beli dan prinsip lain yang sesuai dengan *syari'at* Islam.

Kegiatan Bank dan Lembaga Keuangan Syariah dalam Al-Qur'an dan Hadits didalam Al-Qur'an dan Hadits tidak ditemukan *nash* yang menyebutkan perbankan, namun secara praktek sudah dilakukan sejak zaman Nabi Muhammad SAW. Sebagaimana Firman Allah SWT Dalam *Al-Quran* Surah *Ar-Rum* Ayat 39:

وَمَا آتَيْتُمْ مِّن رَّبًّا لِّيَرْبُوَ فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوا عِندَ اللَّهِ وَمَا آتَيْتُمْ مِّن زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ

فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ (الروم: ٣٩)

Artinya: Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia bertambah pada harta manusia, maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, maka (yang berbuat demikian) itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya). (Q.S. *Ar-Rum*: 39.)

Ayat yang di atas menjelaskan bahwa, harta yang kalian berikan sebagai hutang dengan tujuan mendapatkan riba dan mencari tambahan dari hutang tersebut, agar ia tumbuh dan menjadi banyak pada harta-hara manusia, sebenarnya di sisi Allah ia tidak bertambah, karena Allah justru menghancurkannya dan membatalkannya. Sementara apa yang kalian berikan dalam bentuk zakat dan sedekah kepada orang-orang yang berhak menerimanya demi mencari keridhaan dari Allah dan pahala dari-Nya, maka inilah yang diterima dan dilipatgandakan oleh Allah dengan pelipatgandaan yang banyak. secara bahasa berarti tambahan (*ziyadah*). Menurut Tafsir Jalalain dan mayoritas mufasir, ayat ini diturunkan untuk menyindir kebiasaan kaum Jahiliyah yang memberikan pinjaman, hadiah, atau investasi dengan motivasi terselubung agar kelak si penerima mengembalikannya dengan nilai yang jauh lebih banyak. Secara lahiriah, pelaku merasa hartanya bertambah secara ekonomi, namun Allah menegaskan bahwa transaksi semacam ini tidak akan mendatangkan keberkahan, tidak dinilai sebagai kebaikan, dan tidak menghasilkan pahala sedikit pun di sisi Allah karena tidak didasari oleh keikhlasan.

Sebaliknya, apapun yang dikeluarkan oleh seorang Muslim dalam bentuk zakat, infak, maupun sedekah dengan niat murni mencari keridaan Allah (*wajhullah*),

nilainya akan sangat dihormati. Walaupun secara perhitungan matematis harta tersebut berkurang, Allah justru menjanjikan bahwa para pelakunya adalah orang-orang yang melipatgandakan aset spiritual (pahala) mereka di akhirat, sekaligus mengundang keberkahan yang mengembangkan harta tersebut di dunia.

Berikut kegiatan bank yang berlandaskan pada ayat Al-Qur'an dan Hadits. Dikategorikan menjadi tiga kategori, yaitu produk penghimpunan dana (*funding*), produk penyaluran dana (*financing*) dan produk jasa (*service*). Penghimpunan dana (*Funding*) *Wadi'ah* merupakan simpanan (deposit) barang atau dana kepada pihak lain yang bukan pemiliknya, untuk tujuan keamanan. QS. *Al-Baqarah*: 283

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ ۖ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِيَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكُونُوا الشَّاهِدَةَ ۚ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ (البقرة: ٢٨٣)

Artinya: “Jika kamu dalam perjalanan (dan bermua'malan tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi Jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, Maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya. janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.” dan Hadits HR. Abu Daud dan At-Tirmidzi yang artinya “Tunaikanlah amanat itu kepada orang yang memberi amanat kepadamu dan jangan kamu mengkhianati orang yang mengkhianatimu”. (Q.S. *Al-Baqarah*: 283)

Bank syariah dalam sistem keuangan dan moneter di Indonesia sebagai respon atas kebutuhan masyarakat yang mayoritas beragama Islam dengan jumlah populasi penduduk sekitar 237.641.326 juta jiwa di mana 87% di antaranya muslim. Hal ini merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh bank syariah untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui

pemberdayaan ekonomi umat. Banyaknya bank syariah yang didirikan pada akhirnya memberikan banyak pilihan produk yang ditawarkan. Dalam kondisi seperti ini, bank syariah dituntut dapat memberikan yang terbaik kepada nasabah agar dapat bersaing dengan perbankan lain yang ada di Indonesia (Kansa, 2018).

Frontliner yaitu profesi yang berperan penting bagi keberhasilan bisnis maupun perusahaan dalam mempertahankan pelanggan atau menarik *customer* baru. Seorang *frontliner* bekerja di bidang *customer service* dan sering merepresentasikan citra perusahaan ke publik. Baik dan buruknya pelayanan *frontliner* bisa mempengaruhi pandangan pelanggan terhadap sebuah perusahaan.

Tingkat keberhasilan pemasaran suatu produk bank harus pula ditunjukkan dengan kemampuan sumber daya manusianya dalam melayani kebutuhan nasabah sesuai dengan jasa-jasa yang ditawarkan oleh bank yang bersangkutan. Dimana jasa-jasa yang ditawarkan oleh bank semestinya sudah memenuhi kriteria ataupun aspek segmentasi, posisi, dan target yang ingin dicapai. Memuaskan nasabah adalah salah satu tujuan bank dalam menjalankan bisnisnya. Konsep pemasaran menegaskan bahwa kepuasan nasabah adalah kunci sukses dalam mencapai tujuan perusahaan. Salah satu hal yang ingin dicapai bank adalah tingkat kepuasan nasabah yang tinggi terhadap produk dan pelayanan (Rudianto, 2017).

Oleh karena itu “mendahulukan kepuasan nasabah” merupakan itikad yang mengagumkan, sebaiknya sebuah perusahaan berbisnis biasanya tergantung pada orang-orang yang ditugaskan. Pengetahuan dan keahlian karyawan sangat penting bagi kemampuan perusahaan untuk memenuhi harapan atau kepuasan nasabah. Nasabah merupakan semua orang yang menuntut perusahaan jasa untuk memenuhi

suatu standar kualitas tertentu dan karena itu akan memberikan pengaruh pada perusahaan, sedangkan untuk kepuasan nasabah yaitu dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan nasabah dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi atau yang disarankan (Dewi, 2016).

Berikut adalah pandangan utama dan konsep terkait riba dalam perbankan:

1. **Bunga Sebagai Riba:** Fatwa MUI menegaskan bunga pada transaksi pinjaman atau simpanan di bank konvensional adalah riba yang hukumnya haram. Hal ini karena adanya ketetapan tambahan bunga di awal tanpa mempertimbangkan untung-rugi peminjam.
2. **Riba *Qardh* dan Riba *Jahiliyah*:** Dalam perbankan, ini terjadi saat nasabah harus mengembalikan pokok utang ditambah bunga (kelebihan), atau terkena denda penalti akibat keterlambatan pelunasan.
3. **Perspektif Ulama Lainnya:** Beberapa ulama kontemporer memiliki pandangan berbeda. Ada yang berpendapat bunga bank bukan riba jika tidak berlipat ganda, atau hukumnya relatif berdasarkan pertimbangan moral.

Kepuasan nasabah adalah perasaan puas yang didapatkan oleh pelanggan karena mendapatkan *value* dari pemasok, produsen, atau penyedia jasa. *Value* ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Pelanggan yang puas akan berbagi pengalaman dengan pelanggan lain. Bahkan menurut penelitian, pelanggan yang puas akan berbagi pengalaman dengan 3 - 5 orang kawannya, tetapi jika mereka tidak puas maka mereka akan bercerita kepada 10 - 15 orang lainnya (Hardian, 2018).

Hal inilah yang mendorong penulis untuk mengetahui lebih jauh lagi tentang kepuasan nasabah setelah menerima pelayanan dari Bank Syariah, dengan ini pula dapat diketahui bahwa dimensi pelayanan seperti apa yang dapat memberikan kepuasan bagi nasabah. Penelitian ini diharapkan dapat membantu meningkatkan kepuasan yang diberikan oleh Bank Syariah bagi nasabahnya dengan tetap berlandaskan pada prinsip syariah Islam, serta Bank Syariah dapat meningkatkan pelayanan yang prima sehingga nasabah semakin loyal kepada Bank Syariah. Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka, maka penulisan ini menguraikan permasalahan mengenai **“Pengaruh Kualitas Pelayanan *Frontliner* Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Aceh Cabang Sigli”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis mengangkat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan *Frontliner* yaitu *Teller* berpegaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah?
2. Apakah kualitas pelayanan *Frontliner* yaitu *Customer Service* berpegaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah?
3. Apakah kualitas pelayanan *Frontliner* yaitu *Teller* dan *Customer Service* berpegaruh dengan cara simultan terhadap kepuasan nasabah?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan *Frontliner* yaitu *Teller* berpegaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan *Frontliner* yaitu *Customer Service* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Nasabah.
3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan *Frontliner* yaitu *Teller* dan *Customer Service* berpengaruh dengan cara simultan terhadap kepuasan Nasabah.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademis

Sebagai bahan referensi untuk penelitian di bidang pelayanan jasa dimasa yang akan datang dan sebagai bahan untuk menambahkan daftar pustaka dibidang pelayanan *frontliner* berdasarkan penerapan yang ada dalam kenyataan.

2. Manfaat

Teoritis memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan masukan dan sumber informasi bagi perusahaan.

3. Manfaat Praktis

Dapat memberikan sumbangan pemikiran/referensi terhadap pemecahan masalah yang berkaitan dengan masalah pelayanan maupun kepuasan nasabah

E. Definisi Operasional

1. *Frontliner*

Frontliner merupakan karyawan bank yang bertugas memberikan pelayanan langsung kepada nasabah. *Frontliner* bertanggung jawab melayani kebutuhan nasabah, memberikan informasi, menangani keluhan, serta memastikan pelayanan yang efektif, ramah, dan profesional. *Frontliner* meliputi *teller*, *customer service*, dan petugas keamanan (*security*).

2. *Teller*

Teller merupakan petugas bank yang bertanggung jawab melayani berbagai transaksi keuangan nasabah, seperti setoran, penarikan tunai, transfer, dan pembayaran, sesuai dengan prosedur operasional yang berlaku.

3. *Customer Service*

Customer Service merupakan petugas bank yang bertanggung jawab memberikan pelayanan, informasi, dan bantuan kepada nasabah dalam memenuhi kebutuhan administrasi perbankan, seperti pembukaan rekening, perubahan data, penanganan keluhan, serta penyelesaian permasalahan nasabah guna meningkatkan kepuasan terhadap layanan perbankan.

4. Kepuasan nasabah

Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan senang atau kecewa yang dirasakan nasabah setelah membandingkan kinerja atau kualitas layanan yang diterima dengan harapan mereka. Kepuasan tercapai apabila layanan yang diberikan mampu memenuhi atau melebihi harapan nasabah.

5. Bank Aceh

Bank Aceh merupakan bank pembangunan daerah yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dan berperan sebagai lembaga intermediasi keuangan dalam menghimpun dana dari masyarakat serta menyalurkannya kembali melalui berbagai produk dan layanan perbankan untuk mendukung pembangunan ekonomi daerah.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kualitas Pelayanan

Pelayanan pelanggan yang bermutu merupakan kunci sukses dan dasar untuk membangun keberhasilan dan keuntungan bagi perusahaan dalam bidang apapun. Namun sebagian besar organisasi atau perusahaan masa kini banyak yang hanya lebih memfokuskan pada hal-hal yang teknis dan seputar kinerja perusahaan, dan hanya sedikit sekali yang memperhatikan dari sisi manusianya. Itu sebabnya sangat diperlukan juga mengenai pelayanan bermutu.

Kualitas pelayanan yaitu segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan adalah salah satu tindakan yang dapat mencirikan suatu perusahaan dengan perusahaan pesaing baik dalam satu industri maupun berbeda industri dengan cara memberikan pelayanan yang lebih totalitas dibandingkan saingannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan meningkatkan kepercayaan baik yang dinyatakan konsumen maupun tersirat. Semakin baik tingkat kualitas pelayanan akan menghasilkan tingkat kepuasan konsumen yang tinggi pula, serta akan memicu meningkatnya harga bahkan seringkali meminimalisir pengeluaran (Kotler dan Keller, 2012:153). Kualitas pelayanan adalah salah satu tindakan yang dapat mencirikan suatu perusahaan dengan perusahaan pesaing baik dalam satu industri maupun 21 berbeda industri dengan cara memberikan pelayanan yang lebih totalitas

dibandingkan saingannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan meningkatkan kepercayaan baik yang dinyatakan konsumen maupun tersirat. Semakin baik tingkat kualitas pelayanan akan menghasilkan tingkat kepuasan konsumen yang tinggi pula, serta akan memicu meningkatnya harga bahkan seringkali meminimalisir pengeluaran (Kotler dan Keller, 2012:153).

Kualitas pelayanan digambarkan sebagai bentuk sikap, tetapi tidak sama dengan kepuasan, yang dihasilkan dari perbandingan antara harapan konsumen dengan kemampuan perusahaan. Kualitas berfokus pada manfaat yang diciptakan bagi pelanggan dan produktivitas mengacu pada biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Dimana kualitas pelayanan sangat mempengaruhi dalam menciptakan nilai bagi pelanggan dan perusahaan, dengan memberikan pengalaman yang berkualitas secara lebih efisien agar dapat meningkatkan keuntungan jangka panjang perusahaan

Menurut Lupiyoadi (2014), ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, diantaranya sebagai berikut:

1. Kualitas produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi (setelah membeli dan menggunakan produk) mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Kualitas pelayanan

Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkannya baik dari segi kualitas pelayanan maupun kecepatan pelayanan.

3. Emosional

Perasaan konsumen merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain kagum kepadanya bila dia memakai produk dengan merek tertentu.

4. Harga

Penetapan harga pada sebuah produk perusahaan sesuai dengan kualitas dan kuantitas produk yang didapat dan diharapkan oleh konsumen.

5. Biaya dan kemudahan dalam mendapatkan produk/jasa.

Konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung puas terhadap produk dan kemudahan dalam mendapatkan produk.

Aspek ini merupakan pilar utama dan strategi paling efektif bagi perusahaan untuk membedakan diri dari kompetitor serta membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Kualitas pelayanan tidak dinilai berdasarkan sudut pandang internal perusahaan, melainkan sepenuhnya dari persepsi nasabah ketika membandingkan antara layanan nyata yang mereka rasakan dengan harapan yang mereka inginkan. Ketika lima dimensi kualitas pelayanan mulai dari fasilitas fisik yang nyaman hingga sikap empati karyawan dapat dipenuhi dengan baik, hal tersebut akan langsung meningkatkan kepuasan nasabah, menciptakan kepercayaan yang mendalam, dan pada akhirnya membentuk loyalitas jangka panjang yang menguntungkan perusahaan. Dalam perspektif Islam, kepuasan sering kali dikaitkan dengan kerelaan atau perasaan ridho atas sesuatu yang diterima atau dirasakan. Hal ini selaras dengan firman Allah SWT dalam surah *An-nisa* ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا

أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (النساء: ٢٩)

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu”. (Q.S. *An-Nisa*: 29).

Berdasarkan dalil tersebut, dapat diidentifikasi bahwa untuk menciptakan kepuasan pelanggan dalam perspektif Islam, diperlukan adanya keadilan dan kejujuran serta mendasarkan aktivitas perniagaan atas dasar suka sama suka atau saling ridho sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan oleh pihak lainnya. Ayat ini secara tegas juga melarang segala bentuk perolehan dan pemanfaatan harta dengan cara yang *batil* (salah/ilegal menurut syariat), seperti pencurian, korupsi, riba, penipuan (*gharar*), judi, dan segala praktik yang merugikan orang lain. Sebagai gantinya, Islam memberikan solusi transaksi yang sah melalui jalur perdagangan (*tijarah*) yang sehat. Syarat mutlak dalam perdagangan tersebut adalah adanya prinsip '*an taradin minkum*', yaitu kerelaan mutlak atau asas suka sama suka di antara pihak-pihak yang bertransaksi, tanpa ada unsur paksaan, manipulasi, maupun kecurangan. Selanjutnya, larangan "jangan membunuh dirimu" dalam ayat ini memiliki dua makna: larangan fisik untuk mengakhiri hidup sendiri, serta maknawi yang berarti larangan merusak atau menghancurkan komunitas sendiri melalui kezaliman ekonomi. Sebab, ketika praktik ekonomi batil merajalela, ketimpangan sosial akan memicu kehancuran moral dan sosial yang mengancam keselamatan seluruh masyarakat.

Islam juga sangat menjunjung tinggi keadilan ekonomi dan perlindungan hak milik individu dengan menetapkan kerelaan bersama (*suka sama suka*) sebagai fondasi utama dalam setiap transaksi bisnis. Ayat ini menegaskan bahwa kemakmuran suatu umat tidak boleh dibangun di atas penderitaan orang lain melalui cara-cara yang zalim atau batil. Keharusan menjaga kejujuran dalam mencari nafkah secara langsung berkaitan dengan keselamatan jiwa dan keharmonisan sosial, karena kehancuran ekonomi akibat keserakahan dan kecurangan pada akhirnya akan membawa kehancuran bagi tatanan masyarakat itu sendiri sebagai wujud kasih sayang Allah yang menginginkan kemaslahatan bagi hamba-Nya.

B. Frontliner

Frontliner sebagaimana artinya secara harfiah adalah “garis depan”, berarti merupakan petugas atau pegawai yang akan melakukan interaksi pertama ketika pelanggan mendatangi perusahaan. Ketentuan kerja *frontliner* telah diatur pada prosedur standar kerja. Standar kerja tersebut meliputi penguasaan informasi tentang produk dan transaksi, kecepatan melakukan transaksi, kerapian *frontliner* bank, kesopanan *frontliner* bank, dan keramahan *frontliner* (Yunita, 2011) *Frontliner* juga garda terdepan perusahaan yang berinteraksi langsung dengan nasabah dan memegang peran kunci dalam membentuk persepsi serta kepuasan awal mereka.

Frontliner adalah barisan depan yang merupakan aktivitas yang utama di depan dan terdapat staf-staf yang melakukan kontak langsung dengan tamu (*quest contact*) tersebut. Untuk penempatan staf-staf di bagian depan harus selektif karena mereka yang nantinya menciptakan kesan pertama (*First impression*) bagi para tamu tersebut. Jika dikaitkan dengan dunia perbankan, dapat dikatakan bahwa *frontliner* adalah barisan paling depan yang berperan dalam aktivitas utama disebuah bank karena

merupakan staf yang langsung berhubungan dengan nasabah (*quest contact*) penempatan staf *frontliner* akan menciptakan kesan pertama yang baik dan buruknya terhadap suatu bank. Posisi ini tidak hanya sekedar melayani, tetapi juga merepresentasikan citra perusahaan secara langsung. Tugas utamanya meliputi penyambutan nasabah secara ramah, pemberian informasi produk secara akurat, penyelesaian keluhan awal, serta pelaksanaan transaksi harian secara cepat dan tepat. Dalam dunia perbankan atau jasa, contoh posisi ini adalah *teller*, *customer service*, dan resepsionis Petugas *frontliner* yang dimaksud terdiri dari *Customer Service* dan *teller*.

1. *Costumer Service*

Customer Service berasal dari 2 kata yaitu *Customer* yang artinya pelanggan dan *Service* yang artinya pelayanan. *Customer Service* adalah seseorang yang memiliki pemahaman mengenai produk-produk dan mampu berkomunikasi dengan baik dalam menjelaskan kepada nasabah. *Customer Service* secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. *Customer Service* memegang peranan yang sangat penting. Dalam dunia perbankan tugas utama seorang *Customer Service* adalah memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *Customer Service* bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara merayu para calon nasabah menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara. *Customer Service* juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank.

2. *Teller*

Teller merupakan seorang petugas dari pihak bank yang berfungsi untuk melayani nasabah dalam hal transaksi keuangan perbankan kepada semua nasabahnya. Tugas seorang teller secara umum yaitu menangani, membantu, dan memberikan solusi bagi semua nasabah yang ingin melakukan transaksi perbankan termasuk di dalamnya nanti memberikan jasa layanan uang tunai maupun non tunai. Bank harus menyeleksi petugas yang akan ditunjuk sebagai *Teller* karena cara kerja, sikap, dan tindak tanduk serta cara pelayanannya kepada nasabah dan masyarakat umum, secara tidak langsung mencerminkan keadaan dan reputasi bank.

Hubungan antara *frontliner* dan kepuasan nasabah sangat erat karena mereka adalah penentu dimensi *responsiveness* (daya tanggap) dan *assurance* (jaminan/keramahan) dalam kualitas pelayanan. Kompetensi, komunikasi yang empati, penampilan profesional, dan kecepatan kerja mereka secara langsung akan menentukan apakah harapan nasabah dapat terpenuhi atau tidak.

Maka kesimpulan mengenai frontliner adalah bahwa mereka merupakan aset strategis dan wajah utama perusahaan yang sangat menentukan puas atau tidaknya seorang nasabah sejak kontak pertama. Melalui pelayanan yang responsif, solutif, dan ramah, mereka mampu mengubah interaksi rutin menjadi pengalaman positif yang membangun kepercayaan. Oleh karena itu, keberhasilan perusahaan dalam menciptakan loyalitas nasabah sangat bergantung pada investasi pada posisi ini, baik melalui pelatihan keterampilan komunikasi (*soft skills*) maupun penguasaan produk (*product knowledge*) secara berkala.

C. Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan adalah persepsi individu pelanggan mengenai kinerja dari suatu produk atau jasa dan hubungannya dengan ekspektasi mereka. Penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan memiliki hubungan dengan perilaku konsumen dan mengidentifikasi beberapa tipe konsumen.

Kepuasan nasabah merupakan persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi, diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah dan pelayanan perbankan dengan memperhatikan kemampuan nasabah dan keluarganya, perhatian terhadap keluarganya, perhatian terhadap kebutuhan nasabah sehingga berkesinambungan yang sebaik-baiknya antara puas dan hasil. Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas produk dan layanan yang dikehendaki nasabah, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi bank. Untuk kepuasan nasabah terhadap layanan, ada dua hal pokok yang saling berkaitan erat yaitu harapan nasabah terhadap kualitas layanan dan persepsi nasabah terhadap kualitas layanan (Yulianto, 2016).

Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seorang muncul setelah membandingkan kinerja hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Kepuasan pelanggan atau nasabah telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta salah satu tujuan pokok aktifitas bisnis. Kepuasan nasabah atau pelanggan berkontribusi pada sebuah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatkan reputasi kepada perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan dan meningkatkan efisiensi dan produktivitas karyawan. Di samping itu, fakta menarik bahwa pelanggan baru jauh

lebih mahal daripada mempertahankan pelanggan pada saat ini juga memicu meningkatkan perhatian pada kepuasan pelanggan (Kansa, 2019).

Penelitiannya menjelaskan kepuasan pelanggan adalah perasaan (*feeling*) yang dirasakan pembeli dari kinerja perusahaan yang memenuhi harapan mereka. Namun ditinjau dari perspektif perilaku konsumen, 'kepuasan pelanggan' lantas menjadi sesuatu yang kompleks. Perilaku setelah pembelian akan menimbulkan sikap puas atau tidak puas pada konsumen, maka kepuasan konsumen merupakan fungsi dari harapan pembeli atas produk atau jasa dengan kinerja yang dirasakan. Jadi dapat disimpulkan, kepuasan pelanggan adalah evaluasi seseorang yang berasal dari perbandingan antara harapan awal dan setelah pembelian atau suatu hal yang seseorang dapatkan dari suatu perusahaan (bank). Jadi pengertian kepuasan pelanggan/nasabah berarti bahwa kinerja suatu barang sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan. Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Ada beberapa indikator dalam kepuasan nasabah di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Melakukan transaksi dan setia lebih lama kepada perusahaan (bank).
2. Membeli jenis produk baru atau produk yang disempurnakan dari perusahaan (bank).
3. Menyampaikan pujian mengenai perusahaan dan produknya kepada orang lain.
4. Kurang memperhatikan merek dan iklan pesaing.

5. Menawarkan gagasan barang/jasa kepada perusahaan (bank), lebih murah biaya pelayanannya daripada pelanggan baru dikarenakan transaksinya sudah rutin.

Sedangkan metode pengukuran kepuasan nasabah diantaranya sebagai berikut:

a. Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu menyediakan akses yang mudah serta nyaman bagi para konsumen untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan mereka. Media yang dapat digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat yang strategis, menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon khusus, dan lain-lain. Informasi yang didapat melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga bagi perusahaan sehingga memungkinkannya untuk merespons secara cepat dan tanggap terhadap setiap masalah yang timbul.

b. *Ghost Shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan mempekerjakan beberapa orang yang disebut *ghost shopper* untuk berperan sebagai pelanggan potensial produk perusahaan lain dan kemudian menilai cara perusahaan lain melayani permintaan spesifik konsumen, menjawab pertanyaan konsumen dan menangani setiap keluhan.

c. *Lost Customer Analysis*

Sebisa mungkin perusahaan seharusnya menghubungi para konsumen yang telah beralih ke perusahaan lain agar dapat memahami mengapa hal

tersebut dapat terjadi dan agar dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

d. Survei kepuasan pelanggan

Umumnya, penelitian mengenai kepuasan pelanggan banyak menggunakan metode ini, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap pelanggannya.

Maka dari itu, kesimpulan dari kepuasan nasabah adalah elemen krusial yang menentukan keberhasilan jangka panjang suatu perusahaan, terutama di sektor jasa, karena kepuasan tersebut baru akan tercapai jika kinerja layanan mampu memenuhi atau bahkan melebihi harapan awal nasabah. Ketika nasabah merasa puas, mereka cenderung akan menjadi loyal, melakukan pembelian atau penggunaan ulang secara konsisten, serta memberikan rekomendasi positif kepada orang lain melalui pemasaran dari mulut ke mulut. Kondisi ideal ini sangat dipicu oleh kualitas pelayanan (*service quality*) yang profesional, keandalan produk yang ditawarkan, serta rasa aman dan percaya yang berhasil dibangun oleh perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan wajib melakukan evaluasi dan pengukuran kepuasan secara berkala, seperti melalui kuesioner atau analisis keluhan, guna menjadikannya sebagai alat perbaikan layanan yang berkelanjutan demi menjaga daya saing di pasar.

D. Penelitian Yang Relevan

Penelitian yang relevan adalah kumpulan hasil penelitian terdahulu yang sejenis, serupa, atau memiliki keterkaitan erat dengan topik dan variabel yang sedang

diteliti. Bagian ini biasanya diletakkan pada Bab II skripsi atau karya ilmiah sebagai bukti bahwa peneliti tidak melakukan plagiarisme, melainkan melakukan pengembangan atau replikasi yang valid

Berdasarkan penyusunannya secara naratif, setiap paragraf penelitian relevan wajib merangkum identitas penulis, tahun terbit, judul riset, metode analisis yang digunakan, hingga temuan atau kesimpulan akhir dari jurnal acuan tersebut. Setelah menjabarkan ringkasan dari beberapa referensi utama, peneliti harus menyusun paragraf sintesis yang secara tegas menguraikan letak persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang sedang ia jalankan saat ini. Perbedaan tersebut umumnya mencakup pembaruan pada dimensi waktu penelitian, perluasan objek atau wilayah populasi, hingga penambahan variabel bebas baru dalam model regresi. Dengan menyusun keterkaitan ini secara sistematis, kebaruan ilmiah (*state of the art*) dari riset yang sedang di kembangkan akan terlihat lebih meyakinkan dan kredibel di mata penguji. Fungsi Utama Penelitian yang Relevan. Adapun fungsi Utama Penelitian yang Relevan:

1. Menghindari Plagiarisme: Membuktikan bahwa penelitian bukan tiruan atau jiplakan dari karya orang lain.
2. Menunjukkan *State of the Art* (Keterbaruan): Menegaskan posisi dan keaslian penelitian di antara penelitian yang sudah ada
3. Menemukan *Gap* (Celah Penelitian): Mengidentifikasi apa yang belum diteliti oleh peneliti sebelumnya untuk di lengkapi.
4. Landasan Teoretis & Metodologis: Menjadi referensi acuan dalam memilih metode, instrumen, atau teori pendukung.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama/Tahun	Judul	Metode	Hasil
1	Fitriani (2019)	Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan <i>Frontliner</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah.	Deskriptif Kuantitati	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel <i>Tangible</i> , <i>Reliability</i> , <i>Responsiveness</i> , <i>Assurance</i> , dan <i>Emphaty</i> secara bersama-sama mampu menjelaskan pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Secara parsial seluruh variabel independen berpengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen kepuasan nasabah. Pada uji koefisien determinasi (R^2) variabel independen mampu menjelaskan kepuasan nasabah sebesar 65% sedangkan sisanya 35% dijelaskan oleh variabel lain yang dimasukkan dalam model penelitian ini (Fitriani, 2019).
2	Ningsih (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah di Baitul Mal Wat Tamwil Amanah Cabang Kendari	Deskriptif Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap mutu layanan <i>frontliner</i> dalam kategori baik dan terhadap kepuasan nasabah dalam kategori baik pula, diketahui nilai konstanta sebesar 16,712 mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel kepuasan nasabah adalah sebesar 16,712. Berdasarkan dasar pengambilan keputusan uji regresi sederhana, bahwa nilai signifikan dari tabel koefisien tersebut adalah 0,004 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y).
3	Ramdhani (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Parepare	Deskriptif Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan variabel pelayanan teller (X1) sebesar -0,27 tidak berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah, maka dapat ditarik kesimpulan pelayanan teller bukan menjadi pertimbangan utama bagi kepuasan nasabah. Berdasarkan pada perhitungan regresi linear dengan hasil yang menunjukkan pelayanan CS (X2) sebesar 0,052 tidak berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah, maka dapat ditarik kesimpulan pelayanan Teller bukan menjadi pertimbangan utama bagi

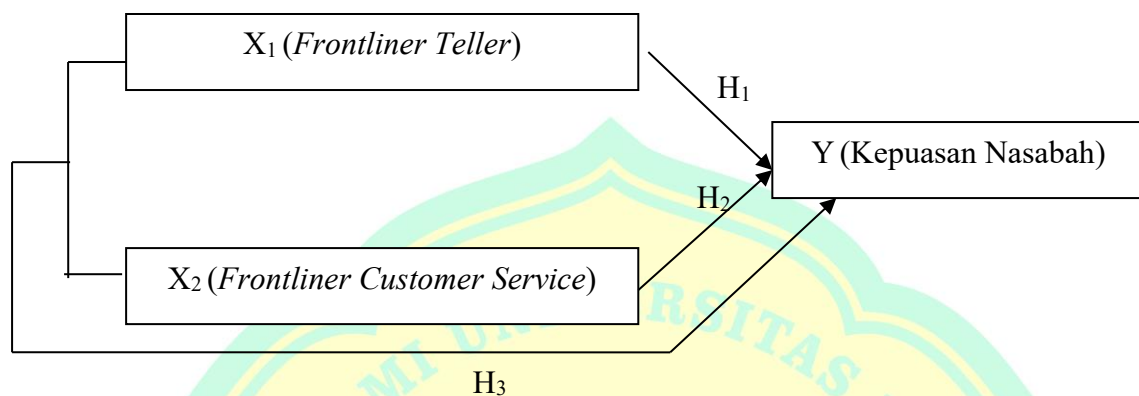
				kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini adalah kualitas pelayanan CS yang sangat berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah.
4	Muhammad Zakiy (2017)	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening	Deskriptif Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah mampu memediasi secara penuh (full mediation) pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah bank syariah.
5	Muntyas Syilvani (2016)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Syariah cabang kusuma Negara yogyakarta	Deskriptif Kuantitatif	Variabel-variabel secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Syariah. Secara parsial, variable (keandalan), jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap Bank BNI Syariah.

E. Kerangka Berfikir

Berdasarkan latar belakang penelitian dan rumusan masalah yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, berikut akan dijelaskan kerangka penelitian pengaruh kualitas pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah pada *PT. Bank Aceh Cabang Sigli*. Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sugiono, 2019). Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah Kepuasan

Nasabah (Y) Sebagai variabel terikat, *Frontliner Teller* (X_1) sebagai variabel bebas dan *Frontliner Customer Service* (X_2) sebagai variabel *Intervening* atau mediasi.

Berikut ini adalah gambaran kerangka berfikir dalam penelitian ini



Gambar 2.1 Kerangka berfikir

F. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Jawaban sementara ini baru hanya berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data penelitian. Hipotesis di dalam penelitian berarti jawaban sementara penelitian, patokan duga atau dalil sementara yang kebenarannya akan dibuktikan dalam penelitian tersebut. Dalam praktiknya, hipotesis tidak dibuat secara asal melainkan dirumuskan berdasarkan landasan teori yang kuat atau hasil penelitian terdahulu. Struktur kalimatnya harus berbentuk pernyataan deklaratif yang jelas, singkat, dan secara spesifik menunjukkan hubungan, pengaruh, atau perbandingan antara minimal dua variabel penelitian. Dalam analisis data dan pengujian statistik, dugaan sementara ini diformalisasikan ke dalam dua bentuk, yaitu Hipotesis Nol (H_0) yang menyatakan tidak adanya hubungan atau perbedaan antar variabel, serta Hipotesis Alternatif (H_1)

yang menyatakan sebaliknya. Keberadaan hipotesis ini sangat krusial karena berfungsi sebagai kompas yang memberikan arah, fokus, dan batasan yang jelas bagi jalannya penelitian. Dengan adanya hipotesis, peneliti dapat dengan mudah menentukan metode penelitian yang tepat, memilih instrumen pengumpulan data yang sesuai, serta menentukan teknik analisis statistik yang akan digunakan untuk menguji apakah dugaan tersebut terbukti benar atau salah. Setelah melalui pembuktian dari hasil penelitian, maka hipotesis ini dalam benar atau salah, dapat diterima atau ditolak. Berdasarkan jawaban sementara peneliti, dari uraian yang telah dijelaskan diatas maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

H₀: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan *Frontliner Teller* terhadap kepuasan nasabah.

H₁: Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan *Frontliner Teller* terhadap kepuasan nasabah.

H₀: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan *Frontliner Customer Service* terhadap kepuasan nasabah.

H₂: Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan *Frontliner Customer Service* terhadap kepuasan nasabah.

H₀: Tidak terdapat pengaruh secara simultan *Frontliner Teller* dan *Customer Service* terhadap kepuasan nasabah.

H₃: Terdapat pengaruh secara simultan *Frontliner Teller* dan *Customer Service* terhadap kepuasan nasabah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan sumber data *field research* (penelitian lapangan). Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan deskriptif yaitu data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan kemudian diinterpretasikan. Penelitian asosiatif, penelitian berangkat dari teori menuju data, dan berakhir pada penerimaan atau penolakan terhadap teori yang digunakan. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh bukti yang empiris, menguji dan menjelaskan Pengaruh Kualitas Pelayanan *Frontliner* Terhadap Kepuasan Nasabah (Sugiono, 2019). Pendekatan ini berarti bahwa semua data yang dikumpulkan dalam penelitian Anda berbentuk angka seperti skor dari kuesioner yang nantinya akan diolah menggunakan alat statistik (misalnya uji regresi menggunakan SPSS atau SmartPLS) guna menguji hipotesis secara objektif.

Karakteristik ini menunjukkan bahwa Anda mengumpulkan data primer secara langsung dari lokasi penelitian (misalnya kantor bank atau perusahaan jasa terkait) untuk mendapatkan data riil dari nasabah, bukan sekadar mengandalkan studi pustaka atau dokumen sekunder. Pendekatan ini digunakan untuk menggambarkan atau memetakan karakteristik data yang diperoleh dari sampel populasi (seperti profil demografi nasabah, rata-rata skor kepuasan, atau tingkat kualitas pelayanan) secara sistematis tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum di luar sampel tersebut

Jenis penelitian ini bertujuan untuk mencari hubungan sebab-akibat atau pengaruh antara variabel independen (Kualitas Pelayanan *Frontliner*) terhadap

variabel dependen (Kepuasan Nasabah) guna membuktikan apakah perubahan pada kualitas pelayanan akan diikuti oleh perubahan pada tingkat kepuasan nasabah.

B. Populasi Dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek atau subjek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu, sedangkan sampel adalah sebagian kecil dari populasi tersebut yang diambil untuk mewakili seluruh kelompok, berikut penjelasan populasi dan sampel sebagai berikut:

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan elemen yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen dalam populasi merupakan keseluruhan subjek yang akan diukur dan diteliti (Sugiono, 2019). Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Sigli per Maret 2023 tercatat sebanyak 1.454 rekening nasabah.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiono, 2019). Agar hasil penelitian tetap akurat, sampel yang diambil harus bersifat representatif atau mampu mewakili seluruh sifat populasinya secara tepat. Proses pemilihan sampel ini dilakukan menggunakan teknik sampling, yang secara umum dibagi menjadi *probability*

sampling (acak/setiap anggota punya peluang sama) dan *non-probability sampling* (tidak acak/berdasarkan pertimbangan tertentu).

Berdasarkan pandangan para ahli, dapat disimpulkan bahwa populasi dan sampel adalah dua kesatuan yang saling berkesinambungan dalam menentukan validitas sebuah penelitian. Populasi bertindak sebagai totalitas atau keseluruhan objek dan subjek penelitian yang memiliki karakteristik serupa untuk dipelajari, sedangkan sampel merupakan sebagian kecil anggota dari populasi tersebut yang diambil secara terukur sebagai wakil atau representasi ilmiah. Hubungan keduanya didasarkan pada prinsip efisiensi dan generalisasi, di mana peneliti menghemat waktu, biaya, dan tenaga dengan cara menguji sampel yang representatif, namun hasil temuan dan kesimpulan dari analisis sampel tersebut tetap dapat diberlakukan atau digeneralisasikan secara valid kepada seluruh populasi yang lebih luas.

Untuk menentukan jumlah sampel, peneliti mengambil ukuran sampel dengan *Accidental Sampling* yaitu responden yang diambil secara acak dengan menggunakan metode *Slovin* yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan:

N = Jumlah Sampel/responden

N = Jumlah Populasi

e = Batas toleransi kesalahan (pada penelitian ini menggunakan 0,1 atau 10%)

selanjutnya dilakukan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{1.454}{1 + 1.454 (0,10)^2}$$

$$n = \frac{1.454}{1 + (1.454)(0,01)}$$

$$n = \frac{1.454}{1 + 14,54}$$

$$n = \frac{1.454}{15,54}$$

$$n = 93,56 \approx 100$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, ukuran sampel untuk penelitian ini dihitung menjadi 100 responden.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data yang valid dan objektif. Sesuai dengan pendekatan penelitian yang digunakan, jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang berwujud angka atau data kualitatif yang diangkakan (skor). Berdasarkan sumbernya, penelitian ini mengandalkan data primer. Menurut *Sugiyono (2018)*, data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam konteks ini, data primer diperoleh secara langsung dari subjek penelitian, yaitu para nasabah PT. Bank Aceh Cabang Sigli yang terpilih sebagai responden.

Tabel 3.1 Skala *Likert*

No	Pilihan Jawaban	Skor
1	Sangat setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

D. Teknik Analisa Data

Data data yang terkumpul melalui pernyataan angket terlebih dahulu diklasifikasikan sesuai dengan jenisnya. Untuk menguji dan membuktikan secara empiris sejauh mana kualitas jasa pelayanan perbankan memengaruhi kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Cabang Sigli, teknik statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda (*multiple linear regression*). Ghozali (2018) menjelaskan bahwa analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh atau hubungan kausalitas antara beberapa variabel independen (bebas) terhadap satu variabel dependen (terikat). Penggunaan rumus regresi linear berganda ini sangat tepat karena peneliti ingin melihat kontribusi simultan maupun parsial dari dimensi kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah. Seluruh perhitungan matematis dalam analisis ini dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik (seperti SPSS) untuk menjamin akurasi dan validitas hasil pengujian.

1. Uji validitas dan Uji Reliabilitas

Uji Validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan alat ukur untuk mengukur indikator-indikator dari objek penelitian. Menurut Arikunto validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkatan-tingkatan kevalidan dan kesahihan sesuatu instrumen. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur secara tepat. Validitas suatu instrumen akan menggambarkan tingkat kemampuan alat ukur yang digunakan untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran. Dengan demikian permasalahan validitas instrumen (angket) dapat mengukur apa yang diukur disebut valid dan sebaliknya apabila tidak dapat mengukur apa yang ingin diukur maka dinyatakan tidak valid.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Cara menghitung tingkat reliabilitas suatu data yaitu dengan mengukur jumlah perhitungan *cronbach α* > rtabel.

2. Uji asumsi klasik

Uji Asumsi Klasik merupakan sekumpulan syarat statistik yang wajib dipenuhi sebelum melakukan analisis regresi linear berganda berbasis *Ordinary Least Squares* (OLS). Tujuan utama dari pengujian ini adalah untuk memastikan bahwa model regresi yang dihasilkan bersifat BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*), yang berarti parameter yang diperoleh bersifat valid,

objektif, dan tidak bias sebagai alat peramal keadaan di masa depan. Jika salah satu syarat asumsi klasik ini dilanggar, maka hasil uji hipotesis (seperti Uji T dan Uji F) menjadi tidak akurat dan tidak dapat diandalkan untuk mengambil kesimpulan ilmiah.

Berdasarkan praktik penelitian, terdapat empat jenis pengujian utama yang saling melengkapi dalam uji asumsi klasik. Pertama adalah Uji Normalitas, yang berfungsi untuk memastikan bahwa nilai *residual* atau selisih antara nilai riil dan nilai prediksi berdistribusi secara normal. Kedua adalah Uji Multikolinearitas, yang digunakan untuk memeriksa apakah terdapat hubungan linear atau korelasi yang terlalu kuat antar sesama variabel independen (X). Ketiga adalah Uji Heteroskedastisitas, yang bertujuan untuk menguji apakah varians dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain bersifat konstan atau sama. Terakhir adalah Uji Autokorelasi, yang wajib digunakan pada data runtun waktu (*time series*) untuk melihat apakah ada korelasi antara kesalahan pengamatan pada periode saat ini dengan periode sebelumnya.

a. Uji normalitas

Uji normalitas digunakan untuk memastikan bahwa kesimpulan yang diambil dalam uji ini valid adanya. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel bebas dan variabel terikat keduanya mempunyai distribusi data normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Salah satu cara yang digunakan untuk melihat normalitas data adalah dengan melihat plot garis dari *standardized residual cumulative*

probability (grafik probabilitas normal). Apabila sebaran data berada pada garis normal atau cukup dekat dengan garis lurus yang ditarik dari kiri kebawah kekanan atas dalam grafik, maka dapat dikatakan bahwa data yang diuji memiliki sebaran normal atau jika pada grafik *standardized residual cumulative probability* $p\text{-value} > \alpha$ maka data menyebar normal. Sebaliknya jika garis tidak terletak disekitar garis dan $p\text{-value}$.

b. Uji heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi ketika variasi disekitar persamaan regresi bernilai berbeda untuk semua nilai variabel-variabel bebas. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan cara uji *glejser* dari model persamaan *regresi*. Jika nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} dan nilai signifikannya lebih besar dari 0,05 ($> 0,05$) maka heteroskedastisitas tidak terjadi atau disebut dengan homokedastisitas. Dan sebaliknya jika nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikannya lebih dari 0,05 ($< 0,05$) maka terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Tujuan digunakan uji multikolinearitas untuk menguji apakah model regresi telah mendeteksi adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi dikatakan baik jika tidak ada korelasi antara variabel bebas dan variabel tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar variabel bebasnya nol. Salah satu cara guna mencari multikolinearitas dalam model regresi adalah dengan melihat nilai TOL (*Tolerance*) dan VIF (*variance inflation factor*) masing-masing

variabel bebas dari variabel terikat. Jika nilai VIF 10 atau kurang, jadi model regresi tidak termasuk multikolinearitas (Wiratna, 2016).

Dasar pengambilan keputusan uji multikolinieritas bisa dilaksanakan dengan dua cara yaitu:

- 1) Jika nilai *tolerance* $< 0,1$, jadi bermakna terjadi multikolinieritas atas data yang diuji.
- 2) Jika nilai VIF > 10 , jadi artinya terjadi multikolinieritas atas data yang diuji

d. Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui semua apakah variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama atau simultan terhadap variabel dependen. Merumuskan hipotesisnya:

1. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.

e. Uji t (Parsial)

Uji t yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dan dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing t_{hitung} . Penarikan kesimpulan hipotesis dapat dilakukan dengan membandingkan hasil t_{hitung} .

Dengan membandingkan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < -t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < t_{table}$, maka H_0 terima atau H_a ditolak.

f. Regresi Linear berganda

Menggunakan analisis regresi linier berganda untuk memprediksi variabel independen. Analisa tersebut sebagai penentu diantara variabel terikat serta variabel bebas, apakah variabel bebas mempunyai hubungan negatif atau positif, dan memprediksi apakah nilai variabel bebas akan naik atau turun. Variabel bebas promosi (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2), variabel terikatnya Nasabah (Y).

g. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Uji-t pengujian dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% atau taraf signifikan 5% ($\alpha = 0,05$). Penentuan t_{tabel} berdasarkan $df=n-k-1$. Adapun dasar pengambilan keputusan:

1. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai *probablitas* (sig) > 0.05 , maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen*.

2. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai *probabilitas* (sig) < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen*.

h. Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (R^2)

Koefisien korelasi adalah pengukuran statistik kovarian atau asosiasi antara dua variabel. Koefisien korelasi menunjukkan kekuatan (*strength*) hubungan linear dan arah hubungan dua variabel. Adapun dalam penelitian ini menggunakan adjusted R^2 (*Adjusted R square*). Menurut Ghozali kegunaan dari *Adjusted R2* adalah:

1. Jika nilai *Adjusted R2* semakin besar maka akan semakin tepat suatu garis regresi dan sebaliknya.
2. Untuk mengukur besarnya proporsi atau prosentase sumbangan dari Variabel *dependen* terhadap variabel *independen* (Ghozali, 2018).

E Devinisi Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel merupakan langkah penting dalam penelitian untuk menjelaskan bagaimana setiap variabel diukur agar dapat dianalisis secara kuantitatif. penelitian ini terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel *independen* (bebas) dan variabel *dependen* (terikat).

1. Variabel Independen

Variabel *independen* adalah variabel yang memengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel *dependen*. Variabel *independen* dalam penelitian ini terdiri dari *Teller* (X_1) dan *Customers Service* (X_2)

2. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel independen. Dalam penelitian ini, variabel dependennya adalah Kepuasan Nasabah.

No	Variabel	Defenisi Operasional	Indikator
1	<i>Teller (X₁)</i>	independen (variable tidak terikat) yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab berubahnya variabel dependen (variabel terikat),	1. Sopan 2. Teliti 3. Good Looking 4. Bertanggung Jawab
2	<i>Customers Service (X₂)</i>	independen (variable tidak terikat) yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab berubahnya variabel dependen (variabel terikat),	1. Sopan 2. Wawasan produk 3. Good Looking 4. Kemampuan komunikasi
3	Kepuasan Nasabah (Y)	dependen (variabel terikat) yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen (variabel bebas),	1. Pelayanan sesuai harapan 2. Perasaan nyaman 3. Mendapatkan kemudahan

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

PT. Bank Aceh mengukir sejarah baru melalui hasil rapat RUPSLB (Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa) tanggal 25 Mei 2015 bahwa Bank Aceh melakukan perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional menjadi sistem syariah seluruhnya. Maka dimulai setelah tanggal keputusan tersebut proses konversi dimulai dengan tim konversi Bank Aceh dengan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan. Setelah melalui berbagai tahapan dan proses perizinan yang disyaratkan oleh OJK akhirnya Bank Aceh mendapatkan izin operasional konversi dari Dewan Komisiner OJK Pusat untuk perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional ke sistem syariah secara menyeluruh.

Izin operasional konversi tersebut ditetapkan berdasarkan Keputusan Dewan Komisiner OJK Nomor. KEP-44/D.03/2016 tanggal 1 September 2016 Perihal Pemberian Izin Perubahan Kegiatan Usaha Bank Umum Konvensional Menjadi Bank Umum Syariah PT Bank Aceh yang diserahkan langsung oleh Dewan Komisiner OJK kepada Gubernur Aceh Zaini Abdullah melalui Kepala OJK Provinsi Aceh Ahmad Wijaya Putra di Banda Aceh. Sesuai dengan ketentuan yang berlaku bahwa kegiatan operasional Bank Aceh Syariah baru dapat dilaksanakan setelah diumumkan kepada masyarakat selambat-lambatnya 10 hari dari hari ini. Perubahan sistem operasional dilaksanakan pada tanggal 19 September 2016 secara serentak pada seluruh jaringan kantor Bank Aceh. Dan sejak tanggal tersebut Bank Aceh telah dapat

melayani seluruh nasabah dan masyarakat dengan sistem syariah murni mengutip Ketentuan PBI Nomor 11/15/PBI/2009.

Proses konversi Bank Aceh menjadi Bank Syariah diharapkan dapat membawa dampak positif pada seluruh aspek kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat. Dengan menjadi Bank Syariah, Bank Aceh bisa menjadi salah satu titik episentrum pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah yang lebih optimal. Kantor Pusat Bank Aceh berlokasi di Jalan Mr. Mohd. Hasan No 89 Batoh Banda Aceh. Sampai dengan tanggal 19 September 2016, Bank memiliki 1 Kantor Pusat, 26 Kantor Cabang, 85 Kantor Cabang Pembantu, 15 Kantor Kas, 13 *Payment Point*, 2 Mobil Kas Keliling, serta 201 Gerai ATM Bank Aceh.

PT. Bank Aceh Syariah cabang Sigli selaras dengan rencana strategis jangka menengah Bank sebagaimana telah dicantumkan dalam *Corporate Plan* PT. Bank Aceh Syariah Tahun 2018 – 2022, Bank terus melakukan penguatan landasan ideal operasional melalui penyesuaian visi dan misi yang lebih kuat dan fokus pada tujuan dan cita-cita jangka panjang yang lebih akomodatif terhadap semua pemangku kepentingan. Penyesuaian landasan ideal tersebut dimulai sejak ditetapkan dengan komitmen seluruh sumberdaya organisasi dengan daya upaya maksimal untuk mewujudkannya. Adapun visi dan misi PT. Bank Aceh Syariah cabang Sigli ialah sebagai berikut:

Visi

Menjadi “Bank Syariah Terdepan dan Terpercaya dalam Pelayanan di Indonesia”

Misi

1. Menjadi penggerak perekonomian Aceh dan pendukung agenda pembangunan daerah.
2. Memberi layanan terbaik dan lengkap berbasis TI untuk semua segmen nasabah, terutama sektor usaha kecil, menengah, sektor pemerintah maupun korporasi.
3. Menjadi bank yang memotivasi karyawan, nasabah dan *stakeholders* untuk menerapkan prinsip syariah dalam muamalah secara komprehensif (*syumul*).
4. Memberi nilai tambah yang tinggi bagi pemegang saham dan masyarakat Aceh umumnya.
5. Menjadi perusahaan pilihan utama bagi profesional perbankan syariah di Aceh.

B. Karakteristik Responden Penelitian

Karakteristik responden penelitian merupakan aspek krusial dalam metodologi penelitian yang menggambarkan ciri, identitas, dan profil mendasar dari subjek penyedia informasi. Menurut Suharsimi Arikunto (2006), responden adalah subjek penelitian yang bertugas memberikan jawaban atau respons atas stimulus berupa pertanyaan yang diajukan oleh peneliti untuk mengukur persepsi maupun fakta di lapangan. Karakteristik ini menjadi sangat penting karena setiap individu memiliki keunikan tersendiri dalam memproses informasi.

Sejalan dengan pandangan Ivancevich (2008), perbedaan latar belakang dan karakteristik personal akan membuat setiap responden memandang suatu fenomena secara berbeda, sehingga respons yang mereka berikan terhadap instrumen penelitian pun akan sangat bervariasi. Oleh karena itu, pengenalan terhadap karakteristik subjek ini berfungsi sebagai fondasi utama bagi peneliti untuk memastikan bahwa sampel

yang diambil telah bersifat representatif dan mampu menjawab tujuan penelitian secara akurat. Analisis karakteristik responden digunakan untuk mengetahui profil nasabah PT. Bank Aceh Cabang Sigli yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Pengumpulan data demografi dilakukan melalui pengisian kuesioner bagian identitas responden. Karakteristik responden yang dikumpulkan meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan terakhir, dan jenis pekerjaan. Gambaran umum mengenai profil nasabah tersebut dijabarkan sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin adalah pengelompokan profil sampel penelitian ke dalam kategori laki-laki dan perempuan untuk mengetahui komposisi gender dari para nasabah yang menjadi objek survei. instrumen analisis demografi yang penting untuk memetakan komposisi gender sampel nasabah, guna memahami adanya potensi variasi persepsi dan ekspektasi antara laki-laki dan perempuan terhadap kualitas pelayanan *frontliner*. Pengelompokan ini tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap data deskriptif dalam penelitian kuantitatif lapangan, tetapi juga menjadi landasan strategis bagi perusahaan untuk memahami perilaku spesifik nasabah berdasarkan gender demi meningkatkan efektivitas pelayanan dan kepuasan secara menyeluruh. Pada bagian ini responden dibagi berdasarkan jenis kelamin. Pembagiannya dapat dilihat pada table 4.1. berikut:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	38	38 %
2	Perempuan	62	62 %
Total Responden		100	100 %

Sumber: Data primer diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang terpilih, didominasi oleh responden yang berjenis kelamin perempuan dengan jumlah responden sebanyak 62 orang (62%) hal ini dikarenakan selama penelitian peneliti banyak menjumpai nasabah perempuan yang menabung di PT. Bank Aceh Cabang Sigli. Kemudian jumlah responden laki-laki sebanyak 38 orang (38%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar nasabah yang menjadi sampel ialah adalah perempuan.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia adalah pengelompokan profil sampel nasabah ke dalam beberapa rentang generasi atau kelompok umur tertentu untuk mengetahui sebaran usia dari masyarakat yang menggunakan layanan Perusahaan. Tingkat usia seseorang dapat menunjukkan tingkat kematangan seorang sehingga dapat mempengaruhi perilaku orang tersebut dalam menentukan pilihan pada bank. Analisis ini memetakan kelompok generasi responden, seperti Generasi Z (remaja/dewasa muda), Milenial (usia produktif), atau *Baby Boomers* (lansia). Setiap kelompok usia ini merepresentasikan tahapan hidup dan kemandirian finansial yang berbeda dari nasabah. Pembagian kelompok usia responden dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Kelompok Usia	Frekuensi	Persentase
1	< 20 Tahun	5	5%
2	21 – 30 Tahun	76	76%
3	31 – 40 Tahun	11	11%
4	41 – 50 Tahun	5	5%
5	51 – 60 Tahun	0	0%
6	> 60 Tahun	0	0%
Total Responden		100	100 %

Sumber: Data primer diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang terpilih, didominasi oleh responden pada kelompok usia 21 – 40 Tahun dengan jumlah responden sebanyak 76 orang (76%). Hal ini dikarenakan rata-rata responden yang peneliti jumpai kalangan ibu-ibu dan bapak-bapak yang berusia antara 21 – 40 tahun dan sudah berkeluarga. Kemudian diikuti oleh kelompok usia 41-50 Tahun dengan jumlah responden sebanyak 11 orang (11%), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar nasabah PT. Bank Aceh Cabang Sigli yang menjadi sampel adalah dari kelompok usia 21 - 40 Tahun.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Tetap

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan tetap adalah pengelompokan profil sampel nasabah ke dalam kategori profesi utama yang mereka jalani sehari-hari untuk mengetahui latar belakang ekonomi dan aktivitas sosial dari para pengguna layanan perusahaan. Pengelompokan ini (seperti PNS, pegawai swasta, wiraswasta, mahasiswa, atau ibu rumah tangga) mencerminkan tingkat pendapatan, daya beli, dan jenis kebutuhan finansial nasabah. Profesi seseorang biasanya berbanding lurus dengan jenis produk atau layanan yang mereka cari saat mendatangi *frontliner*. Pekerjaan juga dapat dijadikan sebagai parameter seorang dalam mempengaruhi memperoleh ekonomi yang baik. Pembagian responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Tetap

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	7	7%
2	PNS	67	67%
3	Wirausaha	10	10%
4	Karyawan/Buruh	10	10%
4	Lainnya	6	6%
Total Responden		100	100 %

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang terpilih, didominasi oleh responden yang mempunyai pekerjaan sebagai PNS dengan jumlah responden 67 orang (67%). Hal ini dikarenakan rata-rata responden yang peneliti jumpai ialah mereka yang bekerja tetap sebagai PNS. Kemudian diikuti oleh responden yang mempunyai pekerjaan sebagai wirausaha dan karyawan/buruh dengan jumlah masing-masing responden 10 orang (10%), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar sampel penelitian adalah memang bekerja tetap sebagai pelaku wirausaha.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan adalah pengelompokan profil sampel nasabah ke dalam jenjang pendidikan formal terakhir yang telah mereka selesaikan untuk mengetahui tingkat edukasi dan latar belakang akademis dari para pengguna layanan Perusahaan. Tingkat pendidikan seseorang (seperti SMA, Diploma, S1, atau S2) secara linier memengaruhi kemampuan mereka dalam memahami informasi, prosedur, dan aturan instansi. Nasabah dengan pendidikan yang lebih tinggi biasanya lebih cepat menangkap penjelasan *frontliner* mengenai produk yang kompleks. Pendidikan juga dapat dijadikan sebagai parameter nasabah dalam mempengaruhi keputusannya pada sebuah bank. Pembagian responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	SMA/Sederaja	27	27%
2	Diploma III	17	17%
3	S1	35	35%
4	S2	11	11%

5	Lainnya	10	10%
Total Responden		100	100%

Sumber: Data primer diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang terpilih, didominasi oleh responden yang tingkat Pendidikan terakhirnya ialah S1 dengan jumlah responden 35 orang (35%), kemudian diikuti oleh responden yang tingkat Pendidikan terakhirnya SMA dengan jumlah responden masing-masing 27 orang (23%), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar nasabah Bank Aceh Cabang Sigli adalah tamatan S1.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Karakteristik responden berdasarkan pendapatan adalah pengelompokan profil sampel nasabah ke dalam beberapa rentang penghasilan atau pemasukan finansial per bulan untuk mengetahui tingkat kesejahteraan ekonomi dari para pengguna layanan Perusahaan. Pengelompokan ini mencerminkan daya beli dan status sosial ekonomi nasabah. Pendapatan yang dimiliki seseorang biasanya berbanding lurus dengan jenis layanan yang mereka butuhkan, ukuran transaksi yang mereka lakukan, serta kelas produk yang mereka pilih di perusahaan tersebut. Pendapatan yang diperoleh oleh nasabah tentu berbeda satu dengan lainnya. Adapun pembagian jumlah pendapatan setiap nasabah dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

No.	Pendapatan	Frekuensi	Persentase
1	< Rp 1.000.000/bulan	30	30%
2	Rp 1.100.000 – Rp 3.000.000	31	31%
3	Rp 3.100.000 – 5.000.000	18	18%
4	Rp 5.100.000 – 10.000.000	14	14%
5	> Rp 10.000.000	7	7%
Total Responden		100	100%

Sumber: Data primer diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang terpilih, didominasi oleh responden yang mempunyai pendapatan lebih besar dari Rp 1.1.000.000 – 3.000.000/bulan dengan jumlah responden 31 orang (31%), kemudian diikuti oleh responden yang mempunyai pendapatan < Rp 1.000.000/bulan dengan jumlah responden 30 orang (30%), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian nasabah Bank Aceh Sigli yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah memiliki pendapatan di atas Rp 1.100.000 – 3.000.000/bulan.

C. Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian adalah tahap krusial pada pembahasan sebelumnya yang berfungsi untuk menguji apakah kuesioner yang Anda gunakan sudah layak, valid, dan konsisten sebelum data tersebut dianalisis lebih lanjut menggunakan regresi linear. Kuesioner kualitas pelayanan *frontliner* (X) dan kepuasan nasabah (Y) wajib melewati uji ini agar hasil penelitian tidak bias dan diakui keilmiahannya. Uji instrumen penelitian dilakukan untuk memastikan bahwa kuesioner yang digunakan sebagai alat pengumpul data memiliki kualitas yang baik dan memenuhi syarat ilmiah. Sebelum kuesioner disebarkan secara luas kepada seluruh sampel nasabah PT. Bank Aceh Cabang Sigli, instrumen penelitian ini terlebih dahulu di uji cobakan kepada responden di luar sampel utama namun memiliki karakteristik yang sama. Pengujian instrumen ini terdiri dari dua aspek utama, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah prosedur pengujian statistik yang digunakan untuk mengukur sah, sah, atau valid tidaknya butir-butir pertanyaan dalam sebuah

kuesioner penelitian Uji validitas menunjukkan kemampuan kuesioner dalam mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Uji validitas merupakan ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen/kuesioner (Afifudin, 2009:56). Sudarmanto (2005:76) berpendapat bahwa kriteria yang digunakan atau batas minimum suatu instrumen atau tingkat angket dinyatakan valid, apabila:

1. Nilai koefisien korelasi yang diperoleh dari analisis dibandingkan dengan nilai koefisien korelasi pada tabel dengan tingkat kepercayaan yang telah dipilih.
2. Dibuat suatu ukuran tertentu, suatu instrument dinyatakan valid bila nilai koefisien $r_{\text{tabel}} < r_{\text{hitung}}$ maka dinyatakan valid, apabila $r_{\text{tabel}} > r_{\text{hitung}}$ maka tidak valid (Arikunto, 2022).

Hasil pengujian instrumen penelitian dari segi validitas *item-total statistics* terhadap 100 responden sebagaimana tertera pada tabel berikut, menunjukkan bahwa semua item pernyataan mempunyai nilai korelasi r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (lihat tabel r_{tabel} (0,05) pada lampiran). Dengan demikian berarti item pernyataan untuk semua variabel adalah valid. Ringkasan dari hasil uji validitas disajikan dalam Tabel 4.6.

Tabel 4.6 Uji Validitas

Variabel		r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
kualitas pelayanan <i>Teller</i> (X1)	KPT1	0,690	0,197	Valid
	KPT2	0,593	0,197	Valid
	KPT3	0,585	0,197	Valid
	KPT4	0,619	0,197	Valid
	KPT5	0,743	0,197	Valid
	KPT6	0,656	0,197	Valid
	KPT7	0,586	0,197	Valid
	KPT8	0,551	0,197	Valid
Kualitas Pelayanan Costumer Service (X2)	KPC1	0,651	0,197	Valid
	KPC2	0,742	0,197	Valid
	KPC3	0,708	0,197	Valid
	KPC4	0,742	0,197	Valid

Kepuasan Nasabah (Y)	KPC5	0,646	0,197	Valid
	KPC6	0,588	0,197	Valid
	KPC7	0,674	0,197	Valid
	KPC8	0,601	0,197	Valid
	KN1	0,668	0,197	Valid
	KN2	0,667	0,197	Valid
	KN3	0,644	0,197	Valid
	KN4	0,659	0,197	Valid
	KN5	0,295	0,197	Valid
	KN6	0,222	0,197	Valid
	KN7	0,696	0,197	Valid
	KN8	0,211	0,197	Valid

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dijelaskan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini semuanya dinyatakan valid, karena mempunyai koefisien korelasi di atas dari nilai kritis korelasi yaitu sebesar 0,197 sehingga semua pertanyaan yang terkandung dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan valid untuk dilanjutkan penelitian yang lebih mendalam. Adapun fungsi dan kegunaannya dalam uji validasi tersebut:

- a. Menghindari Bias Data: Memastikan bahwa nasabah yang mengisi kuesioner tidak salah menafsirkan maksud dari pertanyaan-pertanyaan yang Anda ajukan.
- b. Menyaring Butir Pertanyaan: Menyeleksi indikator variabel yang layak digunakan untuk analisis data ke tahap berikutnya, serta membuang atau memperbaiki butir pertanyaan yang membingungkan atau tidak relevan.
- c. Menjamin Kualitas Penelitian: Memberikan bukti empiris bahwa alat ukur yang Anda gunakan memiliki ketepatan yang tinggi dalam memetakan variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan kostruk-konstruk (Baktiar, 2010). Indikator atau alat ukur dinyatakan memiliki reliabilitas yang tinggi atau dapat dipercaya, apabila alat ukur tersebut stabil sehingga dapat diandalkan (*dependability*) dan dapat digunakan untuk meramalkan (*predictability*). Dengan demikian alat ukur tersebut akan memberikan hasil pengukuran yang tidak berubah-ubah dan akan memberikan hasil yang serupa apabila digunakan berkali-kali. Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data yang tidak bersifat tendensius atau mengarahkan responden untuk memilih-milih jawaban tertentu. Instrument yang reliabel akan menghasilkan data yang sesuai dengan kondisi sesungguhnya.

Dengan demikian Uji reliabilitas adalah prosedur pengujian statistik yang digunakan untuk mengukur konsistensi, keandalan, atau kestabilan sebuah kuesioner penelitian. Sebuah instrumen kuesioner dikatakan reliabel jika memberikan hasil jawaban yang serupa atau konsisten ketika diujikan kembali kepada responden yang sama pada waktu yang berbeda, atau dalam situasi pengujian yang berulang.

Selanjutnya, hasil pengujian instrument penelitian dari segi reliabilitas *item-total statistics* terhadap 100 responden. Output hasil dari uji reliabilitas menggunakan program *SPSS Statistic 26.0* ringkasan dari hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7 Uji Reliabilitas

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.905	24

Sumber: Data Diolah, 2023.

Hasil perhitungan uji reabilitas dengan menggunakan software SPSS dapat dilihat pada *Cronbach's Alpha*. Data dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$.

D. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik merupakan tahapan statistik yang wajib dilakukan sebelum melakukan analisis regresi linear berganda berbasis *Ordinary Least Squares* (OLS). Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa model regresi yang dihasilkan memenuhi kriteria BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*), sehingga parameter yang diperoleh bersifat valid, objektif, dan tidak bias sebagai alat estimasi. Apabila syarat-syarat dalam asumsi klasik ini diabaikan atau dilanggar, maka hasil uji hipotesis melalui Uji T dan Uji F menjadi tidak akurat, menyesatkan, serta tidak dapat diandalkan untuk penarikan kesimpulan ilmiah.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah prosedur pengujian statistik yang digunakan untuk mengetahui apakah data residual (selisih antara nilai riil dan nilai prediksi) dalam model regresi berdistribusi secara normal atau tidak. Dalam penelitian kuantitatif, uji ini bertujuan untuk memastikan bahwa model regresi yang Anda gunakan memenuhi syarat asumsi klasik yang terpercaya sebelum melangkah ke tahap pengujian hipotesis.

Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji persyaratan analisis data atau uji asumsi klasik, artinya sebelum kita melakukan analisis statistik untuk uji hipotesis dalam hal ini adalah analisis regresi, maka data penelitian tersebut harus di uji kernormalan distribusinya. Dalam praktiknya, para ahli seperti Duwi Priyatno (2014) menjelaskan bahwa mendeteksi normalitas data residual dapat dilakukan dengan dua cara utama, yaitu analisis grafik (*Normal Probability Plot*) serta uji statistik non-parametrik seperti uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Melalui uji *Kolmogorov-Smirnov*, data dinyatakan berdistribusi normal secara objektif apabila nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 ($p > 0,05$).

1. Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal.
2. Sebaliknya, jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05 maka data penelitian tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.8 Uji Normalitas

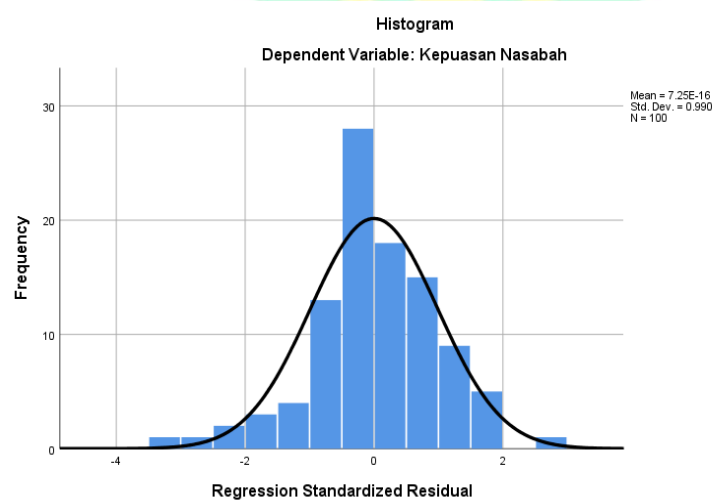
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.72429246
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.047
	Negative	-.081
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data Diolah, (2023).

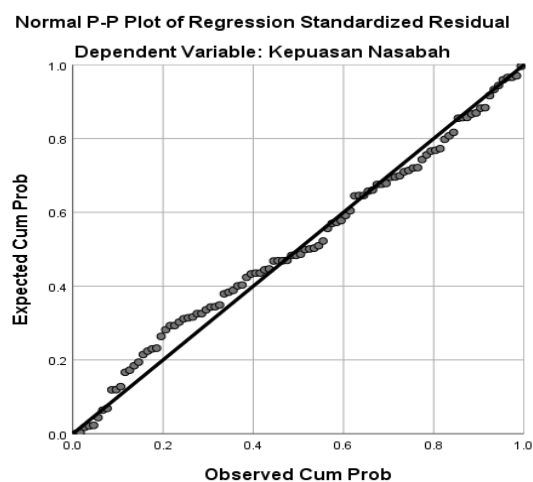
Berdasarkan tabel output SPSS tersebut, diketahui bahwa nilai signifikansi variabel kualitas produk *Asiymp.Sig (2-tailed)* sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *kolmogorov-smirnov* di atas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Gambar 4.1

Gambar 4.1 Histogram Uji Normalitas



Gambar 4.2 P-P Plot Uji Normalitas



Pada gambar normal plot (Gambar 4.1 dan 4.2) terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Dengan melihat tampilan gambar normal plot dapat disimpulkan bahwa gambar normal plot memberikan pola distribusi normal. Berdasarkan uji asumsi klasik tersebut, dapat dijelaskan bahwa semua data yang digunakan dalam penelitian memenuhi semua asumsi klasik, sehingga model regresi linear berganda dalam penelitian ini layak digunakan.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas merupakan bagian dari uji asumsi klasik (normalitas dan heteroskedastisitas) dalam analisis regresi linear berganda. Tujuan digunakannya uji multikolinearitas dalam penelitian adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi (hubungan kuat) antar variabel bebas atau variabel independent. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas atau tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Untuk mendeteksi ada tidaknya gejala multikolinearitas dalam model regresi, maka dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu: (1) Melihat nilai korelasi antar variabel independent. (2) Melihat nilai *condition index* dan *eigenvalue*. (3) Melihat nilai *tolerance* dan *variance inflating factor* (VIF). Dalam kesempatan kali ini kita akan memprektekkan cara melakukan uji multikolinearitas dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF menggunakan program SPSS.

Dasar Pengambilan keputusan dalam Uji Multikolinearitas (*Tolerance* dan VIF) Seperti yang kita ketahui, bahwa setiap uji statistik yang dilakukan pasti ada dasar pengambilan keputusannya. Adapun dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas dengan *Tolerance* dan VIF adalah sebagai berikut:

Pedoman Keputusan Berdasarkan Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*).

1. Jika nilai $VIF < 0,10$ maka artinya tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.
2. Jika nilai $VIF > 0,10$ maka artinya terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

Kedua dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas di atas akan menghasilkan kesimpulan yang sama (tidak akan bertentangan).

Tabel 4.9 Uji Multikolinieritas

Model	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	VIF
<i>(Constant)</i>		
<i>Layanan Teller</i>	.653	1.531
<i>Layanan Costumers</i>	.550	1.476

Sumber: Data Diolah, (2023).

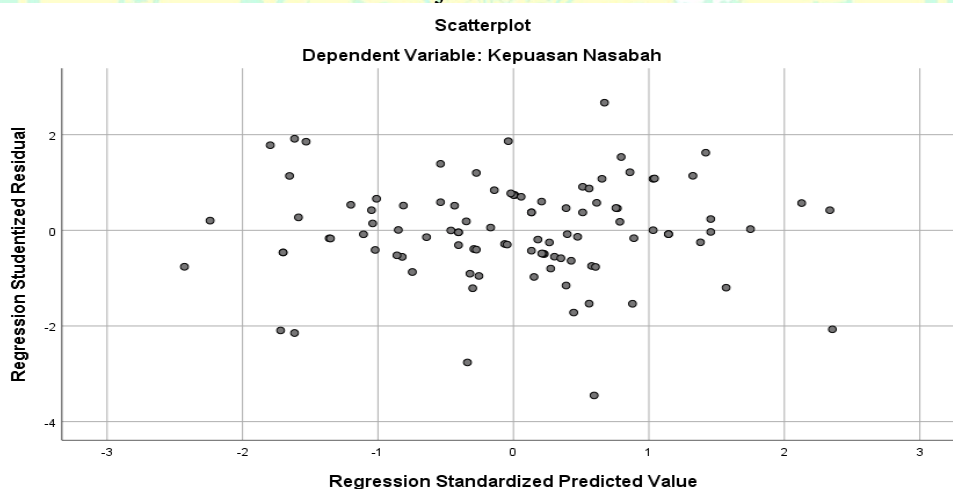
Pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas ini, dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *Tolerance* dan VIF. Berdasarkan tabel output "*Coefficients*" pada bagian "*Collinearity Statistics*" diketahui nilai *Tolerance* untuk variabel (X_1) sebesar 0,653 dan variabel (X_2) sebesar 0,550 lebih besar dari 0,10.

Sementara, nilai VIF untuk variabel (X_1) sebesar 1.531 dan variabel (X_2) sebesar 1.476 lebih kecil dari 10. Maka mengacu pada dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terdapat persamaan atau perbedaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dengan ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot*. Jika ada pola tertentu maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali: 2020).

Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas



Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan *scatterplot* dalam penelitian ini telah memenuhi syarat heteroskedastisitas karena pada grafik *scatterplot* yang diperoleh titik-titiknya tidak membentuk pola tertentu dan tidak teratur, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya masalah heteroskedastisitas atau bebas dari masalah heteroskedastisitas.

E. Hasil Penelitian

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda adalah metode statistik yang digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel bebas (independen) secara bersama-sama terhadap satu variabel terikat (dependen). Teknik ini sangat berguna dalam penelitian kuantitatif untuk memprediksi nilai variabel terikat serta mengetahui arah dan seberapa besar kontribusi setiap variabel bebas terhadap variabel yang diteliti. Berdasarkan data yang diotput dalam SPSS dengan model analisis regresi linear berganda didapatkan hasil pada tabel 4.10.

Tabel 4.10 Analisis Regresi Linier Berganda

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 <i>(Constant)</i>	15.955	1.794		8.895	.000
Layanan <i>Teller</i>	.303	.083	.373	3.649	.000
Layanan <i>Costumers</i>	.176	.065	.279	2.731	.001

a. *Dependent Variable*: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data Diolah, (2023).

Tabel "*Unstandardized Coefficients B*" memberikan informasi tentang persamaan regresi yaitu seberapa besar variabel layanan *teller* (X_1) dan layanan *costumers* (X_2) berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah (Y). Adapun rumus persamaan regresi dalam analisis atau penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 15.955 + 0,303 (X_1) + 0,176 (X_2) + e$$

Berdasarkan persamaan regresi berganda diatas dapat diartikan bahwa:

- Koefisien regresi X_1 , yang diperoleh dari nilai (b_1) yaitu sebesar 0,303 atau 30,3% atau 1% bernilai positif. Yang artinya apabila variabel layanan teller

mengalami peningkatan sebesar 1% maka semakin meningkat kepuasan nasabah sebesar 0,303.

- b. Koefisien regresi X_2 , yang diperoleh dari nilai (b_1) yaitu sebesar 0,176 atau 17,6% atau 1% bernilai positif. Yang artinya apabila variabel layanan costumers mengalami peningkatan sebesar 1% maka semakin meningkat kepuasan nasabah sebesar 0,176.

2. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis adalah prosedur statistik yang digunakan untuk menguji kebenaran dari dugaan sementara (hipotesis) penelitian berdasarkan data sampel yang telah dikumpulkan. Tujuan utama pengujian ini adalah untuk mengambil kesimpulan apakah dugaan hubungan, pengaruh, atau perbedaan antar variabel dapat diberlakukan secara luas pada seluruh populasi atau harus ditolak secara ilmiah. Pengambilan keputusan didasarkan pada tingkat signifikansi, di mana hipotesis penelitian diterima jika nilai signifikansi (*p-value*) lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$), yang berarti terdapat pengaruh atau hubungan yang nyata (signifikan) antar variabel.

Dalam analisis regresi linear, uji hipotesis umumnya dibagi menjadi dua jenis pengujian utama yang saling melengkapi. Pertama adalah Uji T (Uji Parsial), yang berfungsi untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen (X) secara terpisah atau individu terhadap variabel dependen (Y). Kedua adalah Uji F (Uji Simultan), yang digunakan untuk menguji pengaruh seluruh variabel independen (X) secara bersama-sama atau serentak terhadap variabel dependen (Y). Melalui kombinasi kedua uji ini, peneliti dapat memahami secara utuh seberapa kuat kontribusi

setiap variabel secara mandiri maupun secara kolektif dalam memengaruhi hasil penelitian.

a. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji *t*)

Uji *t* merupakan salah satu uji hipotesis penelitian dalam analisis regresi linear sederhana maupun analisis regresi linear multiples (berganda). Uji *t* bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas atau variabel independen (*X*) secara parsial (sendiri-sendiri) berpengaruh terhadap variabel terikat atau variabel dependen (*Y*). Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4.11 Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	15.955	1.794		8.895	.000
Layanan Teller	.303	.083	.373	3.649	.000
Layanan Costumers	.176	.065	.279	2.731	.001

a. *Dependent Variable: Kepuasan Nasabah*

Sumber: Data Diolah (2023).

Berdasarkan nilai t_{hitung} pada tabel 4.11 maka dapat dilakukan kaidah pengujiannya dengan nilai t_{tabel} , $\alpha = 0,05$ dan $n = 100$, uji satu pihak $dk = n - k - 1 / dk = 100 - 3 - 1 = 96$, sehingga diperoleh nilai $t_{tabel} = 1,660$ dan hasilnya dapat disimpulkan bahwa:

1. Layanan Teller (X_1)

Nilai t_{hitung} variabel inovasi produk (X_1) sebesar 3,649 dengan nilai t_{tabel} 1,661 menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,649 > 1,660$), dengan nilai signifikan

($0,000 < 0,05$) sehingga dapat diartikan bahwa variabel layanan teller (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

2. Layanan Costumers (X_2)

Nilai t_{hitung} variabel inovasi produk (X_1) sebesar 2,731 dengan nilai t_{tabel} 1,661 menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,731 > 1,660$), dengan nilai signifikan ($0,001 < 0,05$) sehingga dapat diartikan bahwa variabel layanan costumers (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

Berdasarkan hasil uji statistik parsial (uji-t), dapat disimpulkan bahwa baik variabel Layanan *Teller* (X_1) maupun Layanan *Customer Service* (X_2) memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada PT. Bank Aceh Cabang Sigli. Kesimpulan ini dibuktikan oleh nilai (t_{hitung}) Layanan Teller sebesar 3,649 ($3,649 > 1,661$) dengan nilai signifikansi 0,000 ($0,000 < 0,05$), serta nilai (t_{hitung}) Layanan *Customer Service* sebesar 2,731 ($2,731 > 1,661$) dengan nilai signifikansi 0,001 ($0,001 < 0,05$). Mengingat nilai (t_{hitung}) Layanan *Teller* lebih besar daripada Layanan *Customer Service*, maka aspek kualitas pelayanan dari pihak *teller* menjadi faktor penentu yang paling dominan dalam meningkatkan kepuasan nasabah pada instansi perbankan tersebut.

b. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Dasar pengambilan keputusan dalam Uji F Adavariabel yang vaiabel gunakan sebagai acuan atau pedoman untuk melakukan uji hipotesis dalam uji F. Pertama adalah membandingkan nilai signifikansi (Sig.) atau nilai probabilitas hasil output Anova. Kedua adalah membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel. Berdasarkan nilai signifikansi (Sig.) dari Output Anova:

Pada penelitian ini uji F dilakukan dengan bantuan SPSS versi 26 dengan taraf signifikan 5% atau 0,05. Dengan taraf signifikan sebesar 0,05, $df_1 (N1) = k-1 = 3 - 1 = 2$ dan $df_2 (N2) = n - k = 100 - 3 = 97$, dimana k adalah jumlah variabel dan n adalah banyaknya jumlah sampel, maka dapat ditentukan F_{tabel} pada penelitian ini sebesar 2,70. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel 4.12.

Tabel 4.12 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	705.075	2	352.537	24.903	.000 ^b
	Residual	1373.165	97	14.156		
	Total	2078.240	99			

Sumber: Data Diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar dan nilai F_{tabel} sebesar atau $F_{hitung} 24,903 > 2,70$ dan probabilitas signifikan $0,000 < 0,05$ maka hipotesis diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel layanan teller (X_1) dan layanan costumers (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y). Dengan demikian, maka persyaratan agar kita dapat memaknai nilai koefisien determinasi dalam analisis regresi linear berganda sudah terpenuhi.

c. Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi (R^2) atau (*R-squared*) adalah pengujian statistik yang digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel bebas (X) dalam menjelaskan variasi dari variabel terikat (Y). Nilai koefisien determinasi ini berkisar antara 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$), yang mencerminkan proporsi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara keseluruhan. Perhitungan nilai koefisien determinasi sering diartikan sebagai seberapa besar kemampuan variabel

bebas dalam menjelaskan varians dari variabel terikatnya atau untuk menyatakan besarnya kontribusi Variabel terhadap variabel Y.

Tabel 4.13 Koefisien Determinasi

<i>Model Summary^b</i>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.874 ^a	.763	.326	3.762
a. Predictors: (Constant), Layanan Costumers, Layanan Teller				
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah				

Sumber: Data Diolah (2023).

Berdasarkan tabel output SPSS "*Model Summary*" di atas, diketahui nilai koefisien determinasi atau *R Square* adalah sebesar 0,763. Nilai *R Square* 0,763 ini berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau "R", yaitu $0,874 \times 0,874 = 0,763$. Besarnya angka koefisien determinasi (*R Square*) adalah 0,763 atau sama dengan 76,3%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel layanan teller (X_1) dan layanan costumers (X_2) sebesar 76,3% mempengaruhi variabel kepuasan nasabah. Sedangkan sisanya ($100\% - 76,3\% = 23,7\%$) dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini

F. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa Layanan *Teller* dan Layanan *Customer Service* secara parsial memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Selain itu, hasil pengujian simultan menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Cabang Sigli. Hasil pengujian koefisien determinasi juga menunjukkan bahwa variabel Layanan *Teller* dan Layanan *Customer Service* memiliki kemampuan yang cukup besar dalam

menjelaskan variasi kepuasan nasabah. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dinilai mampu menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen secara memadai.

1. Pengaruh Layanan *Teller* terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Aceh Cabang Sigli

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial (uji t), variabel Layanan *Teller* memperoleh nilai thitung sebesar 3,649 dengan tingkat signifikansi 0,000, yang lebih kecil daripada taraf signifikansi yang ditetapkan sebesar 0,05. Selain itu, nilai thitung juga lebih besar dibandingkan dengan ttabel sebesar 1,660 ($3,649 > 1,660$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Layanan *Teller* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan bahwa Layanan *Teller* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah dinyatakan diterima.

Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan teller merupakan salah satu faktor yang berperan penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Sebagai petugas yang berinteraksi secara langsung dengan nasabah dalam berbagai aktivitas transaksi perbankan, teller dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang cepat, tepat, ramah, sopan, serta profesional. Pelayanan yang berkualitas tidak hanya memberikan kemudahan dalam proses transaksi, tetapi juga mampu membangun rasa percaya dan kenyamanan nasabah terhadap bank. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh teller, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Fitriani (2019) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan frontliner berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan

yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* memiliki kontribusi yang nyata dalam meningkatkan kepuasan nasabah, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini juga didukung oleh penelitian Ningsih (2019) yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan frontliner berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi sebesar 0,004, yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat bahwa kualitas pelayanan teller merupakan salah satu faktor yang menentukan tingkat kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Cabang Sigli.

2. Pengaruh Layanan *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Aceh Cabang Sigli

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (uji t), variabel Layanan *Customer Service* memperoleh nilai thitung sebesar 2,731 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001, yang lebih kecil daripada 0,05. Selain itu, nilai thitung tersebut juga lebih besar dibandingkan dengan nilai ttabel sebesar 1,660 ($2,731 > 1,660$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Layanan *Customer Service* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh *customer service* memiliki peranan yang penting dalam menciptakan kepuasan nasabah. *Customer service* merupakan bagian dari *frontliner* yang memiliki tanggung jawab dalam memberikan informasi, menangani keluhan, membantu proses administrasi, serta memberikan solusi terhadap berbagai kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi nasabah. Kemampuan *customer service* dalam memberikan pelayanan yang responsif, komunikatif, ramah, dan solutif akan memberikan pengalaman

pelayanan yang positif bagi nasabah. Oleh karena itu, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh customer service, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diterima.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Fitriani (2019) yang menyatakan bahwa seluruh dimensi kualitas pelayanan frontliner memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Selain itu, penelitian Muhammad Zakiy (2017) juga membuktikan bahwa kualitas layanan mampu meningkatkan kepuasan nasabah, yang selanjutnya berkontribusi terhadap peningkatan loyalitas nasabah pada bank syariah. Dengan demikian, pelayanan customer service dapat dipandang sebagai salah satu faktor strategis dalam membangun hubungan jangka panjang antara bank dengan nasabah.

3. Pengaruh Layanan *Teller* dan Layanan *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah secara Simultan pada PT. Bank Aceh Cabang Sigli

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan (uji F), diperoleh nilai Fhitung sebesar 24,903 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil daripada 0,05. Nilai tersebut juga lebih besar dibandingkan dengan Ftabel sebesar 2,70 ($24,903 > 2,70$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Layanan *Teller* dan Layanan *Customer Service* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Aceh Cabang Sigli. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dinyatakan diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh teller maupun customer service secara terpisah, tetapi merupakan hasil dari sinergi pelayanan yang diberikan oleh seluruh

petugas frontliner. Kualitas pelayanan yang konsisten, baik dalam proses transaksi maupun dalam pemberian informasi dan penyelesaian keluhan, akan membentuk pengalaman pelayanan yang positif sehingga mampu meningkatkan tingkat kepuasan nasabah. Dengan kata lain, semakin baik koordinasi dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh teller dan customer service, maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah terhadap layanan yang diberikan oleh bank.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Fitriani (2019) yang menyatakan bahwa seluruh dimensi kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian Muntiyas Syilvani (2016) juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Syariah. Selain itu, penelitian Ningsih (2019) turut memperkuat temuan tersebut dengan menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan frontliner merupakan salah satu faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan nasabah. Oleh karena itu, hasil penelitian ini semakin menegaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan teller dan customer service secara terpadu merupakan strategi yang efektif dalam meningkatkan kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Cabang Sigli.

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pelayanan *teller* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Cabang Sigli.
2. Pelayanan *costumer service* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Cabang Sigli.
3. Pelayanan *teller* dan *costumer service* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Cabang Sigli.

B. Saran

Agar penelitian ini dapat terealisasi, maka peneliti mengajukan saran sebagai berikut:

1. Kepada pihak PT. Bank Aceh Cabang Sigli agar terus meningkatkan kualitas pelayanan dalam berbagai aspek, termasuk pada layanan *teller* dan *costumers*.
2. Kepada peneliti lainnya agar dapat melakukan penelitian lebih lanjut terkait kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Cabang Sigli dengan melihat layanan selain dari *teller* dan *costumer service*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arikunto, S. (2020). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (Edisi ke-10). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardani, H., dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu.
- Hasibuan, M. S. P. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hurriyati, R. (2020). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kasmir. (2021). *Pemasaran Bank*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kasmir. (2022). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.
- Lupiyoadi, R. (2020). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-2). Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2016). *Kupas Tuntas Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, F. (2022). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2022). *Service, Quality & Satisfaction* (Edisi ke-5). Yogyakarta: Andi.

Artikel dan Jurnal

- Dewi Reni. (2016). Kualitas Pelayanan Frontliner dan Kepuasan Nasabah. *Jurnal Islaminomic*, 7(2), 1–15.
- Fitriani. (2019). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Frontliner terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah. *Jurnal Perbankan*.
- Hardian Dwi Utomo. (Tanpa Tahun). Peran Kepuasan dalam Memediasi Pengaruh Implementasi Service Excellence terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi. *Jurnal Manajemen*, 9(2), 240–253.
- Muhammad Setiawan. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah serta Dampaknya terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jakarta).
- Muhammad Zakiy. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(1), 45–59.
- Muntiyas Syilvani. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Syariah Cabang Kusuma Negara Yogyakarta. *Jurnal Perbankan Syariah*, 4(1), 61–75.
- Ningsih. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner terhadap Kepuasan Nasabah di Baitul Mal Wat Tamwil Amanah Cabang Kendari. *Jurnal Perbankan*.
- Ramdhani. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Parepare. *Jurnal Perbankan*.
- Rudianto. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan Frontliner terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Bukopin Capem Cakung Jakarta Timur. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(2), 31–38.

Laman web

- Bank Aceh Syariah. (2024). *Profil Perusahaan dan Layanan Bank Aceh Syariah*.
<https://www.bankaceh.co.id>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Statistik Perbankan Indonesia*.
<https://www.ojk.go.id>

Peraturan dan undang-undang

Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 94.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Pasal 1.





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
(STATUS TERAKREDITASI)

Jalan Muhammadiyah No. 91 Batoh Lueng Bata Email : fai.tarbiyah@unmuha.ac.id
BANDA ACEH 23245

SURAT KEPUTUSAN

Nomor : 479/UM.M5/Q/FAI/2023

Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh,

- Menimbang: a. Bahwa untuk kelancaran ujian-ujian Skripsi pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi mahasiswa yang bersangkutan;
- b. Yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan pembimbing Skripsi.

- Mengingat : 1. Keputusan Dirjen Pendidikan Islam Kementerian Agama RI No. 2013 Tahun 2016 Tanggal 11 April 2016;
2. Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan tinggi No.1957/SK/BAN-PT/Akred/S/VI/2019;
3. Keputusan Tim Pengesahan Proposal Skripsi Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh Tanggal 15 Juli tahun 2023

MEMUTUSKAN :

- Menetapkan : 1. Menunjuk saudara :
1. **Puji Aryani, SE.,M.Sc.,Ph.D**
Sebagai Pembimbing I.
 2. **Hemma Marlenny, SE., M.Si., Ak., CA**
Sebagai Pembimbing II.

Untuk membimbing Skripsi :

N A M A : Novita

N P M : 2105190026

J U R U S A N : Perbankan Syari'ah

J U D U L : Pengaruh Kualitas Pelayanan *Frontliner* terhadap
Kepuasan Nasabah PT. Bank Aceh

2. Kepada Pembimbing yang tercantum namanya diberikan honorarium menurut peraturan yang berlaku;
3. Surat Keputusan ini hanya berlaku satu tahun sejak tanggal ditetapkan.
4. Segala sesuatu akan dirubah dan ditetapkan kembali sebagaimana mestinya apabila terdapat kekeliruan kemudian hari.

Ditetapkan di : Banda Aceh.

Pada Tanggal : 22 Juli 2023

D e k a n,



I. Rosnidarwati, S.Ag., M.A.

Tembusan :

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Aceh.
2. Koordinator Kopertais Wilayah V Aceh.
3. Mahasiswa Yang bersangkutan.
4. Arsip.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS AGAMA ISLAM

(STATUS TERAKREDITASI)

Jalan Muhammadiyah No. 91 Batoh Lueng Bata Email : fai.tarbiyah@unmuha.ac.id
 BANDA ACEH 23245

nomor : 508/UM. M5/Q/FAI/2023

Banda Aceh, 29 Juli 2023

inspired : --

: Permohonan Rekomendasi Izin Penelitian
Data Menyusun Skripsi

Kepada Yth :

Sdr. Pemimpin PT. Bank Aceh Cabang Sigli

Di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan Hormat. Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh dengan ini memohon agar kiranya Bapak/Ibu memberi izin dan bantuan kepada :

Nama	:	Novita
NPM	:	2105190026
Prodi	:	Perbankan Syariah
Semester	:	VIII (Delapan)
Alamat	:	Jl. Singgah Mata, No. 39 Desa Sukaramai Kecamatan, Baiturrahman Kota Banda Aceh

Untuk mengumpulkan data pada :

PT. Bank Aceh Sigli dalam Rangka Menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studinya pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Aceh, yang berjudul:

“Pengaruh Kualitas Pelayanan *Frontliner* terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Aceh).”

Demikianlah harapan kami, atas bantuan dan keizinan serta kerja sama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wassalam

Dekan,



[Signature]

Dr. Rosnidarwati, S.Ag., M.A.



: 1848 /SGL.01/VIII/2023

: -

Sigli, 15 Agustus 2023 M

28 Muharram 1445 H

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Aceh
Di -
Banda Aceh

Perihal : Persetujuan Penelitian Mahasiswa

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh.

Salam teriring do'a semoga kita semua senantiasa selalu dalam lindungan, rahmat dan ridha Allah SWT dalam menjalankan aktivitas sehari – hari.

Menindaklanjuti Surat Universitas Muhammadiyah Aceh Fakultas Agama Islam No. 508/UM.M5/Q/FAI/2023 tanggal 29 Juli 2023 perihal Permohonan Rekomendasi Izin Penelitian, dengan ini dapat kami sampaikan sebagai berikut :

Nama : Novita
NPM : 2105190026
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul : "Pengaruh Kualitas Pelayanan *Frontliner* Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Aceh"

Untuk melakukan pengambilan data pada Bank Aceh dalam rangka penyelesaian Skripsi.

Berkaitan dengan penelitian tersebut telah mendapatkan pertimbangan manajemen Bank Aceh Cabang Sigli, dan diharapkan kepada Mahasiswa untuk tetap menjaga kerahasiaan Bank, kerahasiaan Perusahaan, menjaga citra Bank Aceh, serta tidak diperbolehkan mewawancarai nasabah dan mengambil data tentang nasabah.

Demikian kami sampaikan untuk dapat dimaklumi, terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh.

PT BANK ACEH SYARIAH
CABANG SIGLI 9 4

TARMIZI
Pemimpin

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Nama Lengkap : Novita
2. Tempat/Tanggal Lahir: Sigli/ 20 November 1986
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. Kebangsaan/Suku : Aceh
6. Email : *novitaovie5@gmail.co.id*
7. Pekerjaan : BUMD
8. Alamat : Desa Peukan Shot Kec. Simpang Tiga Kab Pidie
9. Nama Orang Tua :
 - a. Ayah : Alm. Syarifuddin ZA
 - b. Pekerjaan : -
 - c. Ibu : Cut Animah
 - d. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
 - e. Alamat : Desa Sukaramai Kec. Baiturrahman Kota Banda Aceh
10. Riwayat Pendidikan :
 - a. SDN 1 Peukan Pidie Lulus Tahun 1999
 - b. SMPN 1 Darul Imarah Lulus Tahun 2002
 - c. SMAN 7 Banda Aceh Lulus Tahun 2005
 - d. Program Studi Koperasi Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Syiah Kuala Lulus Tahun 2008
 - e. Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Muhammadiyah Aceh Tahun 2021

Banda Aceh, 19 Agustus 2023
Penulis,



Novita