Falahiya: Research Journal of Islamic Banking and Finance
P-ISSN 2964-9811, E-ISSN 2964-8130
Volume 3 Issue 1, January - June 2024
https://ejournal.iainponorogo.ac.id/index.php/falahiya

Determinasi Kepuasan Pelayanan Front Office Pasca Penggabungan Kantor BSI KCP Ponorogo

Ika Fitriah[1*], Husna Ni'matul Ulya[2]
[1] Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia, ikafitriah48@gmail.com
[2] Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia, husna@iainponorogo.ac.id

Article Info

Article history:
Received March 15, 2024
Revised April 1, 2024
Accepted May 25, 2024
Available online June 3, 2024

*Corresponding author email:
ikafitriah48@gmail.com
Phone number: 082302303226

Keywords:
Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Customer Satisfaction

Abstract

Introduction: This research aims to better understand the factors influencing front-office service satisfaction after the office merger at BSI Ponorogo Soetta. The emergence of queuing problems felt by customers and front office officers not being ready to provide service causes customer satisfaction to decrease. This type of research is quantitative research with a sample size of 100 respondents using non-probability sampling techniques in the form of purposive sampling. The data obtained was then analyzed using the SPSS statistical program. This analysis consists of validity tests, reliability tests, classical assumption tests (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test), and multiple regression tests (partial test, simultaneous test, and determination test). The results of the research are that partially and simultaneously, the variables tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy influence customer satisfaction in the front office after the merger of the BSI KCP Ponorogo office with an R2 value of 0.911, meaning that it can explain variations in service quality of 91.1% and variables influence the remaining 8.9%.

DOI: 10.21154/falahiya.v3i1.3636
Page: 15-29

Falahiya with CC BY license. Copyright © 2024, Ika Fitriah, Husna Ni'matul Ulya

PENDAHULUAN

Bank Syariah Indonesia sebagai lembaga yang bergerak di bidang keuangan memiliki peran yang sentral dalam perekonomian negara serta mempresentasikan industri keuangan syariah dalam tingkat nasional. Bank syariah memiliki kontribusi fundamental dalam ruang lingkup yang berhubungan dengan industri produk halal dan usaha syariah dalam jangkauan yang lebih luas. Penggabungan operasional dua kantor BSI menjadi satu di jalan Soekarno Hatta mendominasi perhatian masyarakat Ponorogo khususnya bagi nasabah BSI sendiri. Dengan adanya penggabungan kantor cabang akan menciptakan pembaharuan mulai dari aspek struktur, sistem dan prosedur terhadap pelayanan yang diberikan bank. (Fahrozi, 2021)

Dampak yang dirasakan oleh nasabah terhadap adanya penggabungan kantor di BSI Ponorogo Soetta yaitu timbul permasalahan berupa antrian pengguna pelayanan bank. Masalah antrian muncul disebabkan oleh banyak nasabah yang mengunjungi bank untuk melakukan transaksi dan memperoleh layanan pada waktu-waktu tertentu sedangkan *front office* bank tidak siap dalam memberikan layanan. Ketidaksiapan *front office* bank yaitu berupa kurang tanggap atau lambat dalam memberikan layanan kepada nasabah, jumlah *teller* yang dibuka untuk membantu melayani transaksi nasabah kurang banyak dan *customer service* menggunakan waktu cukup lama dalam memberikan solusi layanan kepada nasabah. Penggabungan kantor bank tersebut akan berdampak pada penilaian buruk terhadap kepuasan nasabah BSI Ponorogo Soetta yaitu berupa berkurangnya kenyamanan nasabah dalam melakukan transaksi di bank.

Faktor yang menjadi pertimbangan nasabah memilih bank adalah kenyamanan pelayanan saat bertransaksi. Kemudahan dan kenyamanan yang disediakan bank merupakan bentuk perhatian bank terhadap nasabah guna untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah berupa respon yang merupakan aspek strategis untuk mempertahankan nama baik suatu bank dimata para nasabahnya. (Shohib, 2015) Nasabah yang merasa puas berarti telah memiliki kepercayaan terhadap segala bentuk produk dan pelayanan yang diberikan bank sehingga mereka akan menjadi nasabah setia. Nasabah yang puas akan lebih mudah mengajak orang lain disekitarnya untuk menggunakan produk dan layanan perbankan yang sama dengan yang digunakan. Fenomena seperti ini memberikan keuntungan bagi bank yaitu mendapatkan calon nasabah baru melalui jalur rekomendasi. (Icha, 2022)

Kualitas pelayanan timbul karena adanya kebutuhan pelanggan yang kemudian menghasilkan kepuasan. (Fandy dan Chandra, 2011) Bank harus terus mengusahakan kemampuan setiap *frontliner* agar dapat menumbuhkan dedikasi memberikan pelayanan yang memuaskan bagi nasabah. *Frontliner* memiliki tugas berinteraksi secara langsung dengan nasabah sesuai standar yang berlaku dalam perbankan. Kepuasan nasabah selalu berbanding linier dengan nama baik bank. Jika kepuasan nasabah dapat tercapai maka nasabah akan memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap bank sehingga hubungan baik antara nasabah dengan pihak bank dapat terus terjalin. Hal tersebut menjadi kunci utama karena

kemampuan bank dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat menciptakan penilaian positif bagi bank sehingga dapat menjaga bahkan meningkatkan citra bank di mata nasabah.

Bank perlu mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah sehingga tujuan yang diharapkan dapat tercapai. Selain itu, untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh yang akan diakibatkan oleh adanya kualitas pelayanan terhadap kepuasan yang dirasakan nasabah. Sehingga bank akan memperoleh keuntungan yaitu dapat mengetahui kekurangan sehingga dapat menentukan kebijakan apa yang harus diterapkan dalam operasionalnya yang berkaitan dengan faktor-faktor tersebut secara tepat. Pada tahun 1988 pengidentifikasian terhadap kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry menghasilkan lima dimensi penggukuran yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. (Parasuraman, 1988)

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan bersama nasabah BSI yaitu ibu Yustiansari selaku pegawai swasta beliau menyatakan bahwa harus menunggu lama disebabkan antrian panjang pada meja pelayanan *customer service* yang hanya berjumlah satu. Beliau merasa kepuasan terganggu karena dalam waktu dua jam *customer service* hanya mampu melayani empat nasabah padahal masih ada enam belas nasabah lain yang juga sedang mengantri. Wawancara dengan ibu Meinanda selaku pegawai swasta memberikan penjelasan bahwa beliau merasa kurang puas ketika harus menunggu pelayanan *teller* dan *customer service* pada jam istirahat siang padahal mereka telah meluangkan waktu di sela- sela pekerjaan untuk datang dan melakukan transaksi di BSI Ponorogo Soetta.

Hasil survei berbeda yang peneliti temukan melalui wawancara dengan ibu Annisa selaku *customer service* di BSI Ponorogo mengemukakan bahwa beliau sudah berusaha dengan maksimal untuk menyiapkan dan memproses setiap masalah yang dihadapi nasabah dengan cepat. Selain itu beliau juga berusaha memberikan solusi terhadap setiap permasalahan yang dihadapi oleh nasabah dengan tidak melebihi waktu yang telah ditentukan. Selain itu peneliti juga melakukan wawancara dengan bapak Badhawi selaku *security* di BSI Ponorogo Soetta beliau menyampaikan bahwa dalam memberikan pelayanan beliau berusaha memberikan yang terbaik dengan menjaga sikap dan tindakan agar tetap sopan dan santun ketika berinteraksi dengan nasabah. Bapak Badhawi juga menyampaikan sikap sigap untuk membantu menangani permasalahan setiap nasabah yang datang dengan penuh ramah.

Penelitian yang dilakukan oleh Nanda Fitriani (2020) menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan yaiitu variabel *tangible, reliability, responsiveness, assurance*, dan *empathy* berpengaruh positif secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada BRI Syariah KCP Ciledug. Penelitian yang dilakukan oleh Heny Susilowati (2015) menunjukkan bahwa variabel *tangible* dan *responsivenes* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BNI Syariah KCP Tulungagung. Penelitian yang dilakukan oleh Siti Fatona (2010) menunjukkan bahwa variabel *reliability, responsiveness* dan *empathy* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan pemaparan tersebut diketahui terdapat perbedaan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya, terdapat kesenjangan antara fakta dengan teori yang berlaku. Berdasarkan teori kepuasan nasabah akan meningkat ketika layanan memiliki kualitas baik. Namun, fakta yang ditemukan peneliti di lapangan menunjukan bahwa ada suatu kondisi yang membuat nasabah BSI merasa tidak puas meskipun divisi *front office* sudah memberikan pelayanan dengan kualitas yang terbaik. Perubahan yang terjadi dalam operasional pasca penggabungan kantor bank, harus dipahami dengan baik sehingga dampak yang ditimbulkan terhadap kepuasan dapat diidentifikasi dan dianalisis guna untuk memastikan pelayanan yang diberikan berkualitas sehingga dapat memberikan kepuasan secara maksimal.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Data yang diperoleh berupa angka kemudian dianalisis menggunakan metode statisti yaitu IMB SPSS untuk menemukan jawaban atas pertanyaan yang diajukan. (Sugiyono, 2017) Dalam penelitian ini peneliti menggunakan lima variabel independen yaitu *tangibles* (X_1), *reliability* (X_2), *responsiveness* (X_3), *assurance* (X_4) dan *empathy* (X_5) dan variabel dependen yaitu kepuasan nasabah (Y). Lokasi yang menjadi tempat penelitian yaitu BSI yang terletak di jalan Soekarno Hatta, Kelurahan Banyudono, Kecamatan Ponorogo, Kabupaten Ponorogo Provinsi Jawa Timur Kodepos 63411.

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh nasabah pengguna produk dan layanan BSI KCP Ponorogo Soetta. Penelitian ini menggunkan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dengan jenis teknik pengambilan sampel *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel untuk mendapatkan sampel yang memiliki karakteristik sesuai dengan keinginan peneliti. (Sugiyono, 2017) Pertimbangan pengambilan sampel penelitian ini yaitu responden merupakan nasabah pengguna produk dan layanan yang berdomisili di Ponorogo dan pernah berinteraksi secara langsung dengan petugas *front office* BSI Ponorogo Soetta. Banyaknya jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti sehingga ada keterbatasan waktu dalam menjangkau oleh karena itu agar dapat menentukan ukuran sampel yang dapat mewakili jumlah seluruh populasi maka digunakan rumus Lameshow. (Lameshow, 1997)

Dari perhitungan menggunakan rumus Lemeshow diperoleh jumlah sampel yang dibutuhkan untuk penelitian ini yaitu sebanyak 97 responden, namun untuk mempermudah penelitian maka jumlah sampel dibulatkan menjadi 100 orang responden agar dapat mewakili keseluruhan jumlah nasabah di BSI KCP Ponorogo. Jenis data pada penelitian yang peneliti gunakan adalah data primer yang diperoleh dari respon terhadap kuesioner berupa jawaban dan tanggapan yang ditanyakan kepada nasabah. Sumber data yang digunakan yaitu nasabah sebagai responden yang menjawab atau menanggapi pertanyaan peneliti secara tertulis melalui kuesioner. (Ghozali, 2013) Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner (angket), yang disebarkan kepada 100 nasabah pengguna BSI KCP Ponorogo Soetta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

A. Hasil Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas

Uji Validitas dapat dilakukan menggunakan uji signifikansi dengan cara membandingkan antara nilai r hitung dengan nilai r tabel. Apabila *corrected item total correlation* r hitung memiliki nilai lebih besar daripada r tabel *product moment* atau r hitung > 0,361 r tabel maka nilai positif sehingga dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan valid. Hasil pengujian validitas dapat ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel		Nilai		Nilai		Nilai		Nilai		Nilai
Tangible (X1)	X1a	0,753	X1b	0,716	X1c	0,754	X1d	0,741	X1e	0,844
Reliability (X2)	X2a	0,700	X2b	0,716	X2c	0,720	X2d	0,709	X2e	0,727
Responsiveness (X3)	X3a	0,716	X3b	0,706	X3c	0,699	X3d	0,721	X3e	0,719
Assurance (X4)	X4a	0,709	X4b	0,718	X4c	0,709	X4d	0,718	X4e	0,709
Empathy (X5)	X5a	0,732	X5b	0,709	X5c	0,709	X5d	0,753	X5e	0,705
Kepuasan (Y)	Ya	0,714	Yb	0,702	Yc	0,721	Yd	0,705	Ye	0,727

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS (2024)

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 1 diketahui bahwa semua pernyataan pada variabel memiliki nilai r hitung > 0,361 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator pernyataan pada setiap variabel dalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran berlang kali terhadap fenomena yang sama dan dilakukan dengan menggunakan alat pengukur yang sama.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	*Cronbach's Alpa*	*N of Item*	Keterangan
1	*Tangible* (X1)	0,818	5	Reliabel
2	*Reability* (X2)	0,757	5	Reliabel
3	*Responsiveness* (X3)	0,752	5	Reliabel
4	*Assurance* (X4)	0,752	5	Reliabel
5	*Empathy* (X5)	0,763	5	Reliabel
6	*Kepuasan Nasabah (Y)*	0,755	5	Reliabel

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS (2024)

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpa* > 0,60 maka tolak H0 dan disimpulkan semua variabel reliabel. Hasil pengujian Tabel 2 menunjukkan semua variabel penelitian memiliki nilai reliabel tinggi sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik

B. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi memiliki penyebaran data secara normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan melihat besarnya nilai. Sig pada tabel hasil pengujian normalitas dengan ketentuan jika nilai signifikasi > 0,05 maka H0 ditolak dan dapat disimpulkan bahwa normalitas terpenuhi. Hasil uji normalitas pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3 berikut;

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters[a,b]	Mean		,0000000
	Std. Deviation		,52371069
Most Extreme Differences	Absolute		,107
	Positive		,102
	Negative		-,107
Test Statistic			,107
Asymp. Sig. (2-tailed)			,007[c]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,192[d]
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,182
		Upper Bound	,202

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS (2024)

Berdasarkan data hasil pengujian normalitas yang tertera dalam Tabel 3 diketahui bahwa dari uji normalitas dengan Uji *Kolmogorov-Smirnov* menggunakan kriteria nilai signifikan atas *Monte Carlo* (2-tailed) diperoleh bahwa penyebaran data normal. Pendekatan *Monte Carlo* merupakan metode untuk mengetahui persebaran data secara acak atau dianggap terlalu ekstrem. Dari tabel 3 tersebut dapat dilihat bahwa nilai signifikan yang diperoleh menggunakan *Monte Carlo* yaitu sebesar 0,192 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual terdistribusi secara normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskesdastisitas dilakukan menggunakan uji *Glejser* untuk mengetahui ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dalam model penelitian. Ketentuan yang digunakan sebagai dasar pengambilan kesimpulan yaitu apabila nilai signifikansi atau Sig. (2-tailed) > 0,05 maka disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisistas namun apabila nilai Sig. (2- tailed) < 0,05 maka terjadi gejala heteroskedastisitas pada variabel penelitian. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Tabel 4 sebagai berikut;

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisistas

Variabel	Sig (2-tailed)
Tangible (X1)	0,947
Reliability (X2)	0,296
Responsiveness (X3)	0,660
Assurance (X4)	0,416
Empathy (X5)	0,444

Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan data hasil pengujian heteroskedastisitas yang ditunjukkan dalam Tabel 4 diketahui bahwa nilai Sig.(2-tailed) variabel *tangible* (X1) sebesar 0,947 > 0,05, *reliability* (X2) sebesar 0,296 > 0,05, *responsivenes* (X3) sebesar 0,660 > 0,05, *assurance* (X4) sebesar 0,416 > 0,05 *empathy* (X5) sebesar 0,444 > 101 0,05. Dikarenakan semua variabel memiliki nilai sig.(2-tailed) > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada variabel penelitian.

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui terdapat tidaknya korelasi antara variabel bebas secara linier dalam regresi. Ketentuan dasar pengambilan keputusan dalam pengujian Multikolinieritas yaitu nilai *Variance Inflation Factory* (VIF) < 10 dan nilai *Tolerance* > 0,10. (Duli, 2019) Hasil uji multikolinieritas pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 5 berikut;

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

		Collinearity Statistics	
Model		***Tolerance***	**VIF**
1	*Tangible* (X1)	,262	3,810
	Reliability (X2)	,308	3,244
	Responsiveness (X3)	,259	3,854
	Assurance (X4)	,228	4,392
	Empathy (X5)	,165	6,071

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS (2024)

Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas yang tertera pada Tabel 5 diketahui bahwa nilai *tolerance* dari variabel *tangible* (X1) adalah 0,262, nilai *tolerance* variabel *reliability* (X2) adalah 0,308, nilai *tolerance* variabel *responsiveness* (X3) adalah 0,259, nilai *tolerance* variabel *assurance* (X4) adalah 0,228 dan nilai *tolerance* variabel *empathy* (X5) adalah 0,165. Sedangkan dilihat dari nilai VIF variabel *tangible* (X1) adalah 3,810 nilai VIF variabel *reliability* (X2) adalah 3,244 nilai variabel *responsiveness* (X3) adalah 3,854, nilai VIF variabel *assurance* (X4) adalah 4,392 dan nilai VIF variabel *empathy* (X5) adalah 6,071. Semua variabel memiliki nilai *tolerance* > 0,05 dan nilai VIF > 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas pada variabel penelitian.

2. Uji Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel secara individu. Uji parsial dilakukan dengan membandingkan besarnya nilai pada T tabel dan T hitung. (Widarjono, 2015) Apabila nilai T hitung > T tabel maka tolak H0 sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh parsial. Nilai T tabel dengan jumlah 100 responden dalam penelitian ini diperoleh dari df = n-2= 100-2 = 98 dengan taraf signifikansi 0,05 maka diperoleh nilai tabel sebesar 1,660. Uji parsial juga dapat dilakukan dengan membandingkan nilai Sig. apabila nilai Sig < 0,05 maka disimpulkan terdapat pengaruh parsial. Hasil uji T dapat dilihat pada Tabel 6 beriku

Tabel 6. Hasil Uji T

Variabel	T hitung	Sig.	Keterangan
X1 terhadap Z	2,062	,042	Terdapat Pengaruh
X2 terhadap Z	3, 173	,002	Terdapat Pengaruh
X3 terhadap Z	3,446	,016	Terdapat Pengaruh
X4 terhadap Z	2,008	,048	Terdapat Pengaruh
X5 terhadap Z	2,357	,020	Terdapat Pengaruh

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS (2024)

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 6 maka dapat di peroleh kesimpulan bahwa pengujian X1 terhadap Y menghasilkan nilai T hitung 2,062 > 1,660 dan nilai signifikansi 0,042 < 0,05 maka tolak H0 dan terima Ha. Sehingga dapat diartikan bahwa *tangible* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah. Pengujian X2 terhadap Y menghasilkan nilai T hitung 3,173 > 1,660 dan nilai signifikansi 0,002 < 0,05 maka tolak H0 dan terima Ha. Sehingga dapat diartikan bahwa *reliability* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah. Pengujian X3 terhadap Y menghasilkan nilai T hitung 2,446 > 1,660 dan nilai signifikansi 0,016 < 0,05 maka tolak H0 dan terima Ha. Sehingga dapat diartikan bahwa *responsiveness* berpengaruh secara parsial terhadap

kepuasan nasabah. Pengujian X_4 terhadap Y menghasilkan nilai T_{hitung} 2,008 > 1,660 dan nilai signifikansi 0,048 < 0,05 maka tolak H0 dan terima Ha. Sehingga dapat diartikan bahwa *assurance* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah. Pengujian X_5 terhadap Y menghasilkan nilai T_{hitung} 2,357 > 1,660 dan nilai signifikansi 0,20 < 0,05 maka tolak H0 dan terima Ha. Sehingga dapat diartikan bahwa *empathy* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah.

3. Uji F Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui terdapat pengaruh atau tidaknya antara seluruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara simultan. (Bawono, 2006) Dasar pengambilan keputusan pada uju F yaitu apabila nilai F_{hitung} > F_{tabel} dan nilai signifikansi < 0,05 maka tolak H0 sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh secara simultan. Hasil uji F pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 7 berikut;

Tabel 7. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
Regression	279,087	5	55,817	193,	,000[b]
Residual	27,153	94	,289	232	
Total	306,240	99			

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS (2024)

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 7 maka dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 193,232. F_{tabel} dapat dicari pada tabel statistik pada tingkat signifikansi 0,05 dengan nilai df1 = k-1 = (6-1) = 5 dan df2 = n-k = (100-6) = 94 (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel). Nilai F_{tabel} 2,310, maka dapat diketahui bahwa nilai 193,232 > 2,310 (F_{hitung} > F_{tabel}) dan nilai signifikansi 0,00 < 0,05 maka tolak H0. Sehingga disimpulkan bahwa variabel *tangible, reliability, responsivenes, assurance* dan *empathy* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah *front office* pasca penggabungan kantor BSI KCP Ponorogo Soetta.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisisen determinasi R^2 digunakan untuk mengukur seberapa baik garis regresi yang dihasilkan sesuai dengan data sesungguhnya. Nilai koefisien determinasi berada di tengah-tengah yaitu diantara angka 0 dan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Garis regresi dikatakan kurang baik apabila nilai koefisien determinasi mendekati angka 0 tetapi sebaliknya garis regresi dikatakan baik apabila nilai koefisien determinasi mendekati angka 1. Tabel 8 berikut merupakan hasil uji koefisien determinasi pada penelitian ini yaitu:

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,955[a]	,911	,907	,53746

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS (2024)

Berdasarkan data hasil pengujian yang tertera pada Tabel 8 maka dapat diketahui bahwa nilai R yang diperoleh menunjukkan angka 0,955 membuktikan bahwa *tangible, reliability, responsivenes, assurance* dan *empathy* memiliki hubungan yang kuat secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah. Nilai R^2 yang diperoleh menunjukkan angka 0,911 membuktikan bahwa *tangible, reliability, responsivenes, assurance* dan *empathy* mampu menjelaskan variasi dari kepuasan nasabah sebesar 91,1% sedangkan sisanya yaitu 8,9% dipengaruhi variabel lain diluar model.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Tangible* Secara Parsial Terhadap Kepuasan Nasabah *Front Office* Pasca Penggabungan Kantor BSI KCP Ponorogo.

Berdasarkan hasil uji T yang ditunjukkan pada Tabel 6 diperoleh hasil bahwa *tangible* terhadap kepuasan nasabah menghasilkan nilai T_{hitung} 2,061 > 1,660 maka tolak H0 dan terima Ha sehingga dapat disimpulkan bahwa *tangible* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta. Dengan kata lain semakin baik *tangible* yang diberikan maka akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta yang semakin meningkat. Sehingga hasil penelitian yang diperoleh sejalan dengan teori asli bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka kepuasan nasabah akan semakin meningkat.

Hal ini dapat dimungkinkan ketika nasabah merasa nyaman dengan fasilitas yang disediakan oleh bank syariah seperti kursi tunggu yang cukup, jaringan internet lancar, formulir transaksi tertata rapi, papan informasi jelas, serta ruangan yang selalu bersih dan wangi. Faktor ketersediaan fasilitas tersebut akan mengurangi tingkat kejenuhan nasabah pada saat menunggu antrian. *Front office* mengenakan pakaian yang rapi dan sopan menunjukkan bentuk penghormatan kepada nasabah. Jumlah petugas bank khususnya *frontliner* yang sesuai dengan jumlah nasabah dalam artian bank tidak kekurangan petugas dalam memberikan pelayanan kepada nasabah juga menjadi faktor pendukung kepuasan nasabah secara langsung. Sehingga kepuasan nasabah akan terbentuk melalui aspek bersifat kebendaan dapat dilihat yang dimiliki oleh BSI Ponorogo Soetta.

Pengaruh *Reliability* Secara Parsial Terhadap Kepuasan Nasabah *Front Office* Pasca Penggabungan Kantor BSI KCP Ponorogo.

Berdasarkan hasil uji T yang ditunjukkan pada Tabel 6 diperoleh hasil bahwa *reliability* terhadap kepuasan nasabah menghasilkan nilai t_{hitung} 3,173 > 1,660 maka tolak H0 dan

terima Ha sehingga dapat disimpulkan bahwa *reliability* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta. Dengan kata lain semakin baik *reliability* yang diberikan maka akan berpengaruh terhadap meningkatnya kepuasan nasabah BSI KCP Ponorogo. Sehingga hasil penelitian yang diperoleh sejalan dengan teori asli bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka kepuasan nasabah juga akan semakin meningkat.

Hal ini dapat dimungkinkan ketika nasabah memperoleh kesesuaian antara kualitas pelayanan dari petugas *font office* dengan kualitas pelayanan yang dijanjikan oleh bank. Petugas *front office* terdiri dari *customer service* dan *teller* dapat menyelesaikan transaksi nasabah secara cepat dan tepat sehingga tidak mengurangi produktivitas waktu nasabah. Selain itu setiap informasi yang di sampaikan setiap petugas bank kepada nasabah bersifat akurat, jelas dan dapat dipertanggungjawabkan. *Reliability* merupakan kinerja nyata yang diimplementasikan kedalam kualitas pelayanan bank syariah. Perbandingan antara kesesuaian harapan dengan kualitas pelayanan secara nyata yang dirasakan nasabah inilah yang menimbulkan kepuasan kepada nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta

Pengaruh *Responsivenes* Secara Parsial Terhadap Kepuasan Nasabah *Front Office* Pasca Penggabungan Kantor BSI KCP Ponorogo.

Berdasarkan hasil uji T yang ditunjukkan pada Tabel 6 diperoleh hasil bahwa *responsivenes* terhadap kepuasan nasabah menghasilkan nilai Thitung 2,446 > 1,660 maka tolak H0 dan terima Ha sehingga dapat diartikan bahwa *responsiveness* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Ponorogo. Dengan kata lain semakin baik *responsivenes* yang diberikan maka akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Ponorogo. Sehingga hasil penelitian yang diperoleh sejalan dengan teori asli bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka kepuasan nasabah juga akan semakin meningkat.

Hal ini dapat dimungkinkan ketika nasabah memperoleh kemudahan melakukan transaksi dengan cepat dibantu oleh *front office.* Setiap nasabah yang datang segera disambut dengan senyuman ramah oleh *security. Customer service* sigap dan tanggap menangani permasalahan nasabah. Petugas *front office* mampu menanggapi dan menjawab setiap pertanyaan yang diajukan dengan benar. Petugas *front office* mampu memberikan solusi yang tepat sesuai dengan permasalahan yang dihadapi nasabah. Petugas *front office* mampu menyelesaikan setiap permasalahan yang menjadi keluhan nasabah. Petugas *front office* segera memberikan bantuan pada saat mengetahui nasabah kesulitan mengoperasikan mobile banking BSI. Faktor daya tanggap yang ditunjukkan dari *front office* tersebut yang akan mendorong meningkatnya rasa kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan BSI KCP Ponorogo.

Pengaruh *Assurance* Secara Parsial Terhadap Kepuasan Nasabah *Front Office* Pasca Penggabungan Kantor BSI KCP Ponorogo.

Berdasarkan hasil uji T yang ditunjukkan pada Tabel 6 diperoleh hasil bahwa *assurance* terhadap kepuasan nasabah menghasilkan nilai T_{hitung} 3,008 > 1,660 maka tolak H0 dan terima Ha sehingga dapat disimpulkan bahwa *assurance* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Ponorogo. Dengan kata lain semakin baik *assurance* yang diberikan maka akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta. Sehingga hasil penelitian yang diperoleh sejalan dengan teori asli bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka kepuasan nasabah juga akan semakin meningkat.

Hal ini dapat dimungkinkan pada saat Bank Syariah Indonesia menerapkan kegiatan operasional transaksi bank yang berpedoman pada ketentuan syariah. Bank syariah menggunakan akad kerjasama sesuai dengan prinsip syariah seperti mudharabah, murabahah, musyarakah, ijarah, salam dan istishna. Bank syariah menggunakan prinsip bagi hasil atau nisbah bukan bunga sehingga nasabah akan terhindar dari unsur riba yang selama ini dilarang. Penyaluran dana digunakan untuk kegiatan yang bersifat halal dan bebas dari unsur ketidakjelasan atau spekulasi. Pedoman-pedoman syariah tersebut yang mendorong meningkatnya kepuasan nasabah terhadap BSI KCP Ponorogo.

Pengaruh *Empathy* Secara Parsial Terhadap Kepuasan Nasabah *Front Office* Pasca Penggabungan Kantor BSI KCP Ponorogo.

Berdasarkan hasil uji T yang ditunjukkan pada Tabel 6 diperoleh hasil bahwa e*mpathy* terhadap kepuasan nasabah menghasilkan nilai T_{hitung} 2,357 > 1,660 maka tolak H0 dan terima Ha sehingga dapat diartikan bahwa *empathy* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Ponorogo. Dengan kata lain semakin baik *empathy* yang diberikan maka akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta. Sehingga hasil penelitian yang diperoleh sejalan dengan teori asli bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka kepuasan nasabah juga akan semakin meningkat.

Hal ini dapat dimungkinkan ketika nasabah merasa bahwa sikap kepedulian yang ditunjukkan oleh *front office* pada saat melayani nasabah sesuai atau bahkan melebihi yang dibayangkan nasabah. Sikap empati yang ditunjukkan oleh *front office* terhadap nasabah yaitu mampu berkomunikasi dengan baik dan tidak menyinggung perasaan nasabah. Petugas *front office* menghormati semua nasabah yang datang ke bank dan tidak membedakan status sosial dari nasabah. Memahami permasalahan nasabah dengan baik kemudian memberikan pelayanan secara baik. Bentuk kepedulian tersebut yang dapat menimbulkan kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh BSI KCP Ponorogo.

Pengaruh *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance Dan Empathy* Secara Simultan Terhadap Kepuasan Nasabah *Front Office* Pasca Penggabungan Kantor BSI KCP Ponorogo.

Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang yang timbul setelah membandingkan dengan hasil yang dicapai baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Tingkat kepuasan dapat diukur melalui hasil perbandingan antara harapan yang dibayangkan dengan kinerja yang dirasakan. Apabila kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan yang dibayangkan maka akan timbul kepuasan. Apabila kinerja yang dirasakan melebihi harapan yang dibayangkan maka akan menimbulkan rasa bahagia lebih sehingga kepuasan akan meningkat. Namun sebaliknya, apabila kinerja yang dirasakan dibawah harapan yang dibayangkan maka akan menimbulkan rasa kecewa sehingga kepuasan akan menurun.

Berdasarkan hasil uji F pada Tabel 7 diperoleh hasil bahwa nilai F hitung 193,232 > F tabel 2,200 dan nilai signifikansi 0,00 < 0,05 maka tolak H0 dan terima Ha sehingga dapat diartikan bahwa variabel *tangible, reliability, responsivenes, assurance* dan *empathy* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasannasabah di BSI KCP Ponorogo Soetta

Berdasarkan hasil uji Determinasi pada table 8 diperoleh nilai R menunjukkan angka 0,955 cenderung mendekati angka 1 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara *tangible, reliability, responsivenes, assurance* dan *empathy* dalam mempengaruhi kepuasan nasabah. Nilai R^2 yang diperoleh menunjukkan angka 0,911 menunjukkan bahwa *tangible, reliability, responsivenes, assurance* dan *empathy* mampu menjelaskan model dari kepuasan nasabah sebesar 91,1% sedangkan sisanya sebesar 8,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model. Hal ini dimungkinkan karena semakin baik dimensi pelayanan yang diberikan oleh bank terdiri dari *tangible, reliability, responsivenes, assurance* dan *empathy* maka akan berpengaruh terhadap kepuasan yang dirasakan oleh nasabah yaitu semakin meningkat. Dimensi dari kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible, reliability, responsivenes, assurance,* dan *empathy* memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta. Setiap variabel dari kualitas pelayanan tersebut dapat menjadi faktor yang dapat mendorong agar kepuasan nasabah semakin meningkat

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan maka dapat di peroleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial *tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada *front office* pasca penggabungan kantor BSI KCP Ponorogo Soetta. Dengan kata lain semakin baik *tangible* maka akan semakin berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
2. Secara parsial *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada *front office* pasca penggabungan kantor BSI KCP Ponorogo Soetta. Dengan kata lain semakin baik *reliability* maka akan semakin berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

3. Secara parsial *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada *front office* pasca penggabungan kantor BSI KCP Ponorogo Soetta. Dengan kata lain semakin baik *responsiveness* maka akan semakin berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
4. Secara parsial *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada *front office* pasca penggabungan kantor BSI KCP Ponorogo Soetta. Dengan kata lain semakin baik *assurance* maka akan semakin berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
5. Secara parsial *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada *front office* pasca penggabungan kantor BSI KCP Ponorogo Soetta. Dengan kata lain semakin baik *empathy* maka akan semakin berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
6. Secara simultan *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada *front office* pasca penggabungan kantor BSI KCP Ponorogo Soetta. Dengan kata lain semakin baik *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* maka semakin berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

REFERENSI

A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, Leonard L. Berry. "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research." *The Journal of Marketing* 124, Volume 49 Nomor 4 (1985): 1269–72.

Bawono, Anton. *Multivariate Analysis Dengan SPSS.* Salatiga: STAIN Salatiga Press, 2006

Bisri, Shohib. "Pengaruh Produk Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Dan Biaya Administrasi Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung." IAIN Tulungagung, 2015.

Duli, Nikolaus. Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisa Skripsi, Analisis Data Dengan SPSS

Firmansyah, Fahrozi Aji. "Sistem Antrian Perbankan Menggunakan Metode First In Firs Out (FIFO) (Studi Kasus : PT BTN Kantor Cabang Yogyakarta)." *Skripsi.* Universitas Muhammadiyah Magelang, 2021.

Fornell, C., Johnson, DM, Anderson, WE, Cha, J. & Bryant, E B. "Indeks Kepuasan Pelanggan Amerika: Sifat, Tujuan, Dan Temuan Tersedia." *Jurnal Pemasaran*, 1996.

Heny, Susilowati. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BNI Syariah KCP Tulungagung." *Skripsi*.UIN Sayyid Ali Rahmatullah, 2015.

Kotler, Philips. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Mile. Jakarta: Prehalindo, 2000.

Marcella, Icha, Putri Amalia Haris, Putri Zahra Fawzia, and Ricardo Rafael Laurencius. "Determinasi Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan: Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan." *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3, no. 1 (2022): 286–300.

Maulana, Aditya Luthfi. "Pengaruh Beban Kerja Dan Pengembangan Karir Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan PT. Sarana Utama Adimandiri (SUA) Divisi Engineering." Universitas Negeri Jakarta, 2021.

Miguna, Astuti dan Matondang Nurhafifah. *Manajemen Pemasaran*. CV Budi Utama, 2020. Mulyani. *Akuntasi Biaya*. Bandung: Refika Aditama, 2008.

Nanda Fitriani. "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah." UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020.

Singgih Santoso. *Mahir Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2019.

Siti, Fatona. "Kualitas Jasa Yang Mempengaruhi Loyalitas Dan Relevansinya Terhadap Kepuasan." *JDM: Jurnal Dinamika Manajemen*,Volume 1, Nomor 1 2010: 41-46.

Stanley, Lameshow David W. Hosmer J Janeile Klar dan Stephen K. Lwanga. *BesarSampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1997.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017. Tjiptono, Fandy. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi, 2014.

———. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi, 2011.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. *Service, Quality, and Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi, 2011.

Widarjono, Agus. *Analisis Multivariat Terapan: Dengan Proses SPSS, AMOS, Dan SMARTPLS*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2015