

SKRIPSI

**PENGARUH PELAYANAN *FRONTLINER* TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PADA PT BANK ACEH
SYARIAH KCP SEUTUI**



Disusun Oleh:

**TIARA RAMADHAYANI
NIM. 190603343**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2021 M/1442 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Tiara Ramadhayani
NIM : 190603343
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Menyerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 27 Juli 2021

Yang Menyatakan,



Tiara Ramadhayani
NIM. 190603343

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

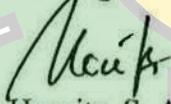
**PENGARUH PELAYANAN *FRONTLINER* TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK ACEH
SYARIAH KCP SEUTUI**

Disusun Oleh:

Tiara Ramadhayani
NIM. 190603343

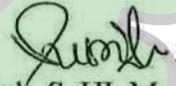
Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada
Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I



Dr. Nevi Hasnita, S. Ag., M. Ag.
NIP. 197711052006042003

Pembimbing II



Jalilah, S. HI., M. Ag
NIDN. 2008068803

AR - RANIRY

Mengetahui

Ketua Program Studi Perbankan Syariah



Dr. Nevi Hasnita, S. Ag., M. Ag.
NIP: 197711052006042003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Pelayanan *Frontliner* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Aceh Syariah KCP Seutui

Tiara Ramadhayani
NIM. 190603343

Telah Disidangkan Oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN-Ar-Raniry Banda
Aceh

Dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu
Syarat Untuk Menyelesaikan Untuk Program Studi Strata
dalam Bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal : Senin, 2 Agustus 2021M

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,

Dr. Nevi Hasnita, S.Ag
NIP. 197711052006042003

Sekretaris,

Jalilah, S.HI., M.Ag
NIDN. 2008068803

Penguji I,

Dr. Zainuddin, SE., M.Si
NIDN. 0108107105

Penguji II,

Isnalfana, S. IH., MA
NIDN. 202999003

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh



Dr. Zaki Fuad, MAH
NIP. 196403141992031003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN
Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web: www.library.ar-raniry.ac.id Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tiara Ramadhayani
NIM : 190603343
Fakultas/Jurusan : FEBI/ Perbankan Syariah
E-mail : tiararmdhyni16@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah :

Tugas Akhir KKU Skripsi

Yang Berjudul :

"Pengaruh Pelayanan *Frontliner* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Aceh Syariah KCP Seutui"

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain. Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut. UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 2 Agustus 2021

Penulis Mengetahui, Pembimbing II
Pembimbing I

Tiara Ramadhayani
NIM. 190603343

Dr. Nevi Hasnita, S.Ag
NIP. 197711052006042003

Jalilah S.H, M.Ag
NIDN. 2008068803

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas kuasaNya yang selalu memberi rahmat, kasih sayang, kesehatan, dan kesabaran kepada penulis sehingga proposal skripsi ini dapat penulis selesaikan dengan baik. Shalawat dan salam penulis sampaikan ke pangkuan Nabi Muhammad *Shallaallahu'alaihi wassalam*, yang telah membawa umat manusia ke zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Penulisan proposal skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pelayanan *Frontliner* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Aceh Syariah KCP Seutui”** ini bertujuan sebagai salah satu syarat penyelesaian studi untuk mencapai gelar sarjana ekonomi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Dalam proses penyusunan proposal skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan yang sangat berarti dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dengan baik. Dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan ribuan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh, yang telah banyak membantu penulis dalam memberikan dukungan secara moril serta dukungan sarana dan prasarana dalam proses pembelajaran.
2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sekaligus Penasehat Akademik serta Dosen Pembimbing I yang telah banyak membantu atas segala bimbingan, nasehat, dukungan, dan ilmunya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Muhammad Arifin, M.Ag., Ph. D selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan Riza Aulia, M.Sc., selaku pengelola Laboratorium untuk prodi Perbankan Syariah yang telah banyak membantu penuli dalam menyelesaikan skripsi ini.....
4. Jalilah, S.HI.,M.Ag, selaku Dosen Pembimbing II yang dengan sabar meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, nasehatn dukungan dan ilmunya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Dr. Zainuddin, SE.,M.Si selaku penguji 1 serta Isnaliana, S. HI.,MA selaku penguji 2 yang telah memberikan arahan dan bimbingannya selama proses sidang berlangsung.

6. Pimpinan, seluruh staf dan karyawan, serta satuan pengamanan PT. Bank Aceh Syariah KCP Seutui yang telah sudi menerima penulis untuk melakukan penelitian dan mau membantu memberikan data yang diperlukan guna penyelesaian skripsi ini. dan kepada seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang diberikan.
7. Kepada kedua orang tua tercinta, Ayahanda Sudarsono dan Ibunda Rahami yang telah memberikan pengorbanan yang luar biasa, pembelajaran hidup, cinta kasih sayang, doa, bimbingan, dukungan, dan nasehat yang luar biasa tiada hentinya, memberi semangat dan doa yang terbaik bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Program Studi tepat waktu.
8. Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis baik langsung maupun tidak langsung yang tidak mungkin dapat penulis sebutkan satu persatu. Semoga segala kebaikan dibalas oleh Allah Subhanahu wa ta'ala. Akhirnya dengan mengucapkan Alhamdulillah, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, bagi penulis sendiri, dan kepada semua pihak yang telah banyak membantu. Dalam penulisan skripsi ini pun tidak lepas dari kekurangan dan kesalahan, penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat dijadikan masukan dalam penyempurnaan skripsi ini. penulis juga mengharapkan semoga penulisan ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

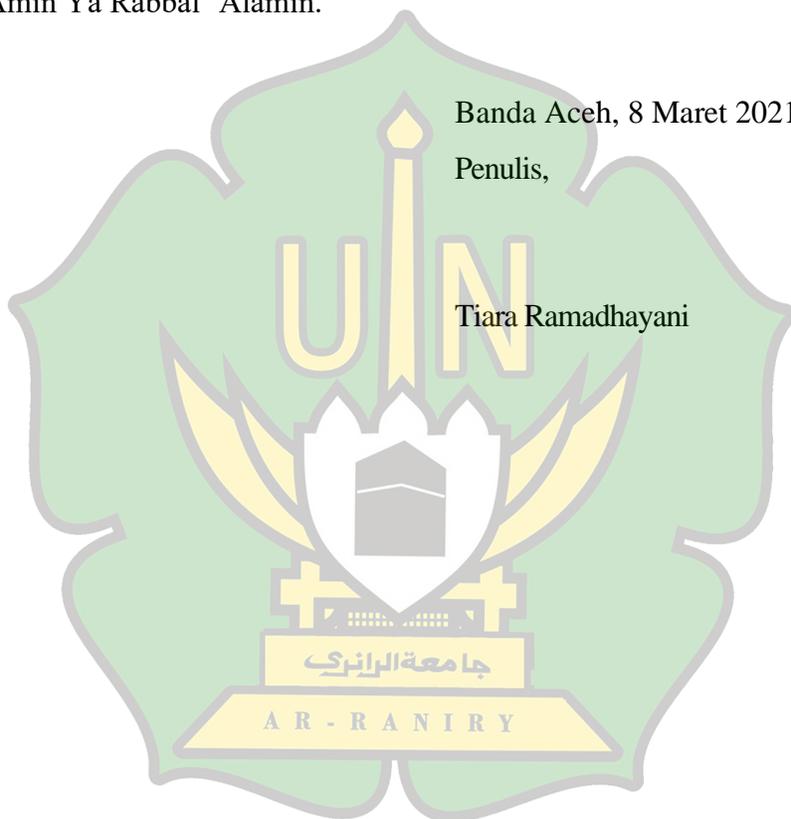
Akhir kata kita berdoa kehadiran Allah SWT agar penelitian ini menjadi satu amal kebaikan bagi kami dan semoga bermanfaat dalam misi mengembangkan ilmu pengetahuan.

Amin Ya Rabbal 'Alamin.

Banda Aceh, 8 Maret 2021

Penulis,

Tiara Ramadhayani



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Z	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fatḥah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌ِي	<i>Fatḥah</i> dan ya R Y	Ai
◌ِو	<i>Fatḥah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hauila*

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
آي	<i>Fatḥah</i> dan <i>alif</i> atau ya	Ā
ي	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
يِ	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

قَالَ :*qāla*

رَمَى :*ramā*

قِيلَ :*qīla*

يَقُولُ :*yaqūlu*

4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

a. *Ta marbutah* (ة) hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fatḥah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. *Ta marbutah* (ة) mati

Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-aṭfāl/ rauḍatul aṭfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/*
al-Madīnatul Munawwarah

طَلْحَةُ : *Talḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama : Tiara Ramadhayani
NIM : 190603343
Fakultas/Program Studi : FEBI/Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Pelayanan *Frontliner*
Terhadap Kepuasan Nasabah Pada
PT. Bank Aceh Syariah KCP Seutui
Tebal Skripsi : 144 Halaman
Pembimbing I : Dr. Nevi Hasnita, S.Ag
Pembimbing II : Jalilah, S.HI.,M.Ag

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Aceh Syariah KCP Seutui. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan angket dengan populasi berupa nasabah Bank Aceh Syariah KCP Seutui. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada 94 responden yang merupakan nasabah pada Bank Aceh Syariah KCP Seutui. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel pelayanan *frontliner* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah pada Bank Aceh Syariah KCP Seutui. Variabel kepuasan nasabah dijelaskan oleh variabel pelayanan *frontliner* 62%, sedangkan 38% sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

جامعة الرانيري
A R - R A N I R Y

Kata kunci: Kepuasan Nasabah, Pelayanan, *Frontliner*.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	iv
PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	xi
ABSTRAK	xv
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
2.1 Kepuasan Nasabah.....	12
2.1.1 Indikator Kepuasan Nasabah	15
2.1.2 Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah.....	16
2.2 Pengertian Pelayanan	18
2.2.1 Konsep Kualitas Pelayanan	23
2.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	27
2.2.3 Hubungan Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah.....	31
2.3 <i>Frontliner</i>	34
2.3.1 Pengertian <i>Frontliner</i>	34
2.4 Penelitian Terdahulu	41
2.5 Bagan Kerangka Berfikir Penelitian	48
2.6 Hipotesis	49
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	51
3.1 Jenis Penelitian dan Sumber Data.....	51
3.1.1 Data Primer.....	51
3.2 Populasi dan Sampel	52

3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.4 Teknik Analisis Data.....	57
3.4.1 Uji Instrumen Penelitian	58
3.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	59
3.5 Analisis Regresi Berganda.....	62
3.5.1 Kesimpulan atau Verifikasi Data.....	63
3.5.2 Uji Parsial (Uji T)	64
3.5.3 Uji Simultan (Uji - F).....	65
3.5.4 Uji R ² (Koefisien Determinasi).....	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .	67
4.1 Sejarah Berdirinya PT. Bank Aceh Syariah.....	67
4.2 Visi, Misi & Motto PT. Bank Aceh Syariah.....	70
4.3 Target dan Sasaran PT. Bank Aceh Syariah	71
4.4 Kegiatan Usaha PT. Bank Aceh Syariah KCP Seutui ...	72
4.4.1 Penyaluran Dana.....	76
4.4.2 Pelayanan Jasa	78
4.5 Karakteristik Responden.....	82
4.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	86
4.7 Deskripsi Variabel Penelitian	89
4.8 Uji Asumsi Klasik.....	97
4.9 Uji T (Uji Hipotesis Parsial)	103
4.10 Uji Simultan (Uji-F).....	103
4.11 Uji R ² (Koefisien Determinasi).....	104
4.12 Pembahasan.....	105
BAB V PENUTUP.....	107
5.1 Kesimpulan	107
5.2 Saran	107
DAFTAR PUSTAKA.....	109
KUESIONER PENELITIAN.....	112

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	44
Tabel 3.1	Skala <i>Likert</i>	55
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	81
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .	83
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	83
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	84
Tabel 4.5	Hasil uji validalitas variabel X1	86
Tabel 4.6	Hasil uji validitas variabel X2	87
Tabel 4.7	Hasil Uji validitas variabel Y	87
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas variabel X1	88
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas variabel X2	89
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas variabel Y	89
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Terhadap Variabel X1 dan X2.....	89
Tabel 4.12	Jawaban Responden terhadap Indikator Kepuasan Nasabah	94
Tabel 4.13	Hasil Uji Kolmogorv-Smirnov.....	99
Tabel 4.14	Hasil uji korelasi	101
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolinieritas	102
Tabel 4.16	Hasil Uji T.....	103
Tabel 4.17	Hasil Uji Simultan.....	104
Tabel 4.18	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	104

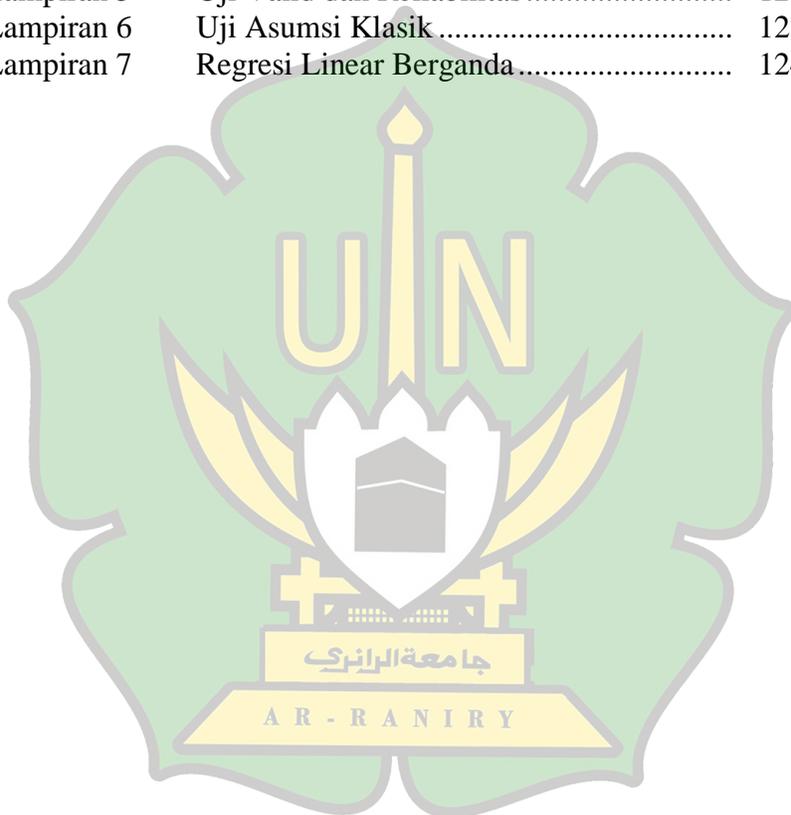
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Konsep Kepuasan Nasabah.....	16
Gambar 2.2	Bagan Kerangka Pikir	49
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	98
Gambar 4.2	Hasil Uji Scatterplot	100



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Lembar Kuesioner	112
Lampiran 2	Distribusi Responden	116
Lampiran 3	Deskriptif Statistik.....	117
Lampiran 4	Frekuensi Tanggapan Responden.....	117
Lampiran 5	Uji Valid dan Reliabilitas	121
Lampiran 6	Uji Asumsi Klasik	122
Lampiran 7	Regresi Linear Berganda	124



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan dituntut berusaha membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya ditengah persaingan yang semakin ketat. Kepuasan adalah sesuatu yang utama yang menjadi faktor penentu kesuksesan dan kelangsungan hidup sebuah bisnis. Semakin banyak pelanggan setia yang dimiliki oleh perusahaan, maka dapat dipastikan perusahaan tersebut akan sukses dan bertahan lama (Aliansyah, 2012: 32). Dalam hal pelayanan, bank adalah salah satu lembaga keuangan yang berhubungan langsung dengan nasabah sehingga bank sangat dituntut untuk memberikan pelayanan prima demi kepuasan nasabahnya.

Perbankan merupakan salah satu badan usaha yang berusaha dalam bidang pelayanan jasa keuangan. Perbankan atau biasa disebut dengan bank menyediakan jasa keuangan bagi seluruh lapisan masyarakat. Fungsi bank merupakan perantara diantara masyarakat yang membutuhkan dana dengan masyarakat yang kelebihan dana, disamping menyediakan jasa-jasa perbankan lainnya (Kasmir, 2002; 2). Melalui bank, kelebihan tersebut dapat disalurkan kepada pihak-pihak yang

memerlukan sehingga memberikan manfaat kepada kedua belah pihak.

Munculnya 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 dimana 87% diantaranya 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.

Sesuai dengan prinsipnya, perbankan syariah diciptakan untuk memberikan produk-produk unggul yang sesuai dengan hukum Islam. Namun, meskipun produk-produk tersebut unggul secara syariah, masih banyak masyarakat yang kurang percaya akan keprofesionalan pelayanannya. Unggul dalam hal produk saja masih belum cukup untuk mempertahankan dan memuaskan pelanggan. Di dalam masyarakat yang semakin kritis seperti saat ini, selain produk, pelayanan yang diberikan juga mempengaruhi keberlangsungan perusahaan (Astuti, Wiasari & Utami, 2009). Menurut Kotler (2010: 193) Tingkat kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa

yang diterima dengan apa yang diharapkan. Jika kinerja para staf dalam melakukan pelayanan tidak sesuai dengan harapan nasabah maka nasabah tidak akan puas. Jika kinerja sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah, maka nasabah akan puas. Jika kinerja melebihi dari apa yang diharapkan oleh nasabah maka, nasabah akan sangat puas. Perusahaan yang berpusat pada pelanggan salah satunya perusahaan yang bergerak dibidang jasa yaitu perusahaan perbankan syariah berusaha menciptakan kepuasan nasabah yang tinggi, tetapi itu bukan tujuan akhirnya namun tujuan akhirnya adalah bagaimana caranya agar mempertahankan nasabah tersebut agar tetap memakai jasa bank syariah.

Kepuasan nasabah sangat berpengaruh terhadap tingkat keuntungan dari suatu perusahaan, karena jika nasabah tersebut sudah puas akan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka nasabah akan loyal terhadap perusahaan tersebut. Kepuasan nasabah telah menjadi konsep yang sangat penting dalam ruang lingkup manajemen perbankan syariah karena dengan terciptanya rasa puas maka akan berpengaruh signifikan terhadap keuntungan bank. Tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan bank dipengaruhi oleh berbagai macam faktor salah satunya dipengaruhi oleh pelayanan *frontliner* (Zuliani 2017, Mustagfirin 2015, Yunita 2011 & Sunarno 2011).

Petugas *frontliner* adalah sebuah kategori pekerjaan di dalam suatu perusahaan, instansi, maupun lembaga yang bertugas berhadapan langsung dengan nasabah yang bertujuan

memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabah (Yunita, 2017). Petugas *frontliner* yang dimaksud terdiri dari *Teller* dan *Customer Service* memiliki peran yang sangat penting dalam mewujudkan pelayanan yang maksimal, karena mereka langsung berhadapan *face to face* dengan nasabah yang ingin melakukan transaksi di bank syariah, mereka juga harus memberikan citra yang positif kepada nasabah yang hendak melakukan transaksi.

Staf *frontliner* mempunyai tanggung jawab yang berat. Mereka inilah yang akan menjadi ujung tombak dalam memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah sehingga nasabah tersebut merasa puas dan terdorong untuk menjadi nasabah yang loyal. Staf *frontliner* mempunyai kontribusi yang besar dalam membina hubungan yang serasi antara perusahaan dan nasabah. Mereka juga mempunyai peranan besar membantu perusahaan mencapai salah satu tujuan penjualan yaitu meningkatkan jumlah dan...kepuasan nasabah. Agar dapat menjalankan tugas utamanya dengan baik para staf *frontliner* perlu dibekali oleh kemampuan dan keterampilan dalam melaksanakan pelayanan, agar nasabah merasa semakin puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Staf *frontliner* diharuskan untuk sopan, ramah, perhatian, dan santun ketika melakukan pelayanan terhadap nasabah.

Standar layanan menjadi pedoman baku yang akan digunakan para *frontliner* dalam bekerja, sehingga apabila para *frontliner* memiliki komitmen dalam menerapkan standar

layanan yang ada dapat menciptakan kepuasan dari nasabah ketika berinteraksi di sebuah bank. Karena tolak ukur keberhasilan sebuah bank salah satunya adalah bergantung kepada kepuasan nasabah terhadap layanan yang diberikan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Theo (2016). PT. Bank Aceh Syariah KCP Seutui merupakan salah satu bank daerah yang mulai beroperasi sejak tahun 2005 dan didirikan untuk segala lapisan masyarakat. Dengan berbagai pilihan transaksi dan kemudahan dalam akses perbankan, telah meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk memilih Bank Aceh, hal ini tercermin dari banyaknya jumlah rekening pada PT. Bank Aceh Syariah KCP Seutui telah mencapai 1.500 rekening pada akhir Desember 2020. PT. Bank Aceh Syariah KCP Seutui merupakan salah satu bank yang secara berkala melakukan perbaikan terhadap pelayanan *frontliner* dengan tujuan agar dapat meningkatkan berbagai kualitas layanan, terutama pada layanan *teller* dan *customer service* sehingga mampu untuk bersaing secara sehat dengan bank lainnya guna memperoleh laba.

Dalam melaksanakan kegiatan penyediaan jasa perbankan bagi para nasabahnya, PT. Bank Aceh Syariah khususnya pada Capem Seutui dihadapkan pada beberapa permasalahan yang menyangkut kegiatan operasionalnya. Permasalahan tersebut paling sering dihadapi oleh bagian *frontliner* dikarenakan pelayanan bank lebih difokuskan pada bagian tersebut. Masalah-masalah tersebut dapat menyebabkan

munculnya ketidakpuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan. PT Bank Aceh Syariah KCP Seutui merupakan salah satu perusahaan jasa yang mengedepankan pelayanan kepada nasabah dalam setiap operasionalnya, seorang petugas *frontliner* dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima terhadap nasabah, baik itu bagian *teller* dan *Customer Service* maka ia harus mengenal karakteristik nasabahnya dengan baik. Nasabah bermacam-macam tipe seperti ada yang penyabar, pendiam dan hati-hati, masing-masing tipe ini harus didekati dengan metode yang berbeda.

Dari hasil observasi yang telah peneliti lakukan, dalam melakukan pelayanan terhadap nasabah dapat diukur dari kuantitas nasabah yang datang setiap harinya. Kuantitas yang semakin banyak ataupun hanya sedikit yang berkunjung ke Bank Aceh Syariah KCP Seutui merupakan bukti konkret bahwa ada sesuatu yang didapatkan oleh nasabah yang membuatnya datang atau bahkan loyal terhadap bank tersebut. Kegiatan utama nasabah yang datang ke Bank Aceh Syariah KCP Seutui untuk melakukan penarikan, setor tunai atau melakukan transfer yang dilakukan oleh unit kerja *teller*, kedua adalah untuk membuka atau menutup tabungan oleh unit kerja *Customer Service*. Kedua unit tersebut merupakan bagian dari unit kerja *frontliner* yang bertugas melayani nasabah. Sehingga dapat dipastikan kuantitas nasabah yang semakin hari semakin banyak yang datang ke suatu bank merupakan tolak ukur bahwa

pelayanan yang diberikan bank tersebut cukup baik sebab mampu memberikan kepuasan kepada nasabah.

Hingga saat ini, para nasabah pun menjadi sangat kritis terhadap pelayanan yang didapatkan dari suatu perbankan. Tingkat kepuasan nasabah pun berbeda dengan satu sama lain, dan apabila seorang nasabah merasa tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perbankan hal ini bisa mengakibatkan pemindahan aktivitas bisnisnya ke perbankan lainnya. Sebaliknya, apabila nasabah telah merasa puas oleh pelayanan yang diberikan, maka nasabah akan tetap berminat dan loyal untuk melakukan aktivitas bisnis pada bank tersebut. Pelayanan prima utamanya harus diberikan oleh unit pelayanan *Teller* dan *Customer Service* kepada nasabah. Keramahan dan kepedulian serta mampu menerima keluhan-keluhan nasabah harus menjadi poin pokok yang harus dilakukan oleh *Customer Service* sehingga dengan begitu, nasabah akan merasa dihargai dan kepuasan pun akan dirasakan oleh nasabah itu sendiri.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Madona (2017) yang berjudul “Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang”, menganalisis bahwa kualitas pelayanan yang diterapkan pada Bank Syariah Mandiri dan pengaruhnya terhadap peningkatan kepuasan nasabah terbukti bahwa pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang berpengaruh positif. Kualitas pelayanan sangatlah penting dan terus ditingkatkan karena

identik dengan keberadaan lembaga atau organisasi yang bersangkutan. Kualitas pelayanan yang diberikan akan mempengaruhi kepuasan nasabah, dimana bank yang memiliki pelayanan buruk lambat laun akan ditinggalkan nasabahnya. Namun, sebaliknya bank yang berkualitas pelayanannya prima akan banyak dicari nasabah. Dengan reputasi pelayanan terbaik dan posisi tawar yang kuat, bank tidak perlu takut untuk kehilangan nasabahnya. Bahkan bank bisa menjadi pemenang dalam merebutkan dana nasabah.

Uraian pokok permasalahan di atas, dimana lembaga keuangan perbankan saat ini telah sadar akan pentingnya nasabah sebagai penunjang jalannya aktivitas perbankan dan tentunya berpengaruh terhadap peningkatan profitabilitas sehingga tugas utama bank adalah membenahi pelayanan untuk memberikan kepuasan kepada setiap nasabah yang melakukan aktivitas bisnis pada bank tersebut, namun dibalik kesadarannya akan pentingnya nasabah di mata perbankan tetap saja unit kerja perbankan kadang memiliki kesalahan dalam melayani nasabahnya. Hal ini menarik minat peneliti untuk meneliti tentang “Pengaruh Pelayanan *Frontliner* terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Aceh Syariah KCP Seutui”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah pelayanan *frontliner* yaitu *Teller* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP Seutui?

2. Apakah pelayanan *frontliner* yaitu *Customer Service* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP Seutui?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pelayanan *frontliner* yaitu *Teller* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP Seutui.
2. Untuk mengetahui pelayanan *frontliner* yaitu *Customer Service* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP Seutui.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

1. Bagi akademisi

Sebagai bahan referensi untuk penelitian dibidang pelayanan jasa dimasa yang akan datang dan sebagai bahan untuk menambahkan khazanah 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 PT. Bank Aceh Syariah KCP Seutui

- Memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

3. Manfaat praktisi :

- Dapat memberikan sumbangan pemikiran/referensi terhadap pemecahan masalah yang berkaitan dengan masalah pelayanan maupun kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP Seutui.
- Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi penyusunan program dalam pemecahan masalah terhadap kinerja petugas *frontliner*.

1.5 Sistematika Penulisan

Agar pembahasan dalam penelitian ini mudah untuk dipahami, maka dalam sistematika penulisan ini terdiri atas sub bab dimana terdapat lima garis besar pembahasannya diantaranya :

BAB 1 : PENDAHULUAN I R Y

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang yang mencakup tentang permasalahan yang akan di teliti, rumusan masalah yang merupakan problem atau persoalan penelitian yang dibuat dalam bentuk pertanyaan, tujuan penelitian yaitu bisa menemukan jawaban dari permasalahan penelitian yang akan diteliti, manfaat dari hasil penelitian, serta sistematika penulisan yang digunakan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini membahas tentang teori yang melandasi penelitian, termasuk pembahasan tentang bank syariah, pembahasan berikutnya kepuasan pelayanan nasabah, kemudian tinjauan penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan penentuan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini dikemukakan tentang metode penelitian yang akan digunakan, mulai dari jenis penelitian, sumber dan jenis data, serta teknik pengumpulan data dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang hasil penelitian yang dilakukan sesuai dengan alat analisis yang digunakan. Dalam bab ini, peneliti mencoba menguraikan hasil penelitiannya, apakah sama dengan penelitian terdahulu, atau mungkin berbeda.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi tentang penguraian kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian yang telah dilaksanakan serta saran-saran untuk pihak bank serta peneliti selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah 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 (Hidayat, 2018: 04).

Lane (2007: 177), menyimpulkan bahwa kepuasan konsumen 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.

Menurut Rangkuti (2006: 23), teori yang menjelaskan bagaimana kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan terbentuk adalah teori the *sixpectory model*, yang mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan konsumen sebelum pembelian dengan sesungguhnya diperoleh konsumen saat membeli produk atau jasa. Ketika pelanggan membeli produk atau jasa maka ia memiliki harapan tentang bagaimana produk atau jasa tersebut berfungsi dengan baik. Pada dasarnya kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Bahwa kepentingan tersebut dapat diterapkan dalam penelitian kepuasan atau ketidakpuasan terhadap satu perusahaan tertentu karena keduanya berkaitan erat dengan konsep kepuasan pelanggan.

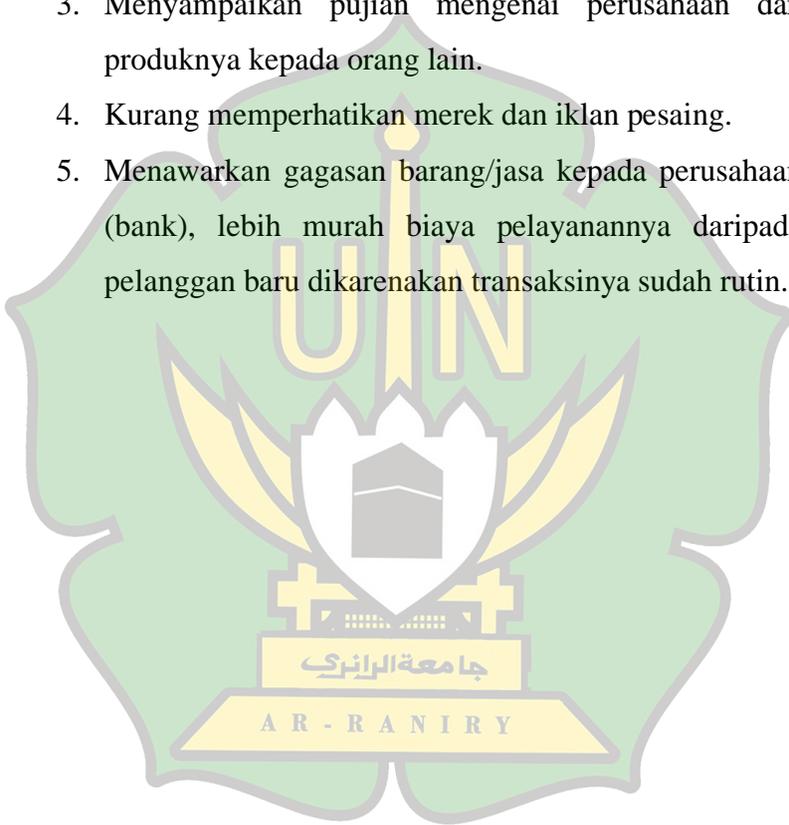
Dharmayanti (2015), dalam penelitiannya menjelaskan kepuasan pelanggan adalah perasaan (*feeling*) yang dirasakan pembeli dari kinerja perusahaan yang memenuhi harapan mereka. Namun ditinjau dari perspektif perilaku konsumen, 'kepuasan pelanggan' lantas menjadi sesuatu yang kompleks. Perilaku setelah 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.

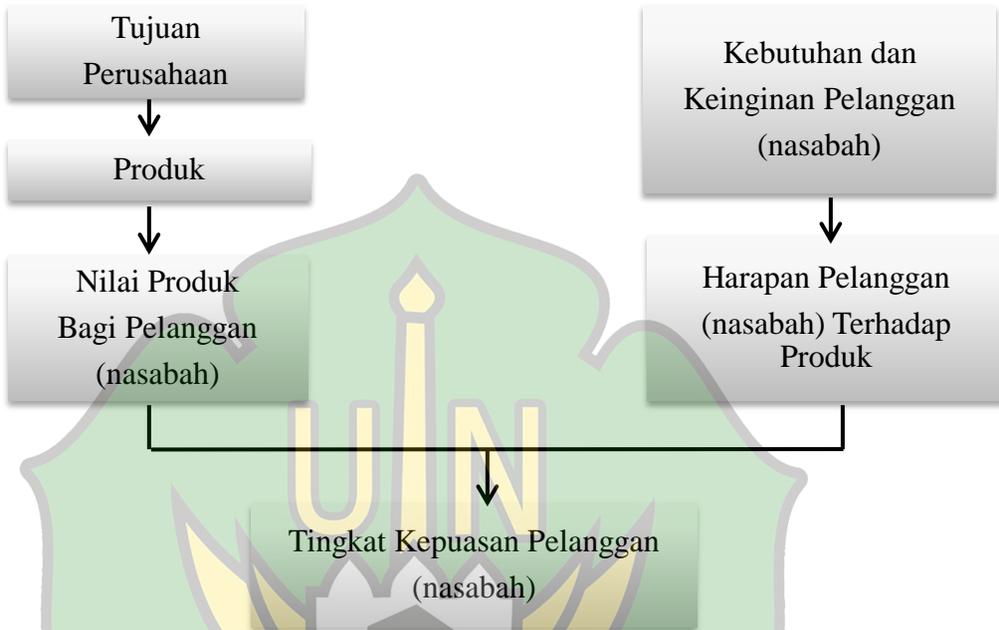
Kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*) atau sering disebut juga dengan *Total Customer Satisfaction* menurut *Brakley* dan *Taylor* yang dikutip oleh Akh. Muwafik (2010: 115) merupakan fokus dari proses *Customer-Driven Project Management* (CDPM), bahkan dinyatakan pula bahwa kepuasan pelanggan adalah kualitas. Begitu juga definisi kualitas singkat tentang kualitas bahwa kualitas adalah kepuasan pelanggan. Menurut Kotler yang dikutip Tjiptono bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat... perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya (Muwafik, 2010: 115). Melalui komunikasi, baik antar pelanggan maupun dengan supplier akan menjadikan harapan bagi pelanggan terhadap kualitas produk (jasa) yang akan dibelinya. Kunci keputusan pelanggan berkaitan dengan kepuasan terhadap penilaian produk dan jasa. Kerangka kepuasan nasabah tersebut terletak pada kemampuan supplier dalam memahami kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan.

2.1.1 Indikator Kepuasan Nasabah

1. Membeli lebih banyak 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.



Gambar 2.1
Konsep Kepuasan Nasabah



Sumber : Freddy (2003)

2.1.2 Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah.

Menurut Kotler (2007: 68), ada 4 metode pengukuran kepuasan pelanggan yaitu :

1. 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.

2. *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.

3. *Lost Customer Analysis*

Sedapat 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.

4. 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.

2.2 Pengertian Pelayanan

Didalam Kamus besar Bahasa Indonesia pelayanan berarti perihal atau cara melayani, usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan (uang), jasa kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa. Menurut Kotler (2002), jasa atau layanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi layanan bisa berkaitan dengan produk fisik atau sebaliknya. Salah satu cara untuk menempatkan sebuah jasa lebih unggul dari para pesaing adalah dengan memberikan layanan yang jauh lebih bermutu dibandingkan para pesaingnya. Hal tersebut diperlukan karena layanan merupakan kunci dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan (Sampara, 2011: 5). Sedangkan definisi kualitas pelayanan adalah seluruh ciri atau sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Pelayanan merupakan salah satu upaya bank agar selalu diminati dan diingat oleh nasabahnya. Untuk itu para pelaku bisnis perbankan saling bersaing dalam memberikan pelayanan yang terbaik. Di zaman persaingan yang ketat dewasa ini pelayanan bank kepada nasabah tidak hanya sekedar memuaskan nasabah atau sekedar sesuai harapan nasabah namun harus memberi pelayanan yang berkesan. Bank berupaya menciptakan pelayanan nasabah dengan standar-standar pelayanan jasa keuangan agar dapat meraih nasabah dengan profit semaksimal mungkin. Prioritas utama sebuah perbankan yaitu peningkatan kualitas pelayanan yang baik, sehingga berdampak pada citra perusahaan. Komunikasi dengan pelanggan yang mengedepankan kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang sangat mendukung keberhasilan bisnis sektor jasa, karena layanan yang berkualitas akan membentuk citra positif sebuah perusahaan (Eileen Rachman Kompas, 2011: 33).

Didalam memberikan pelayanan kepada nasabah setiap pihak harus bekerja secara profesional dan terampil. Sifat profesional dan terampil ini digambarkan dalam Al-Qur'an surat Al-Isra ayat 84 yang berbunyi :

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ ۗ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ
سَبِيلًا □ (الْإِسْرَاءُ: ٨٤)

Artinya: “Katakanlah: Masing-masing bekerja menurut bentuknya (bakatnya), Tuhanmu lebih mengetahui orang yang mendapat jalan yang terlebih baik”.
(QS. Al-Isra: 84)

Pada ayat di atas dikemukakan bahwa setiap orang yang beramal dan berbuat sesuai kemampuannya. Artinya, seseorang harus bekerja dengan penuh ketekunan dan mencurahkan seluruh keahliannya. Jika seseorang bekerja sesuai dengan kemampuannya maka akan melahirkan hal-hal yang optimal. Melayani dengan sepenuh hati, tidak mengabaikan perintah serta aturan-aturan yang telah ditetapkan Allah SWT merupakan pelayanan yang Islami (Fadla, 2016)

Kualitas pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa karena inti produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja (yang berkualitas), dan kinerja lah yang dibeli oleh pelanggan, oleh karena itu kualitas kinerja pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa, konsep pelayanan yang baik akan memberikan peluang bagi perusahaan untuk bersaing dalam merebut konsumen. Strategi innovator terhadap kualitas layanan biasanya sulit ditiru dibandingkan dengan sekedar konsep layanan itu sendiri. Hal tersebut disebabkan karena kualitas layanan berasal dari kepemimpinan yang terinspirasi melalui

organisasi, budaya perusahaan yang berorientasi pada pelanggan, desain sistem layanan prima, penggunaan informasi dan teknologi yang efektif, serta faktor-faktor lain yang dikembangkan oleh organisasi. Menurut Ali Hasan (2010 : 91) Sejumlah atribut kualitas pelayanan yang dapat memuaskan penggunaan industri jasa adalah sebagai berikut :

1. Ketepatan waktu pelayanan, yaitu kemampuan karyawan untuk menyelesaikan pelayanan dengan waktu proses yang lebih cepat sehingga dapat meminimalkan waktu tunggu bagi nasabah.
2. Akurasi pelayanan, yaitu pelayanan yang berkaitan dengan reliabilitas pelayanan, tanggung jawab dan bebas dari kesalahan-kesalahan.
3. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan terutama bagi karyawan yang berada di garis depan yang secara langsung berinteraksi dan melayani nasabah.
4. Kelengkapan, yaitu ketersediaan sarana pendukung serta pelayanan komplementer lainnya, seperti buku pedoman, denah dan sebagainya.
5. Kemudahan mendapatkan pelayanan seperti outlet, cukupnya jumlah karyawan yang melayani, administrasi, fasilitas pendukung seperti computer untuk memproses data dan lain-lain.
6. Variasi model pelayanan, yang berkaitan dengan inovasi untuk memberikan pola-pola baru dalam pelayanan.

7. Kenyamanan memperoleh pelayanan, berkaitan lokasi, ruangan tempat pelayanan, kemudahan menjangkau tempat parkir kendaraan, ketersediaan informasi dan sebagainya.
8. Pelayanan pribadi, yaitu pelayanan yang berkaitan dengan fleksibilitas, penanganan permintaan khusus.
9. Pendukung pelayanan, seperti lingkungan, kebersihan, ruang tunggu yang sejuk, nyaman, indah dan lain-lain.

Budaya pelayanan yang dilakukan secara terintegrasi akan menciptakan nilai-nilai pelayanan yang akan mempengaruhi tingkat pengulangan pelanggan dalam pembelian produk, oleh karena itu nilai pelayanan yang tercipta harus selalu dikelola secara terus menerus, tidak hanya saat terjadi transaksi tapi juga setelah bertransaksi. Faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu :

1. Menjaga dan memperhatikan, bahwa pelanggan akan merasakan karyawan dan sistem operasional yang ada dapat menyelesaikan problem mereka.
2. Spontanitas, dimana karyawan menunjukkan keinginan untuk menyelesaikan masalah pelanggan.
3. Penyelesaian masalah, karyawan yang berhubungan langsung dengan pelanggan harus memiliki kemampuan untuk menjalankan tugas berdasarkan standart yang ada, termasuk pelatihan yang diberikan untuk dapat memberikan pelayanan yang lebih baik.

4. Perbaiki, apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan harus mempunyai personal yang dapat menyiapkan usaha-usaha khusus untuk mengatasi kondisi tertentu.

Setiap bank selalu ingin dianggap yang terbaik oleh nasabahnya, oleh karena itu bank harus memberikan pelayanan yang baik berupa tersedianya sarana dan prasarana, tersedianya karyawan yang baik, bertanggung jawab kepada semua nasabah mulai awal hingga akhir, mampu melayani dengan cepat dan tepat, mampu berkomunikasi dengan baik, memberikan jaminan kerahasiaan dalam setiap transaksi, memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik, berusaha memahami kebutuhan nasabah serta mampu memberikan kepercayaan kepada semua nasabah.

2.2.1 Konsep Kualitas Pelayanan

Konsep yang saat ini masih dikenal dan sering digunakan pada kualitas pelayanan adalah konsep *Servqual*. *Servqual* sendiri pertama kali dikemukakan oleh Parasuraman, Berry dan Zeithaml dalam Kotler (2007: 56). Awalnya konsep ini memiliki 10 dimensi dan sekarang lebih disederhanakan lagi dengan menggunakan 5 dimensi yang meliputi :

1. *Tangible* (bukti fisik), merupakan fasilitas fisik dari jasa yang diketahui oleh nasabah secara langsung dengan indikator seperti penampilan, persiapan dan peralatan, kerapian tempat kerja dan lingkungan tempat kerja. Karena suatu pelayanan tidak bisa diraba, maka aspek *tangible* penting sebagai ukuran terhadap pelayanan.

Pelanggan akan mempunyai persepsi bahwa suatu perusahaan mempunyai pelayanan yang baik apabila bangunan terlihat mewah dan berbagai fasilitas pendukung. Selain gedung dan peralatan, pelanggan akan menilai seragam dan penampilan fisik karyawan. Adapun indikator-indikator dalam faktor *tangible* sebagai berikut :

- a) Ruang tunggu pelayanan
- b) Loker pelayanan
- c) Penampilan *teller* dan *costumer service*

Tangible penting karena akan menumbuhkan *image* perusahaan terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas jasa. Perusahaan yang tidak memperhatikan fasilitas fisiknya akan menumbuhkan kebingungan atau akan merusak *image* perusahaan tersebut.

2. *Emphaty*, adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi yang diberikan kepada para nasabah dengan berupaya memahami keinginan dan kebutuhan nasabah, mencakup kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik dengan nasabah dengan indikator seperti tanggap permintaan dan keluhan nasabah, menawarkan bantuan dengan antusias, sikap perhatian dan proaktif, sikap *emphaty* dan kominkatif.

Suatu produk baik barang maupun jasa berkualitas apabila produk tersebut dapat memenuhi

kebutuhan pelanggan. Berdasarkan perspektif pelanggan, pelayanan lebih dilihat sebagai pengalaman berupa transaksi inti dan pengalaman personal yang proporsinya berbeda-beda (*moment of truth*) antara *output* jasa, serta berkontribusi dengan berbeda-beda pengalaman masing-masing pelanggan.

3. *Reliability*, merupakan kehandalan/kemampuan perusahaan untuk menjalankan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu yang mencakup kinerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*), serta dapat memenuhi janji yang ditawarkan dalam memberikan pelayanan.

Dalam bisnis perbankan dimensi *reliability* memegang peranan yang penting karena bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasar pada asas kepercayaan. Dimensi ini dapat dicerminkan dari kemampuan karyawan bank dan kemampuan fasilitas teknologi yang dimiliki bank untuk mewujudkan kepercayaan nasabah, terutama ketepatan waktu dalam melayani transaksi nasabahnya, pemberian informasi yang dapat dipercaya dan bebas dari kesalahan kepada nasabah.

Dua hal yang dapat dilakukan perusahaan dalam upaya meningkatkan tingkat *reliability* adalah (Tjiptono, 2011):

a) Pembentukan budaya kerja “*error free*” atau “*no mistake*”. *Management* perlu meyakinkan kepada semua bawahannya bahwa mereka perlu melakukan sesuatu benar 100%, dan kesalahan 1% bisa menurunkan tingkat profitabilitas hingga 5-20%.

b) Perusahaan perlu mempersiapkan infrastruktur yang memungkinkan perusahaan memberikan pelayanan “*no mistake*”, hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan pelatihan secara terus-menerus dan menekankan kerja *teamwork*. Dengan kerja *teamwork*, koordinasi antar bagian menjadi lebih baik.

4. *Responsiveness* (Daya Tanggap), merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan oleh langsung karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. *Responsiveness* juga merupakan faktor paling besar yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah diantara faktor lainnya dengan presentase sebesar 16,47%. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk pihak penyedia jasa memperbaiki atau meminimalkan kerugian konsumen dengan segera. Indikator-indikator dalam faktor *responsiveness* diantaranya sebagai berikut :

- a) Respon terhadap keluhan nasabah
- b) Respon terhadap saran nasabah

c) Respon terhadap kritikan nasabah

5. *Assurance* (Jaminan), ialah pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain yaitu komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.

2.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas

Pelayanan.

Pelayanan umum kepada masyarakat akan dapat berjalan sebagaimana yang diharapkan, apabila faktor-faktor pendukungnya cukup memadai serta dapat difungsikan karena berhasil guna dan berdaya guna. Sebagai pihak yang ingin memperoleh pelayanan yang baik dan memuaskan, karena hak atas pelayanan ini sudah bersifat universal berlaku terhadap siapa saja yang berkepentingan dan organisasi yang menyelenggarakan atas pelayanan. Maka perwujudan pelayanan yang didambakan menurut Moenir (2002: 41) ialah :

1. Adanya kemudahan dalam pengurusan kepentingan dengan pelayanan yang cepat dalam arti tanpa hambatan yang kadang kala dibuat-buat.
2. Memperoleh pelayanan secara wajar tanpa gerutu, sindiran atau untaian kata lain semacam itu yang nadanya mengarah pada permintaan sesuatu, baik dengan alasan dinas atau untuk kesejahteraan.

3. Mendapatkan perlakuan sama dalam pelayanan terhadap kepentingan yang sama tertib dan tidak pandang bulu.
4. Pelayanan yang jujur dan terus terang artinya apabila ada hambatan karena suatu masalah yang tidak dapat dielakan hendaknya diberitahukan, sehingga orang tidak menunggu sesuatu yang menentu.

Tidak kalah penting sebagai faktor pendukung pelayanan ialah sarana yang ada untuk melaksanakan tugas/pekerjaan layanan. Karena peranan sarana pelayanan sangat penting disamping sudah tentu peranan unsur manusianya sendiri. Menurut Moenir (2002: 119). Fungsi dari sarana pelayanan tersebut antara lain :

1. Mempercepat proses pelaksanaan pekerjaan, sehingga dapat menghemat waktu.
2. Meningkatkan produktivitas, baik barang atau jasa.
3. Kualitas produk yang lebih baik dan terjamin.
4. Ketepatan susunan dan stabilitas ukuran terjamin.
5. Lebih mudah dan sederhana dalam gerak para pelakunya.
6. Menimbulkan rasa kenyamanan bagi orang-orang yang berkepentingan sehingga dapat mengurangi sifat emosional mereka.

Kemudian ada beberapa faktor yang menyebabkan kualitas suatu jasa menjadi buruk (Fandy, 2001: 85) yang meliputi hal berikut diantaranya :

1. Produksi dan konsumsi terjadi secara simultan.

Salah satu karakteristik jasa adalah *inseparability*, artinya jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat yang bersamaan. Ini berarti, dalam memberikan jasa dibutuhkan kehadiran dan partisipasi pelanggan. Akibatnya, timbul permasalahan sehubungan dengan interaksi produsen dan konsumen jasa. Beberapa kekurangan yang mungkin ada pada karyawan dapat memberi pengaruh terhadap persepsi pelanggan pada kualitas jasa.

2. Intensitas tenaga kerja yang tinggi.

Keterlibatan karyawan yang intensif dalam penyampaian jasa dapat menimbulkan masalah pada kualitas, yaitu tingkat variabilitas yang tinggi. Faktor yang mempengaruhinya yaitu upah rendah (pada umumnya karyawan yang melayani pelanggan memiliki tingkat pendidikan dan upah yang paling rendah dalam suatu perusahaan), pelatihan kurang memadai, tingkat perputaran karyawan terlalu tinggi dan sebagainya.

3. Dukungan pada pelanggan internal kurang memadai.

Karyawan *frontliner* merupakan ujung tombak dari sistem penyampaian jasa. Dukungan tersebut bisa berupa peralatan kerja, pakaian seragam, pelatihan, dan informasi prosedur kerja. Selain itu, yang tidak kalah pentingnya adalah unsur pemberdayaan

(*empowerment*). Pemberdayaan tidak diartikan sempit hanya sekedar penghapusan hierarki, arahan atau akuntabilitas pribadi. Akan tetapi, pemberdayaan lebih dipandang sebagai state of mind.

4. Kesenjangan Komunikasi.

Tidak dapat dipungkiri, bahwa komunikasi merupakan faktor yang sangat esensial dalam kontak dengan pelanggan. Bila terjadi kesenjangan komunikasi, maka akan timbul penilaian atas persepsi negatif pada kualitas jasa atau kerja yang diterimanya.

5. Melayani semua pelanggan dengan cara yang sama.

Pelanggan ada manusia yang bersifat unik, karena mereka memiliki perasaan dan emosi. Dalam interaksi dengan pemberi jasa, tidak semua pelanggan bersedia menerima pelayanan yang seragam. Hal ini merupakan tantangan bagi perusahaan agar memahami perasaan pelanggan dengan pelayanan kepada mereka.

6. Perluasan atau pengembangan jasa secara berlebihan.

Di satu sisi, memperkenalkan jasa baru yang telah dikembangkan dapat meningkatkan peluang pasar dan menghindari terjadinya pelayanan yang buruk. Akan tetapi jika terlampaui banyak menawarkan jasa

baru yang diperbaiki, maka hasil yang diperoleh tidak selalu optimal, bahkan kemungkinan timbul permasalahan pada standar kualitas jasa.

7. Visi bisnis jangka pendek.

Visi jangka pendek, seperti pencapaian target penjualan dan laba tahunan, penghematan biaya, peningkatan produktivitas tahunan, dan lain-lain bisa merusak kualitas yang sedang dibentuk untuk jangka panjang. Sebagai contoh kebijakan suatu bank untuk menekan biaya dengan mengurangi jumlah teller menyebabkan makin panjang jumlah antrian di bank tersebut.

2.2.3 Hubungan Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah.

Kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena berhubungan dengan harapan pelanggan. Jika pelayanan yang diberikan perusahaan baik dan memuaskan, maka harapan dari pelanggan akan tercapai, sebaliknya jika pelayanan yang diberikan perusahaan buruk maka harapan dari pelanggan tidak tercapai (Kotler, 2000: 48). Pengaruh yang kuat dan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, hasil penelitian menyimpulkan bahwa ada keterkaitan yang signifikan mengenai dimensi kualitas pelayanan terhadap dimensi kepuasan. Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Albert Caruana (2000) bahwa kepuasan pelanggan memainkan peran mediasi dalam kualitas

pelayanan pada loyalitas pelanggan. Hasil juga mengkonfirmasi hubungan antara variabel dan hipotesis yang saling berkaitan dan menunjukkan kolerasi positif. Serta sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Lo Lian Kheng (2010) yaitu dari keseluruhan lima dimensi kualitas pelayanan, yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah dalam sebuah perusahaan perbankan yang memberikan pelayanan jasa mempunyai keterkaitan hubungan yang sangat erat. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan bank. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan bank untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhannya, dengan demikian bank dapat meningkatkan kepuasan nasabah dimana bank memaksimalkan pengalaman nasabah yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian nasabah terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expect service*). Kepuasan nasabah dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuhkembangkan bank agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan.

Tujuan utama strategi yang digunakan meningkatkan jumlah nasabahnya, baik secara kualitas maupun kuantitas.

Secara kualitas berarti nasabah yang produktif yang mampu memberikan laba bagi bank, sedangkan secara kuantitatif artinya jumlah nasabah bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu. Namun perlu diketahui bahwa era sekarang merupakan era pilihan (*era of choices*) yang mana terdapat alternatif pilihan produk yang sama. Terciptanya kepuasan nasabah dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya seperti hubungan antara perusahaan dan nasabahnya yang menjadi harmonis memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang atau terciptanya loyalitas nasabah, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan nasabah.

Apabila layanan yang diterima/dirasakan sesuai dengan harapan, maka kualitas layanan di persepsikan baik dan memuaskan. Dan apabila pelayanan melebihi apa yang diharapkan, maka dapat dikatakan pelayanan yang ideal. Dengan demikian baik tidaknya layanan tergantung pada kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten. Pada dasarnya pengertian kepuasan nasabah mencakup pada perbedaan antara harapan (nilai harapan) dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Pelanggan yang loyal adalah mereka yang memiliki antusiasme terhadap merek atau produk yang digunakannya. Semakin antusias seorang pelanggan, semakin besar kontribusi profit yang disumbangkannya terhadap sebuah merek.

2.3 *Frontliner*

2.3.1 Pengertian *Frontliner*

Frontliner (Pratama, 2015: 142) mengatakan bahwa *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 memproses transaksi, kerapian *frontliner* bank, kesopanan *frontliner* bank, dan keramahan *frontliner*.

Menurut Tarmoezi (2000) *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 sebuah 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. Petugas *frontliner* yang dimaksud terdiri dari *Customer Service* dan *teller*.

1. *Customer 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 (Kasmir, 2006: 179).

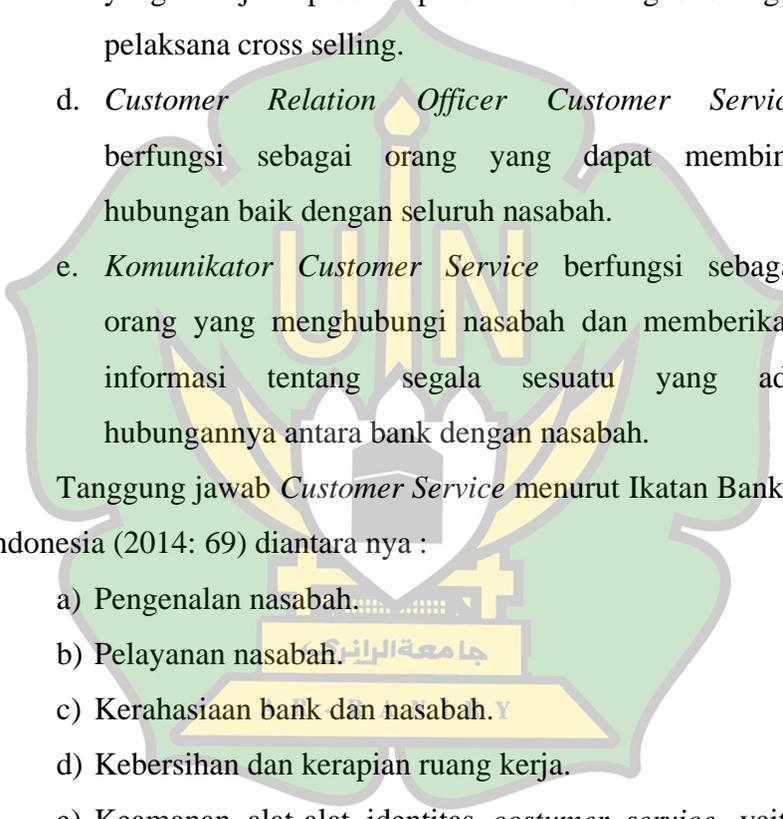
Dalam ilmu manajemen *Customer Service* dapat dikatakan sebagai ilmu dan dapat juga dikatakan sebagai seni. Dikatakan sebagai ilmu karena *Customer Service* termasuk dalam bagian pemasaran dan lebih dekat kepada penjualan serta dapat dipelajari, diajarkan dan dipraktikan. Sedangkan *Customer Service* dikatakan sebagai seni dikarenakan sangat membutuhkan unsur kreativitas, inisiatif dan keterampilan dalam berhubungan atau berkomunikasi dengan orang lain. Jadi,

Customer Service adalah ilmu dan seni tentang melayani pelanggan sebagai ujung tombak perusahaan yang berada di garis paling depan dan bertugas melayani pelanggan atau nasabah pada suatu perusahaan atau bank (Suryani, 2014: 21).

Adapun syarat yang harus dipenuhi oleh *Customer Service* menurut Kasmir (2014: 252) adalah sebagai berikut :

- a. Persyaratan fisik, yang mana *Customer Service* harus memiliki ciri-ciri fisik yang menarik, yang harus sehat jasmani maupun rohani.
- b. Persyaratan mental, *Customer Service* harus memiliki perilaku yang baik, ramah, sabar dan murah senyum.
- c. Persyaratan kepribadian, *Customer Service* harus sopan, lemah lembut, simpatik, lincah, energik, menyenangkan, berjiwa bisnis, memiliki rasa humor dan ingin maju.
- d. Persyaratan sosial, *Customer Service* harus memiliki jiwa sosial yang tinggi, bijaksana, memiliki budi pekerti luhur, mudah bergaul, pandai berbicara dan fleksibel.

Sebagai seorang *Customer Service* tentu telah ditetapkan fungsi dan tugas yang harus diembannya. Fungsi dan tugas *Customer Service* harus benar-benar dipahami sehingga seorang *Customer Service* dapat menjalankan tugasnya secara prima. Adapun fungsi *Customer Service* menurut Kasmir (2014: 250) adalah :

- 
- a. *Resepsionis Customer Service* berfungsi sebagai penerima tamu yang datang ke bank.
 - b. *Deskman Customer Service* berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi.
 - c. *Salesman Customer Service* berfungsi sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus sebagai pelaksana cross selling.
 - d. *Customer Relation Officer Customer Service* berfungsi sebagai orang yang dapat membina hubungan baik dengan seluruh nasabah.
 - e. *Komunikator Customer Service* berfungsi sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah.

Tanggung jawab *Customer Service* menurut Ikatan Bankir Indonesia (2014: 69) diantaranya :

- a) Pengenalan nasabah.
- b) Pelayanan nasabah.
- c) Kerahasiaan bank dan nasabah.
- d) Kebersihan dan kerapian ruang kerja.
- e) Keamanan alat-alat identitas *costumer service*, yaitu User-ID, *password*, anak kunci *cash box* dan laci.
- f) Pelaksanaan tugas yang diberikan oleh atasan, berkaitan dengan kelancaran jalannya operasional cabang.
- g) Kepatuhan terhadap peraturan perusahaan.

Dalam peraturan dasar yang harus dimiliki oleh *customer service* (Suryani, 2014: 21) yaitu:

- a) Berbusana rapi dan murah senyum.
- b) Memberikan ekspresi wajah terpercaya.
- c) *Customer Service* sebagai perwakilan perusahaan, diharuskan untuk menjaga sikap.
- d) Menyambut nasabah dengan sopan dan hangat.
- e) Selalu mendengarkan dengan baik apa yang dikatakan nasabah.
- f) Memperlakukan nasabah dengan sopan dan hormat.
- g) Berbicara secara jelas, teratur dan baik.
- h) Menguasai pengetahuan tentang pekerjaan dan produk-produk bank dengan baik.

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. Adapun fungsi dan tugas *teller* adalah sebagai berikut :

a. Fungsi *Teller*

Sesuai dengan pengertian diatas bahwasanya fungsi seorang *teller* adalah memberikan layanan perbankan bagi nasabah atau calon nasabah di sebuah bank. Fungsi *teller* menjadi salah sangat krusial karena setiap hari merekalah yang langsung berhadapan dengan nasabah, hal ini tentunya harus di tunjang penampilan yang sempurna setiap saat bagi semua teller bank.

b. Tugas *Teller*

- 1) Seorang teller yang baik harus datang tepat waktu sesuai jam masuk, memastikan semua perlengkapan berfungsi dengan baik (alat penghitung uang, alat pengecek uang palsu, bulpen, dsb).
- 2) Jika ada nasabah maka harus bersikap ramah, memberi *A greeting*, dan memberkikan senyum diawal dan diakhir pertemuan.
- 3) Menjaga penampilan berbusana sesuai standar bank (meja kerja, baju rapi, rambut rapi, mengenakan ID card, dsb)
- 4) Jika ada nasabah ingin setor/tarik tunai maka teller wajib menghitung uang, mengkonfirmasi

jumlah uang kepada nasabah, melakukan perhitungan uang di depan nasabah.

- 5) Melakukan pembayaran non tunai/tunai kepada nasabah yang bertransaksi non tunai/tunai di counter bank, dan melakukan update data transaksi di sistem komputer bank.
- 6) Setelah selesai proses setor/tarik tunai teller wajib memberikan slip kuitansi kepada nasabah dan menandatangani sebagai tanda tangan pengesahan.
- 7) Bertanggungjawab terhadap kesesuaian antara jumlah kas di sistem dengan kas di terminalnya.

Wewenang seorang *teller* yaitu menolak transaksi yang tidak memenuhi syarat dan prosedur yang berlaku serta diragukan kebenarannya, menolak orang lain yang tidak berkepentingan masuk dalam counter kasir, memiliki control terhadap alur keluar masuk uang. Tanggung jawab dari seorang *teller* yaitu bertanggung jawab secara moral, material, administrasi dan hukum atas pekerjaan dan tugasnya seperti bertanggung jawab atas penyimpanan dan perawatan buku tabungan dan hal lainnya yang berhubungan dengan nasabah dan administrasi kantor. Dalam penerapan sistem *teller* terdapat beberapa jenis *teller* yaitu:

- a. *Corporate teller*. Teller yang hanya melaksanakan pembayaran dan menerima setoran dari nasabah perusahaan.

- b. *Individual teller*. Teller ini hanya melaksanakan pembayaran kepada nasabah perorangan dan menerima setoran tunai dari perorangan.
- c. *Noncash Teller*, yaitu, teller yang melaksanakan setoran non tunai.
- d. *Foreign Exchange Teller*, yaitu teller yang melaksanakan pembayaran dan menerima setoran uang valuta asing.
- e. *Local Currency Teller*, yaitu teller yang melaksanakan pembayaran dan menerima setoran tunai dalam mata uang negara tersebut.

2.4 Penelitian Terdahulu

Adapun beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut :

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Fitriani (2019) yang berjudul “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan *Frontliner* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty* 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.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Ningsih (2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah di Baitul Mal Wat Tamwil Amanah Cabang Kendari”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap mutu layanan *frontliner* 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).

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Ramdhani (2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Parepare”. 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.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Ismawanto (2020) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Balikpapan Sudirman Unit Kalasan”. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa baik secara simultan maupun parsial variabel kinerja karyawan frontliner dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini sesuai dengan hasil perhitungan nilai F hitung yang diperoleh sebesar $45,103 > F$ tabel sebesar 3,09; dan hasil uji T variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 3,163, serta kinerja karyawan (X2) sebesar $2,088 > 1,984$. Demikian juga dengan signifikansi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,002 dan kinerja karyawan frontliner sebesar 0,039 lebih kecil dari 0,05 yang berarti adanya pengaruh signifikan secara parsial antara variabel kinerja karyawan maupun kualitas pelayanan dengan variabel kepuasan nasabah.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Salamah (2020) yang berjudul “Pengaruh Pelayanan Prima Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Nasabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Proppo”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan prima berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, pelayanan prima berpengaruh signifikan terhadap

loyalitas nasabah, kepuasan nasabah berpengaruh signifikan sebagai variabel intervening/mediasi pada pelayanan prima terhadap loyalitas nasabah.

Adapun untuk memperjelas terkait dengan penelitian terdahulu, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama & Judul Penelitian	Metode dan Variabel	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
1.	Fitriani (2019) “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Frontliner terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah”	Penelitian kuantitatif, variabel independen kualitas pelayanan (X), variabel dependen kepuasan nasabah (Y).	Secara simultan variabel <i>Tangible, Reliability, Responsiveness, 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.	Persamaan penelitian dengan menggunakan penelitian kuantitatif dan tidak perbedaan dikarenakan variabel yang digunakan yaitu (X) dan (Y).

Tabel 2.1 - Lanjutan

<p>2.</p>	<p>Ningsih (2019)</p> <p>“Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah di Baitul Mal Wat Tamwil Amanah Cabang Kendari”</p>	<p>Metode kuantitatif dengan rumus slovin, variabel independen (X) dan variabel dependen (Y)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap mutu layanan frontliner 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).</p>	<p>Persamaan penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif dan teknik pengambilan sampel menggunakan slovin, variabel penelitian yaitu (X) dan (Y).</p>
-----------	--	--	--	--

Tabel 2.1 - Lanjutan

3.	<p>Ramdhani (2019)</p> <p>“Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Negara Indonesia Tbk. Cabang Parepare”</p>	<p>Metode kuantitatif, variabel X1 (<i>teller</i>), X2 (<i>Customer Service</i>), Y (kepuasan nasabah)</p>	<p>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.</p>	<p>Menggunakan metode kuantitatif dengan perbedaan jumlah variabel yaitu X1, X2, dan Y</p>
----	---	--	--	--

Tabel 2.1 - Lanjutan

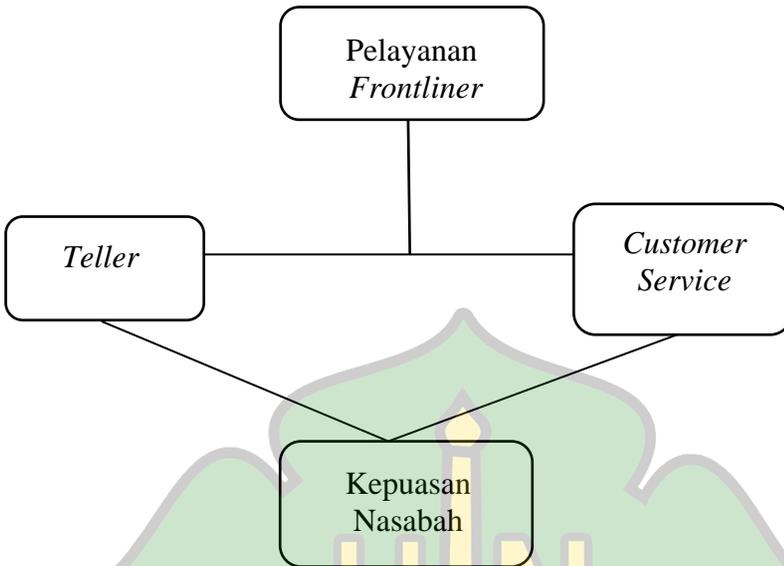
<p>4.</p>	<p>Ismawanto (2020)</p> <p>“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan <i>Frontliner</i> Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Balikpapan Sudirman Unit Kalasan”</p>	<p>Metode deskriptif kuantitatif, variabel bebas kualitas pelayanan (X1), kinerja karyawan frontliner (X2), variabel terikat kepuasan nasabah (Y)</p>	<p>baik secara simultan maupun parsial variabel kinerja karyawan frontliner dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini sesuai dengan hasil perhitungan nilai F hitung yang diperoleh sebesar $45,103 > F$ tabel sebesar 3,09; dan hasil uji T variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 3,163, serta kinerja karyawan (X2) sebesar $2,088 > 1,984$. Demikian juga dengan signifikansi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,002 dan kinerja karyawan <i>frontliner</i> sebesar 0,039 lebih kecil dari 0,05 yang berarti adanya pengaruh signifikan secara parsial antara variabel kinerja karyawan maupun kualitas pelayanan dengan variabel kepuasan nasabah.</p>	<p>Persamaan metode dengan penelitian kuantitatif dan metode deskriptif kuantitatif, dengan perbedaan variabel X1, X2, dan Y.</p>
-----------	---	---	---	---

Tabel 2.1 - Lanjutan

5.	Salamah (2020) “Pengaruh Pelayanan Prima Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Nasabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Proppo	Pendekatan kuantitatif, metode Analisis Jalur (Path Analysis). Variabel independen pelayanan prima frontliner (X), variabel dependen kepuasan nasabah (Y1) dan loyalitas nasabah (Y2)	Pelayanan prima berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel ($7,812 > 1,986$), kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel ($4,530 > 1,986$), pelayanan prima berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel ($4,347 > 1,986$), kepuasan nasabah berpengaruh signifikan sebagai variabel intervening/mediasi pada pelayanan prima terhadap loyalitas nasabah.	persamaan dengan pendekatan kuantitatif, dan perbedaan metode analisis jalur (Path Analysis) dengan variabel independen (X), dan variabel dependen (Y1), dan (Y2).
----	---	---	--	--

2.5 Bagan Kerangka Berfikir Penelitian

Kerangka pikir adalah penjelasan terhadap gejala yang menjadi objek permasalahan kita. Kerangka berpikir disusun berdasarkan tinjauan pustaka dan hasil penelitian relevan. Kerangka berpikir merupakan argumentasi kita dalam merumuskan hipotesis, dengan memakai pengetahuan ilmiah sebagai premis-premis dasarnya. Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, dan teori maka dapat disusun kerangka berpikir sebagai berikut :



Sumber: Data diolah (2021)

Gambar 2.2 Bagan Kerangka Pikir

No	Variabel	Independen	Dependen
1	X ₁	<i>Teller</i>	
2	X ₂	<i>Customer Service</i>	
3	Y		Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah (2021)

2.6 Hipotesis

Sugiyono (2017: 95) berpendapat bahwa hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan hanya didasarkan pada teori relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang ada diperoleh melalui

pengumpulan data. Hipotesis yang diajukan perlu diuji kebenarannya dalam pembahasan, apakah diterima atau ditolak. Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Penelitian ini bermaksud memperoleh gambaran obyektif tentang pengaruh pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Aceh Syariah KCP Seutui.

Berdasarkan kerangka teori yang telah diuraikan diatas, maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

H₁ : Variabel pelayanan *frontliner* yaitu *Teller* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP Seutui.

H₂ : Variabel pelayanan *frontliner* yaitu *Customer Service* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah KCP Seutui.

A R - R A N I R Y

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian dan Sumber Data

Adapun jenis penelitian yang digunakan 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. Dalam penelitian kuantitatif, penelitian berangkat dari teori menuju data, dan berakhir pada penerimaan atau penolakan terhadap teori yang digunakan (Suwandi, 2008: 122). Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh bukti yang empiris, menguji dan menjelaskan pengaruh pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Aceh Syariah KCP Seutui.

Sumber data yang akan dirujuk dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dengan survey lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original (Kuncoro, 2003: 127). Data primer pada penelitian ini diperoleh dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada nasabah Bank Aceh Syariah KCP Seutui.

3.1.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan yang bersumber langsung dari responden yang

dikategorikan sebagai sampel penelitian yang merespon pertanyaan-pertanyaan dari peneliti (Sugiyono, 2015: 34).

Dalam penelitian yang dilakukan, sumber data utama peneliti adalah bersumber dari kumpulan data hasil wawancara yang dilakukan kepada nasabah Bank Aceh Syariah KCP Seutui yang menjadi responden/narasumber peneliti. Data hasil wawancara berupa jawaban atas pertanyaan-pertanyaan tentang pelayanan *Customer Service* dan *Teller*, serta kepuasan nasabah itu sendiri yang bertindak sebagai nasabah wawancara merupakan data primer peneliti.

3.2 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2009). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pada Bank Aceh Syariah KCP Seutui per Desember 2020 tercatat sebanyak 1.454 rekening nasabah di Bank Aceh Syariah KCP Seutui.

2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin diteliti oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2011:81). Penentuan

jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus *Slovin* sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \quad (3.1)$$

Keterangan:

- n = Jumlah Sampel
- N = Jumlah Populasi
- e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Skema sampel akan diambil dari populasi yang telah ditentukan dengan rumus *slovin*, dengan perhitungannya sebagai berikut:

Diketahui:

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

$$N = \frac{1454}{1+1.454 (0,1^2)}$$

$$N = \frac{1454}{1+14,54}$$

$$N = \frac{1454}{15.54}$$

$$N = 93,56 \text{ di bulatkan } 94$$

Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 94 orang nasabah Bank Aceh Syariah KCP Seutui. Sedangkan teknik pengambilan dilapangan menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan kebetulan,

siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dilokasi penelitian yang menjadi nasabah di Bank Aceh Syariah KCP Seutui. Rumus Regresi Linear Berganda

$$Y=a+\beta_1 X_1+\beta_2 X_2+e$$

dimana :

Y = Kepuasan Nasabah

X_1 = *Teller*

X_2 = *Customer Service*

a = Konstanta

β_1 dan β_2 = Regresi Linear

e = Standar error

3.3 Teknik Pengumpulan Data

1. Angket (Kuesioner)

Angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden. Teknis angket dalam penelitian ini digunakan kepada nasabah Bank Aceh Syariah KCP Seutui untuk mempermudah menggali data yang berkenaan pelayanan *frontliner* dengan kepuasan nasabah pada Bank Aceh Syariah KCP Seutui. Pertanyaan yang dirancang untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen yang dirasakan mengenai pelayanan *frontliner* mencapai lima (5) item. Pengukuran variabel dilakukan dengan skala lima alternatif pilihan (*skala likert*) (Djali dan Muljono 2008:78).

Variabel pelayanan *frontliner* dan variabel kepuasan diberikan penilaian adalah :

Tabel 3.1
Skala Likert

No	Jawaban	Skor atau Nilai
1.	Sangat setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4.	Tidak setuju	2
5.	Sangat tidak setuju	1

Sumber: Muhammad 2013

Muhammad (2013), alasan digunakan *skala likert* karena memiliki beberapa kebaikan dibandingkan tipe yang lain yaitu selain relatif mudah, menurut Lisita dan Green, *skala likert* juga tercermin dalam keragaman skor (*variability of score*) sebagai akibat penggunaan skala antara 1 sampai dengan 5. Dimensi pelayanan *customer service* dan *teller* kepuasan nasabah tercermin mengekspresikan tingkat pendapat mereka dalam pelayanan yang mereka terima lebih mendekati kenyataan yang sebenarnya.

Tabel 3.2
Defisini Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Pelayanan <i>Frontliner</i>	<p>Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.</p> <p>(Sampara, 2011: 5)</p>	<p>a. Reliability b. Responsiveness c. Assurance d. Emphaty e. Tangible</p> <p>Parasuraman (Sitinjak, 2015)</p>	Ordinal
Kepuasan Nasabah	<p>Respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian dan kinerja actual produk setelah memakai atau mengkonsumsi produk. Tse & Wilson (Sitinjak, 2015)</p>	<p>a. Pengalaman baik petugas b. Kepuasan terhadap produk c. Kepuasan terhadap layanan.</p> <p>Miranthi dan Idris, 2017</p>	Ordinal

3.4 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milihnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Proses analisis data dilakukan melalui tahapan-tahapan yaitu reduksi data meliputi proses dan klarifikasi data untuk disesuaikan dengan tema atau topik penelitian, menyajikan data yaitu menyajikan data dalam bentuk uraian dan penyajian data disusun secara jelas agar data hasil reduksi terorganisir dengan baik dan menyimpulkan data.

Analisis data nantinya akan menarik kesimpulan yang bersifat khusus atau berangkat dari kebenaran yang bersifat umum mengenai suatu fenomena dan merealisasikan kebenaran tersebut pada suatu peristiwa atau data yang berisikan dengan fenomena yang bersangkutan. Pengelolaan data dalam penelitian lapangan berlangsung sejak proses pengumpulan data yang dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan atau verifikasi data (Purnomo, 2010: 86).

3.4.1 Uji Instrumen Penelitian

3.4.1.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkah-tingkah atau kesalahan suatu instrumen (Arikunto, 2010: 168), suatu instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Semakin tinggi tingkat kevalidan sebuah butir kuesioner maka artinya kuesioner tersebut layak digunakan sebagai alat (instrumen) pengumpul data penelitian. Ada beberapa cara untuk mengukur validalitas kuesioner, salah satunya adalah dengan menggunakan teknik *corrected item total correlation*. *Corrected item-total correlation* merupakan salah satu parameter dari properti psikometris level butir. Namun demikian, nilai ini tidak termasuk parameter yang secara spesifik mendukung validalitas bahkan tidak termasuk dalam bukti validalitas pada konsep validalitas terbaru (Furr & Bacharach, 2013). Dalam uji validalitas, nilai *corrected item-total correlation* ini disebut juga sebagai nilai r hitung. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji validalitas adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai r hitung $>$ r tabel *product moment* maka butir soal kuesioner dinyatakan valid.
- b. Sementara, jika nilai r hitung $<$ r tabel *product moment* maka butir soal kuesioner dinyatakan tidak valid.

3.4.1.2 Uji Reliabilitas

Pengertian reliabilitas pada dasarnya adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Suatu pengukuran disebut reliabel jika konsisten memberikan jawaban yang sama. Suatu pengukuran yang sama sekali tidak dapat diandalkan berarti tidak mampu mengukur apapun. Pengukuran yang tidak memiliki reliabilitas tidak dapat digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara variabel. Uji reliabilitas dalam penelitian ini mengacu pada nilai *Alpha* yang terdapat dalam tabel output SPSS. Dalam bukunya (V. Wiratna Sujarweni. 2014. SPSS untuk Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru Press. 193) menjelaskan bahwa uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir atau item pernyataan dalam angket (kuesioner) penelitian. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ maka kuesioner atau angket dinyatakan reliabel atau konsisten.
- b. Jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,60$ maka kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

3.4.2 Uji Asumsi Klasik

Model regresi linier dapat disebut sebagai model yang baik jika memenuhi asumsi klasik. Oleh karena itu, uji asumsi klasik sangat diperlukan sebelum melakukan analisis regresi. Uji asumsi klasik terdiri uji normalitas, uji heterokedastisitas,

uji multikolinieritas, uji linieritas dan uji autokorelasi, namun dalam analisis model regresi linier sederhana, uji multikolinieritas tidak digunakan.

3.4.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal, atau tidak (Ghazali, 2012). Hal ini ditegaskan bahwa suatu asumsi yang harus diuji, yaitu populasi harus berdistribusi normal. Apabila jumlah sampel diperbesar, penyimpangan asumsi normalitas ini semakin kecil pengaruhnya (Sudarmanto, 2005: 105)

Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan plot regresi normal dan menggunakan uji *kolmogrov smirnov*. Model regresi yang baik memiliki distribusi dan normal atau mendekati normal. Kriteria pengujianya adalah sebagai berikut:

- a. Apabila angka signifikan lebih besar dari 0,05 maka data memiliki distribusi normal.
- b. Apabila angka signifikan lebih kecil dari 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal (Yunita, 2011).

3.4.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dan residual suatu pengamatan ke pengamatan lain.

Jika varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homoskedastisitas, sedangkan untuk varian yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model homoskedastisitas. Uji homoskedastisitas menggunakan analisis grafik yang disebut *scatterplot*. Untuk menentukan ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam model regresi adalah dengan melihat hasil *scatterplot*, dan dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila titik-titik dalam *scatterplot* menyebar secara acak baik dibagian atas angka nol maupun dibagian bawah angka nol dari sumbu vertikal atau sumbu Y.

3.4.2.3 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi adalah sebuah analisis statistik yang dilakukan untuk mengetahui adakah korelasi variabel yang ada di dalam model prediksi dengan perubahan waktu. Oleh karena itu, apabila asumsi autokorelasi terjadi pada sebuah model prediksi, maka nilai disturbance tidak lagi berpasangan secara bebas, melainkan berpasangan secara autokorelasi. Dalam kesempatan ini, kita hanya akan fokus pada tutorial uji autokorelasi dengan SPSS. Namun prinsip penting lainnya tetap akan kami bahas secara singkat dan padat serta mudah dipahami. Uji autokorelasi di dalam model regresi linear, harus dilakukan apabila data merupakan data time series atau runtut waktu. Sebab yang dimaksud dengan autokorelasi sebenarnya

adalah: sebuah nilai pada sampel atau observasi tertentu sangat dipengaruhi oleh nilai observasi sebelumnya.

3.4.2.4 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Jika antar variabel independen terjadi multikolinieritas sempurna, maka model regresi tersebut tidak dapat menaksir secara tepat sehingga diperoleh kesimpulan yang salah tentang variabel yang diteliti. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF).

Menurut Ghozali (2015:105) mengukur multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* atau *Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel, jika nilai toleransi $< 0,10$ atau $VIF > 10$ maka terdapat multikolinieritas, sehingga variabel tersebut harus dibuang, dan sebaliknya jika *tolerance* $> 0,10$ dan $VIF > 10$ maka variabel tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

3.5 Analisis Regresi Berganda

Analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda adalah suatu analisis yang mengukur pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat (Sunyoto, 2012:47). Jadi analisis ini bertujuan

untuk mengukur pengaruh dari variabel bebas yaitu; pelayanan *Teller* (X_1) dan pelayanan *Customer Service* (X_2), terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Nasabah (Y)

3.5.1 Kesimpulan atau Verifikasi Data

Dari data yang diperoleh, peneliti mencoba mengambil kesimpulan. Pada awalnya kesimpulan itu akan kabur tetapi lama kelamaan semakin jelas karena data yang diperoleh semakin banyak dan mendukung. Verifikasi dapat dilakukan dengan singkat yaitu dengan cara mengumpulkan data baru (Kasiram, 2014: 353).

Uji regresi linear berganda digunakan untuk pengujian terhadap ada tidaknya pengaruh atau hubungan ataupun variabel dalam penelitian ini. Model penelitian yang dikembangkan adalah $Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$

Dimana :

Y = Kepuasan Nasabah (variabel yang dependen atau nilai yang diprediksikan)

a = Konstanta (nilai yang tidak berubah)

X_1 = *Teller* (variabel independen atau variabel yang mempengaruhi variabel dependen)

X_2 = *Customer Service* (variabel independen atau variabel yang mempengaruhi variabel dependen)

β_1 dan β_2 = Regresi Linear

e = Standar error

3.5.2 Uji Parsial (Uji T)

Uji T adalah suatu statistik yang memungkinkan kita dapat membandingkan dua skor rata-rata, untuk menentukan propabilitas (peluang) bahwa perbedaan antara dua skor rata-rata merupakan perbedaan yang nyata bukan perbedaan yang terjadi secara kebetulan. Pengujian variabel independen secara individu yang dilakukan untuk melihat signifikan dan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu apakah model regresi variabel independen (X_1 dan X_2) secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan hipotesis sebagai berikut :

H_1 : β_1 dan $\beta_2 = 0$ atau koefisien β_1 dan β_2 tidak mempengaruhi Y

H_2 : β_1 dan $\beta_2 \neq 0$ atau koefisien β_1 dan β_2 mempengaruhi Y

Dimana : P – Value $< 0,05$ maka H_0 diterima

P – Value $> 0,05$ maka H_0 ditolak

H_1 = Pelayanan *Customer Service* dan *Teller* tidak mempengaruhi kepuasan nasabah.

H_2 = Pelayanan *Customer Service* dan *Teller* mempengaruhi kepuasan nasabah.

3.5.3 Uji Simultan (Uji - F)

Uji F berfungsi untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1 dan X_2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y), serta untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen (Y) atau tidak. Menurut Sujarweni (2015:162), uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X_1 dan X_2) secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas (Y). Kriteria Jika $p < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jika $p > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak (Sujarweni, 2015:228). H_0 diterima jika artinya tidak ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, H_a diterima artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

3.5.4 Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi (R^2 atau R kuadrat) atau disimbolkan dengan " R^2 " yang digunakan untuk mengukur seberapa besar presentase perubahan atau variasi dari variabel dependen bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel independen. Hasil pengujian koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai R^2 . Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui presentase pengaruh variabel

independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Maka nilai determinasi ditentukan dengan R^2 (R Square).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah Berdirinya PT. Bank Aceh Syariah

Gagasan untuk mendirikan Bank milik Pemerintah Daerah di Aceh tercetus atas prakarsa Dewan Pemerintahan Daerah Peralihan Provinsi Atjeh (sekarang disebut Pemerintah Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam). Setelah mendapat persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat daerah peralihan Provinsi Aceh di Kutaraja (sekarang Banda Aceh) dengan Surat Keputusan Nomor 7/DPRD/5 tanggal 7 September 1957, beberapa orang mewakili Pemerintah Daerah menghadap Mula Pangihutan Tamboenan, wakil Notaris di Kutaraja, untuk mendirikan suatu Bank dalam bentuk Perseroan Terbatas yang bernama “PT Bank Kesejahteraan Atjeh, NV” dengan modal dasar ditetapkan Rp. 25.000.000. setelah beberapa kali perubahan Akte, barulah pada tanggal 2 Februari 1960 diperoleh izin dari Menteri Keuangan dengan Surat Keputusan No. 12096/BUM/II dan Pengesahan Bentuk Hukum dari Menteri Kehakiman dengan Surat Keputusan No. J.A.5/22/9 tanggal 18 Maret 1960. Pada saat itu PT Bank Kesejahteraan Aceh NV dipimpin oleh Teuku Djafar sebagai Direktur dan Komisaris terdiri atas Teuku Moehammad Polem, Abdullah Bin Mohammad Hoesin, dan Mohammad Sanusi. Dengan ditetapkannya Undang-undang No. 13 tahun 1962 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Daerah yang sudah berdiri

sebelumnya, harus menyesuaikan diri dengan undang-undang tersebut. (bankaceh.co.id, 2015).

Sepuluh tahun kemudian, atau tepatnya pada tanggal 7 april 1973, Gubernur Kepala Daerah Istimewa Aceh mengeluarkan Surat Keputusan No. 54/1973 tentang Penetapan Pelaksanaan Pengalihan PT Bank Kesejahteraan Aceh, NV menjadi Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Peralihan status, baik bentuk hukum, hak dan kewajiban dan lainnya secara resmi terlaksana pada tanggal 6 Agustus 1973, yang dianggap sebagai hari lahirnya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Perubahan bentuk badan hukum menjadi Perseroan Terbatas ditetapkan dengan Akte Notaris Husni Usman, SH No. 55 tanggal 21 April 1999, bernama PT Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh disingkat PT Bank BPD Aceh. Perubahan tersebut telah disahkan oleh Menteri Kehakiman RI dengan Surat Keputusan Nomor C-8260 HT.01.01.TH.99 tanggal 6 Mei 1999. Dalam Akte Pendirian Perseroan ditetapkan modal dasar PT Bank BPD Aceh sebesar Rp. 150 milyar.

Sesuai dengan Akte Notaris Husni Usman, SH No. 42 tanggal 30 Agustus 2003, modal dasar ditempatkan PT Bank BPD Aceh ditambah menjadi Rp. 500 milyar. Berdasarkan Akta Notaris Husni Usman tentang pernyataan Keputusan Rapat No. 10 tanggal 15 Desember 2008, notaris di Medan tentang peningkatan modal dasar perseroan, modal dasar kembali ditingkatkan menjadi Rp. 500.000.000.000 dan perubahan nama

Perseroan menjadi PT. Bank Aceh. Perubahan tersebut telah disahkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. AHU-44411.AH.01.02 Tahun 2009 pada tanggal 9 September 2009. Perubahan nama menjadi PT. Bank Aceh telah disahkan oleh Keputusan Gubernur Bank Indonesia No.12/61/KEP.GBI/2010 tanggal 29 September 2010.

Bank juga memulai aktivitas perbankan syariah dengan diterimanya surat Bank Indonesia No.6/4/Dpb/BNA tanggal 19 Oktober 2004 mengenai Izin Pembukaan Kantor Cabang Syariah Bank dalam aktivitas komersial Bank. Bank mulai melakukan kegiatan operasional berdasarkan prinsip syariah tersebut pada 5 November 2004. Kantor Pusat Bank berlokasi di Jalan Tgk. H.M. Daud Beureu-eh No.24 Banda Aceh. Sampai dengan tanggal 31 Desember 2010, Bank memiliki 1 Kantor Pusat Operasional, (termasuk kantor pusat), 24 Kantor Cabang, serta 77 Kantor Cabang Pembantu.

PT. Bank Aceh Syariah KCP adalah salah satu cabang pembantu yang sudah beroperasi sejak tahun 2005 sampai dengan sekarang dan merupakan salah satu bank yang secara berkala mengedepankan dan memperhatikan kualitas pelayanannya. PT. Bank Aceh Syariah KCP Seutui terdiri dari 9 karyawan diantaranya yaitu 1 kepala capem, 1 unit head, 2 orang *teller*, 1 *Customer Service*, dan 2 orang *security*. PT. Bank Aceh Syariah merupakan salah satu perbankan daerah yang mendepankan pelayanan kepada nasabah dalam setiap

operasionalnya guna memperoleh laba dan kepuasan terhadap nasabah yang bertransaksi.

4.2 Visi, Misi & Motto PT. Bank Aceh Syariah

1. Visi

Mewujudkan Bank Aceh menjadi bank yang terus sehat, tangguh, handal dan terpercaya serta dapat memberikan nilai tambah yang tinggi kepada mitra dan masyarakat

2. Misi

Membantu dan mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui pengembangan dunia usaha dan pemberdayaan dunia usaha dan pemberdayaan ekonomi rakyat, serta memberi nilai tambah kepada pemilik dan kesejahteraan kepada karyawan.

3. Motto / *Corporate Image*.....

- a. “*Kepercayaan*” adalah suatu manifestasi dan wujud Bank sebagai pemegang amanah dari Nasabah, Pemilik dan Masyarakat secara luas untuk menjaga kerahasiaan dan mengamankan kepercayaan tersebut.
- b. “*Kemitraan*” adalah suatu jalinan kerjasama usaha yang erat dan setara antara Bank dan Nasabah yang merupakan strategi bisnis bersama dengan prinsip saling membutuhkan, saling memperbesar dan

saling menguntungkan diikuti dengan pembinaan dan pengembangan secara berkelanjutan.

PT Bank Aceh Syariah diarahkan pada pengelolaan bank yang sehat dan pada jalur yang benar, perbaikan perekonomian rakyat dan pembangunan daerah dengan melakukan usaha-usaha bank umum yang mengutamakan optimalisasi penyediaan kredit, pembiayaan serta pelayanan perbankan bagi kelancaran dan kemajuan pembangunan di daerah.

4.3 Target dan Sasaran PT. Bank Aceh Syariah

Dalam mempertimbangkan perekonomian dan perbankan regional dan nasional yang semakin membaik, Bank Aceh Syariah dalam menetapkan target pasar berpegang pada prinsip kehati-hatian dengan tetap mempertahankan sebagai retail banking, melalui berbagai aktivitas sebagai berikut :

1. Penghimpun Dana

Penghimpunan dana yang dilakukan Bank Aceh Syariah bukan hanya diarahkan kepada dana-dana yang bersumber dari masyarakat tapi juga diarahkan kepada nasabah corporate maupun instansi dan departemen terkait. Untuk menciptakan kemandirian bank dalam penghimpunan dana, usaha-usaha penghimpunan dana pihak ketiga diarahkan pada dana-dana yang bersumber dari masyarakat (non-pemerintah) baik dari tabungan, giro maupun deposito.

2. Penyaluran Dana

Dalam rangka mendukung program pemerintah untuk meningkatkan ekonomi kerakyatan, maka penyaluran dana lebih diarahkan kepada peningkatan kredit retail/KUK yang memberikan dampak multiplier kepada seluruh sektor usaha UMKM dan penyaluran kredit program kepada debitur-debitur binaan yang prospektif seperti kredit pertanian, kredit pola syariah dan lain-lain dengan tetap mengatur kesesuaian penyaluran kredit konsumtif dan produktif secara bertahap. Sedangkan untuk dana-dana yang belum tersalurkan dalam bentuk kredit dioptimalkan dalam bentuk penempatan dana dan pembelian surat berharga dengan memperhatikan faktor likuiditas, rentabilitas dan resiko.

3. Jasa Layanan Perbankan Lainnya

Diarahkan untuk memberikan jasa layanan yang unggul sesuai dengan kebutuhan masyarakat melalui upaya peningkatan teknologi, perluasan jaringan kantor dan kemitraan dengan lembaga/badan usaha/instansi lainnya.

4.4 Kegiatan Usaha PT. Bank Aceh Syariah KCP Seutui

Ada beberapa produk penghimpunan dana yang ditawarkan oleh Bank Aceh Syariah KCP Seutui yaitu berupa

tabungan, deposito, dan giro. Adapun beberapa jenis produk tersebut adalah sebagai berikut :

1. Tabungan

Tabungan adalah simpanan pihak ketiga yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat yang telah disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, atau alat lain. Adapun tabungan yang disediakan oleh PT. Bank Aceh Syariah KCP Seutui diantaranya :

a. Tabungan Firdaus iB

Tabungan Firdaus iB adalah pemilik dana memberikan kepercayaan penuh kepada bank untuk mengelola dananya dengan pembagian nisbah/bagian yang telah disepakati sebelumnya. Tabungan Firdaus ini menggunakan akad *mudharabah muthlaqah* yang berarti pihak bank diberi kuasa penuh untuk menjalankan usahanya tanpa batasan dan syarat-syarat tertentu.

b. Tabungan Sahara iB

Tabungan Sahara iB adalah tabungan untuk mewujudkan pelaksanaan perjalanan ibadah haji dan umrah yang dikelola berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Produk ini menerapkan prinsip *al-wadi'ah yad-dhamanah* yaitu titipan nasabah pada bank yang dapat dipergunakan oleh bank dengan izin nasabah

dimana bank menjamin akan mengembalikan titipan nasabah sebesar apa titipan pokok.

c. Tabungan Ku iB

Tabungan Ku iB adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna untuk menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

d. Tabungan Seulanga iB

Tabungan Seulanga iB adalah produk tabungan dengan tagline “Seutuhnya Melayani Nanggroe” dan memiliki keunggulan dengan nisbah *Progressive* dimana semakin tinggi saldo tabungan, semakin tinggi nisbah yang diberikan (dihitung berdasarkan saldo terendah harian). Tabungan Seulanga menggunakan akad Mudharabah dengan penabung berhak diikutsertakan dalam perebutan Hadiah Langsung Seulanga berdasarkan poin penabung.

e. Tabungan Simpeda R A N I R Y

Tabungan Simpeda menggunakan akad Mudharabah dimana dapat dimiliki oleh siapa saja dan dapat digunakan sebagai jaminan untuk mengajukan permohonan pembiayaan serta penabung Simpeda berhak mendapatkan poin undian Regional dan Nasional.

f. Simpanan Pensiun

Simpanan Pensiun merupakan layanan tabungan bagi nasabah Pensiun pada PT Bank Aceh Syariah yang diharapkan dapat memberikan layanan khusus bagi para Pegawai Negeri Sipil yang memiliki masa pensiun. Memberi fasilitas terbaik bagi para nasabah dengan mengutamakan rasa kekeluargaan dan memberikan berbagai kemudahan untuk membantu proses pengurusan pensiun tanpa harus langsung mendatangi PT. Taspen serta menjadi menjadi penghubung nasabah dengan semangat PT Bank Aceh Syariah sebagai Mitra Layanan Pensiun.

g. Tabungan Aneka Guna (TAG iB)

Tabungan Aneka Guna (TAG iB) merupakan tabungan dengan akad mudharabah dengan sistem bagi hasil rata-rata harian yang kompetitif. Dengan sistem bagi hasil rata-rata tersebut, maka anda memiliki kesempatan untuk mendapatkan keuntungan bagi hasil yang lebih besar.

2. Giro Bank Aceh Syariah

Giro adalah simpanan dalam rupiah pihak ketiga, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan mempergunakan cheque, surat perintah pembayaran lainnya atau dengan perintah pemindahbukuan (misalnya Bilyet, Giro, Warkat Kliring, dan lain-lain). Sarana penyimpanan dana dalam bentuk mata uang

rupiah pada Bank Aceh Syariah yang pengelolaan dananya berdasarkan prinsip syariah dengan akad *Wadiah Yad Dhamanah*, yaitu dana titipan murni nasabah kepada Bank yang dapat diambil setiap saat dengan menggunakan media *Cheque* dan *Bilyet Giro*.

3. Deposito Bank Aceh Syariah

Deposito adalah simpanan pihak ketiga yang penarikannya hanya dapat dilakukan setelah jangka waktu tertentu sesuai dengan perjanjian antara bank dengan nasabah yang bersangkutan dan atas simpanan itu bank memberi bunga dengan suku bunga yang ditetapkan pada waktu perjanjian/persetujuan dibuat atau disesuaikan dengan Surat Keputusan Bank.

Investasi berjangka waktu tertentu dalam bentuk mata uang rupiah pada Bank Aceh Syariah yang pengelolaan dananya berdasarkan prinsip syariah dengan akad *Mudharabah Muthlaqah*, yaitu akad antara pihak pemilik dana (*Shahibul Maal*) dengan pengelola dana (*Mudharib*). Dalam hal ini nasabah (*Shahibul maal*) berhak memperoleh keuntungan bagi hasil sesuai nisbah yang tercantum dalam akad.

4.4.1 Penyaluran Dana

Penyaluran dana adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang

telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Oleh karena itu, PT. Bank Aceh Syariah KCP Seutui menawarkan beberapa produk yang tergolong penyaluran dana yang disebut pembiayaan, dan produk jasa perbankan yaitu:

1. Pembiayaan usaha-modal kerja iB

Pembiayaan *Seuramoe* Mikro Bank Aceh iB adalah suatu pembiayaan yang bertujuan untuk meningkatkan permodalan usaha kecil atau mikro. Pembiayaan ini mengamati akad *musyarakah* (kerja sama).

2. Pembiayaan Konsumer iB

Pembiayaan Konsumer iB adalah pembiayaan yang menggunakan prinsip syariah untuk memenuhi kebutuhan nasabah diposisikan sebagai pembeli dan bank sebagai penjual. Dengan demikian, harga jual bank adalah harga jual beli supplier ditambah keuntungan yang disepakati bersama sebagaimana tercantum didalam akad.

3. Pembiayaan Murabahah

Pembiayaan dalam bentuk mata uang rupiah pada Bank Aceh Syariah menggunakan prinsip syariah dengan akad Murabahah, yaitu pembiayaan yang diberikan kepada seluruh anggota masyarakat dengan sistem jual beli. Dalam hal ini nasabah sebagai pembeli dan bank sebagai penjual, harga jual bank adalah harga beli dari supplier ditambah keuntungan yang disepakati dan tercantum dalam akad.

4. Pembiayaan Mudharabah

Mudharabah adalah akad kerjasama antara bank selaku pemilik dana (*shahibul maal*) dengan nasabah selaku (*mudharib*) yang mempunyai keahlian atau keterampilan untuk mengelola suatu usaha yang produktif dan halal. Hasil keuntungan dari penggunaan dana tersebut dibagi bersama berdasarkan nisbah yang disepakati. Akad mudharabah digunakan oleh bank untuk memfasilitasi pemenuhan kebutuhan permodalan bagi nasabah guna menjalankan usaha atau proyek dengan cara melakukan penyertaan modal bagi usaha atau proyek yang bersangkutan.

5. RAHN (Gadai Emas)

Rahn Gadai Emas Syariah atau disebut juga pembiayaan rahn pada Bank Aceh Syariah menggunakan prinsip syariah dengan akad *Qardh*, *Rahn* dan *Ijarah*, yaitu penyerahan hak penguasaan secara fisik atas barang berharga berupa emas (lantakan atau perhiasan beserta aksesorisnya) dari nasabah kepada bank sebagai agunan atas pembiayaan yang diterima.

4.4.2 Pelayanan Jasa

Jasa bank merupakan kegiatan perbankan yang dilakukan oleh suatu bank untuk memperlancar kegiatan penghimpunan dana dan menyalurkan dana. Semakin lengkap jasa bank yang

diberikan maka akan semakin baik untuk menarik nasabah. Hal tersebut dapat menjadikan nasabah merasa nyaman untuk melakukan kegiatan keuangan dari satu bank saja. Begitu pula dengan Bank Aceh Syariah KCP Seutui yang memberikan pelayanan jasa kepada nasabahnya melalui :

1. Malaysian Exchange Payment System (MEPS)

MEPS menyediakan jaringan switch ATM Bersama yang memungkinkan nasabah mudah untuk mengakses dana mereka dimana saja dari salah satu ATM bank mitra. MEPS dimulai melalui link lintas batas ATM ke beberapa negara di wilayah ini yaitu Indonesia, PT Artajasa Pembayaran Elektronik (ARTAJASA) dan PT Rintis Sejahtera (Rintis), Singapura Elektronik Nasional transfer Pte Ltd (NETS), Thailand National ITMX dan China China UnionPay.

Layanan ini menawarkan kepada para nasabah bank akan kenyamanan melakukan transaksi baik penarikan tunai, transfer dan lain-lain melalui ATM di negara-negara peserta MEPS tersebut dan setiap nasabah yang melakukan transaksi melalui MEPS ini akan dikenakan biaya administrasinya sebesar Rp. 15.000 per transaksinya. MEPS juga sedang berada ditengah-tengah proses menjalin hubungan sejenis dengan jaringan switching yang lain di Asia Tenggara dan negara-negara *South East Asia and Gulf Cooperation Council (GCC)*.

2. SMS Banking

Bersama fasilitas SMS Banking Bank Aceh Syariah, dapatkan kemudahan dan kenyamanan bertransaksi secara praktis, kapan saja dan dimana saja cukup hanya dengan mengirimkan perintah SMS ke nomor 3322 melalui handphone anda. Bertransaksi dengan SMS Banking Bank Aceh Syariah hanya dapat dilakukan melalui nomor handphone yang telah teregistrasi (atas perintah pemilik rekening) didalam basidata Bank Aceh Syariah, sehingga sangat aman dan nyaman untuk digunakan setiap saat. Selain itu layanan ini diberikan 24jam sehari dan 7 hari dalam seminggu, sehingga anda tidak tergantung pada jam operasional bank dan juga tidak tergantung pada hari-hari libur nasional. Fitur-fitur layanan SMS Banking diantaranya adalah :

- a. Informasi saldo
- b. Informasi 5 transaksi terakhir
- c. Pembelian pulsa isi ulang
- d. Transfer antar rekening Bank Aceh Syariah
- e. Informasi mutasi transaksi

3. M-ATM Bersama

M-ATM Bersama merupakan layanan bagi nasabah Bank Aceh Syariah dan merupakan pelanggan Telkomsel untuk bertransaksi di jaringan ATM Bersama. M-ATM Bersama adalah layanan berbasis Menu yang dikembangkan dan dirancang sedemikian rupa hingga dapat memberikan

kemudahan bagi anda dalam melakukan transaksi. Fitur-fitur yang disediakan diantaranya adalah:

- a. Cek informasi saldo
- b. Transaksi penarikan dana tunai di toko/gerai/merchant yang telah ditunjuk atau terdapat logo ATM Bersama
- c. Transfer dana antar anggota ATM Bersama
- d. Pembelian pulsa isi ulang
- e. Pembelian di toko/gerai/merchant yang ditunjuk atau terdapat logo ATM Bersama
- f. Pembayaran tagihan atas produk/layanan dari institusi yang telah ditunjuk atau terdapat logo ATM Bersama

4. Kliring & Transfer

- a. Kliring adalah sistem transfer dana elektronik yang meliputi kliring debit dan kliring kredit yang penyelesaiannya setiap transaksi dilakukan secara nasional.
- b. Transfer adalah suatu kegiatan jasa bank untuk memindahkan sejumlah dana tertentu sesuai dengan perintah amanat yang ditujukan untuk keuntungan seseorang yang ditunjuk sebagai penerima transfer.

5. ATM Bank Aceh Syariah

Seiring dengan peningkatan jumlah nasabah PT. Bank Aceh Syariah telah mengantisipasinya dengan

penambahan mesin-mesin ATM PT. Bank Aceh Syariah yang mencakup wilayah Aceh dan Medan. Selain itu penambahan fitur dan layanan pada kartu ATM PT. Bank Aceh Syariah masih terus dilakukan.

6. Action Bank Aceh Syariah

Aplikasi Action (Aceh Transaksi Online) adalah Mobile Banking milik PT. Bank Aceh Syariah yang dapat diakses oleh nasabah melalui smartphone nya untuk bertransaksi dengan menggunakan media jaringan internet atau paket data.

4.5 Karakteristik Responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah nasabah Bank Aceh Syariah KCP Seutui. Adapun Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.1

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Keterangan	Responden Penelitian	(%)
1.	Laki-laki	44	46%
2.	Perempuan	50	53%
Jumlah		94	100%

Sumber: hasil penelitian, 2021 (data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 44 orang dengan

presentase 46% dan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 50 orang dengan presentase 53%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden yang paling mendominasi pada penelitian ini adalah responden berjenis kelamin perempuan.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia responden, maka data dapat diuraikan dalam tabel dibawah ini.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Keterangan Usia	Jumlah	(%)
1.	<20 tahun	3	3%
2.	20-29 tahun	40	42%
3.	30-39 tahun	19	20%
4.	40-49 tahun	20	21%
5.	>50 tahun	12	12%
Jumlah		94	100%

Sumber: hasil penelitian, 2021 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa responden dengan rentang usia <20 tahun berjumlah 3 orang dengan presentase 3%, responden dengan rentang usia 20-29 tahun berjumlah 40 orang dengan presentase 42%, responden dengan rentang usia 30-39 tahun berjumlah 19 orang dengan presentase 20%, responden dengan rentang usia 40-49 tahun berjumlah 20 orang dengan presentase 21%, dan responden dengan rentang usia >50 tahun berjumlah 12 orang dengan presentase 12%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden

yang paling mendominasi pada penelitian ini berdasarkan usia adalah responden dengan rentang usia 20-29 tahun.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tingkat pendidikan terakhir yang dimiliki nasabah juga merupakan bagian yang sangat penting untuk peneliti perhatikan, karena pendidikan yang dimiliki oleh seseorang dapat menjadi salah satu faktor untuk menilai apakah kinerja staf frontliner dalam melayani nasabah sudah sesuai dengan ekspektasi nasabah atau belum. Adapun responden berdasarkan pendidikan terakhir nasabah dapat dilihat pada tabel 4.3

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah	(%)
1.	SD/SMP	10	10%
2.	SMA/SMK	28	29%
3.	DIPLOMA	17	18%
4.	S1	32	34%
5.	S2	6	6%
6.	S3	1	1%
Jumlah		94	100%

Sumber: hasil penelitian, 2021 (data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.3, maka dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan pendidikan terakhir terbagi menjadi beberapa bagian. Untuk pendidikan terakhir S1 memiliki presentase tertinggi dengan jumlah 32 responden atau 34%, untuk pendidikan terakhir SMA/SMK berjumlah 28 responden atau 29%, diurutan ketiga yaitu pendidikan terakhir DIPLOMA berjumlah 17 responden

atau 18%, diurutkan keempat yaitu pendidikan terakhir SD/SMP berjumlah 10 responden atau 10%, diurutkan kelima yaitu pendidikan terakhir S2 berjumlah 6 responden atau 6%, dan diurutkan terakhir ditempati oleh responden yang berpendidikan terakhir S3 berjumlah 1 responden atau 1%. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa nasabah Bank Aceh Syariah KCP Seutui memiliki keanekaragaman yang berasal dari latar belakang pendidikan yang berbeda-beda dan semakin tinggi tingkat pendidikan, maka makin besar kesadaran untuk menabung dan menilai kinerja staf *frontliner* dalam melayani nasabah.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan yang dimiliki oleh para responden juga sangat penting untuk mengetahui seberapa jenis ragam pekerjaan nasabah pada Bank Aceh Syariah KCP Seutui. Berikut adalah gambaran pekerjaan responden yang ada pada Bank Aceh Syariah KCP Seutui dapat dilihat pada Tabel 4.4

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	(%)
1.	Pelajar/Mahasiswa	19	20%
2.	TNI/POLRI/PNS	23	24%
3.	Wiraswasta	31	33%
4.	Ibu Rumah Tangga	21	22%
Jumlah		94	100%

Sumber: hasil penelitian, 2021 (data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.4, maka dapat dijelaskan bahwa pekerjaan terbanyak yang dimiliki oleh responden adalah pekerjaan Wiraswasta sebanyak 31 orang atau 33%, kemudian disusul oleh responden dengan pekerjaan TNI/POLRI/PNS sebanyak 23 orang atau 34%, sementara responden dengan pekerjaan sebagai Ibu Rumah Tangga sebanyak 21 orang atau 22%, dan diurutan terakhir yaitu responden dengan pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa sebanyak 19 orang atau 20%. Berdasarkan data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pekerjaan nasabah Bank Aceh Syariah KCP Seutui didominasi oleh Wiraswasta.

4.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan bertujuan untuk menguji valid atau tidaknya setiap item pertanyaan/pernyataan yang diajukan kepada responden di dalam kuesioner. Pada penelitian ini kuesioner akan dibagikan kepada 94 responden yaitu nasabah Bank Aceh Syariah KCP Seutui. Hasil dari uji validitas pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5
Hasil uji validitas variabel X1

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	17.55	3.089	.655	.597

Tabel 4.5 - Lanjutan

X1.2	17.84	3.684	.330	.728
X1.3	17.83	3.240	.456	.682
X1.4	17.76	3.542	.478	.671
X1.5	17.74	3.461	.494	.664

Sumber: olahan data SPSS, 2021

Tabel 4.6
Hasil uji validitas variabel X2

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	17.51	3.672	.322	.627
X2.2	17.44	3.754	.360	.604
X2.3	17.37	3.462	.478	.546
X2.4	17.46	3.778	.387	.592
X2.5	17.54	3.606	.433	.569

Sumber: olahan data SPSS, 2021

Tabel Item-Total Statistics menunjukkan nilai r_{hitung} atau nilai Corrected Item-Total Correlation $> r_{tabel}$. Nilai r_{tabel} dapat dilihat dihitung dengan $dk = n - 2$ pada taraf 5% dimana jumlah sampel ujicoba (n) = 97. Kemudian hasil r_{tabel} diperoleh dari tabel distribusi r sebesar 0,195. Secara keseluruhan $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga seluruh item yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan valid.

Tabel 4.7
Hasil Uji validitas variabel Y

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y.1	17.11	4.655	.550	.713

y.2	17.26	4.579	.523	.724
y.3	17.13	4.650	.578	.703
y.4	16.97	4.784	.586	.703
y.5	16.95	5.148	.428	.754

Sumber: olahan data SPSS, 2021

Berdasarkan Tabel Item-Total Statistics menunjukkan nilai r_{hitung} atau nilai Corrected Item-Total Correlation $> r_{tabel}$. Nilai r_{tabel} dapat dilihat dihitung dengan $dk = n - 2$ pada taraf 5% dimana jumlah sampel ujicoba $(n) = 97$. Kemudian hasil r_{tabel} diperoleh dari tabel distribusi r sebesar 0,195. Secara keseluruhan $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga seluruh item yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Setelah item pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid, maka tahap selanjutnya yang dilakukan adalah uji reliabilitas. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsisten tidaknya jawaban seseorang terhadap item-item pertanyaan didalam sebuah kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan reliable jika *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS. Uji reliabilitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8

Hasil Uji Reliabilitas variabel X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.718	5

Tabel Reliability Statistics menunjukkan nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ yaitu $0,718 > 0,60$ sehingga semua item dikatakan reabel.

Tabel 4.9

Hasil Uji Reliabilitas variabel X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.641	5

Sumber: olahan data SPSS, 2021

Tabel Reliability Statistics menunjukkan nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ yaitu $0,614 > 0,60$ sehingga semua item dikatakan reabel.

Tabel 4.10

Hasil Uji Reliabilitas variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.763	5

Sumber: olahan data SPSS, 2021

Tabel Reliability Statistics menunjukkan nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ yaitu $0,763 > 0,60$ sehingga semua item dikatakan reabel.

4.7 Deskripsi Variabel Penelitian

1. Deskripsi variabel Teller dan Customer Service (X1, X2)

Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap pertanyaan yang telah peneliti sediakan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.11
Tanggapan responden terhadap variabel X1 dan X2

Item pertanyaan variabel <i>Teller</i> (X1)	Alternatif Jawaban Responden					Mean
	SS	S	N	TS	STS	
Petugas Bank Aceh KCP Seutui (Teller) mengenakan seragam tertutup sesuai syariah, rapi dan mengenakan ID card.	66	22	5	1	0	4,6
Petugas Bank Aceh KCP Seutui (Teller) datang tepat waktu sesuai jam masuk dan memastikan semua perlengkapan berfungsi (alat penghitung uang, pengecekan uang palsu, dsb)	41	45	7	1	0	4,3
Petugas Bank Aceh KCP Seutui (Teller) jika ada setor/tarik tunai menghitung uang dan mengkonfirmasi jumlah uang, dan melakukan perhitungan di depan nasabah.	44	42	5	3	0	4,3
Petugas Bank Aceh KCP Seutui (Teller) melakukan pembayaran non tunai/tunai kepada nasabah yang bertransaksi ke bank.	45	44	5	0	0	4,4

Tabel 4.11 - Lanjutan

Petugas Bank Aceh KCP Seutui (Teller) bersikap ramah kepada nasabah, memberi salam dan mengucapkan terima kasih di akhir pertemuan	46	44	3	1	0	4,4
Total rata-rata						22,18
Item pertanyaan variabel Customer Service (X2)						
Petugas Bank Aceh KCP Seutui (CS) melayani pembukaan rekening tabungan dan giro	45	37	9	3	0	4,3
Petugas Bank Aceh KCP Seutui (CS) melayani permintaan nasabah untuk melakukan pemblokiran, baik rekening giro maupun tabungan.	48	36	9	1	0	4,3
Petugas Bank Aceh KCP Seutui (CS) menjelaskan produk-produk yang disediakan oleh pihak bank dan tata cara prosedurnya.	54	30	9	1	0	4,4
Petugas Bank Aceh KCP Seutui (CS) melayani percetakan rekening tabungan dan cek atau bilyet giro.	45	39	10	0	0	4,3

Tabel 4.11 - Lanjutan

Petugas Bank Aceh KCP Seutui (CS) melayani penutupan rekening tabungan dan giro atas permintaan dari nasabah.	40	41	13	0	0	4,2
Total rata-rata						21,83

Sumber : hasil penelitian, 2021 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui bahwa untuk variabel pertanyaan Teller terdapat beberapa item pertanyaan diantaranya yaitu Petugas Bank Aceh KCP Seutui (Teller) mengenakan seragam tertutup sesuai syariah, rapi dan mengenakan ID card memiliki rata-rata jawaban sebesar 4,6. Sebanyak 66 responden menyatakan sangat setuju, 22 responden menyatakan setuju, 5 responden menyatakan netral, 1 responden menyatakan tidak setuju, sedangkan 0 responden menyatakan sangat sangat tidak setuju. Pernyataan Petugas Bank Aceh KCP Seutui (Teller) datang tepat waktu sesuai jam masuk dan memastikan semua perlengkapan berfungsi (alat penghitung uang, pengecekan uang palsu, dsb) memiliki rata-rata jawaban sebesar 4,3. Sebanyak 41 responden menyatakan sangat setuju, 45 responden menyatakan setuju, 7 responden menyatakan netral, 1 responden menyatakan tidak setuju dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Pertanyaan Petugas Bank Aceh KCP Seutui (Teller) jika ada setor/tarik tunai menghitung uang dan mengkonfirmasi jumlah uang, dan melakukan perhitungan di depan nasabah memiliki rata-rata jawaban sebesar 4,3. Sebanyak 44 responden

menyatakan sangat setuju, 42 responden menyatakan setuju, 5 responden menyatakan netral, 3 responden menyatakan tidak setuju, dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Pertanyaan Petugas Bank Aceh KCP Seutui (Teller) melakukan pembayaran non tunai/tunai kepada nasabah yang bertransaksi ke bank memiliki rata-rata jawaban sebesar 4,4. Sebanyak 45 responden menyatakan sangat setuju, 44 responden menyatakan setuju, 5 responden menyatakan netral, 0 responden menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Pertanyaan Petugas Bank Aceh KCP Seutui (Teller) bersikap ramah kepada nasabah, memberi salam dan mengucapkan terima kasih di akhir pertemuan memiliki rata-rata jawaban sebesar 4,4. Sebanyak 46 responden menyatakan sangat setuju, 44 responden menyatakan setuju, 3 responden menyatakan netral, 1 responden menyatakan tidak setuju, dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju.

Berdasarkan hasil jawaban responden variabel *Teller*, maka dapat diperoleh rata-rata pada setiap item pertanyaan dari variabel *Teller* yaitu sebesar 22,18.

Kemudian untuk variabel pertanyaan Customer Service terdapat beberapa item pertanyaan diantaranya yaitu pernyataan Petugas Bank Aceh KCP Seutui (CS) melayani pembukaan rekening tabungan dan giro memiliki rata-rata jawaban sebesar 4,3. Sebanyak 45 responden menyatakan sangat setuju, 37 responden menyatakan setuju, 9 responden menyatakan netral, 3 responden menyatakan tidak setuju, dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Pertanyaan Petugas Bank Aceh

KCP Seutui (CS) melayani permintaan nasabah untuk melakukan pemblokiran, baik rekening giro maupun tabungan memiliki rata-rata jawaban sebesar 4,3. Sebanyak 48 responden menyatakan sangat tidak setuju, 36 responden menyatakan setuju, 9 responden menyatakan netral, 1 responden menyatakan tidak setuju, dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Pertanyaan Petugas Bank Aceh KCP Seutui (CS) menjelaskan produk-produk yang disediakan oleh pihak bank dan tata cara prosedurnya memiliki rata-rata jawaban sebesar 4,4. Sebanyak 54 menyatakan sangat setuju, 30 responden menyatakan setuju, 9 responden menyatakan netral, 1 responden menyatakan tidak setuju, dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Pernyataan Petugas Bank Aceh KCP Seutui (CS) melayani percetakan rekening tabungan dan cek atau bilyet giro nasabah memiliki rata-rata jawaban sebesar 4,3. Sebanyak 45 responden menyatakan sangat setuju, 39 responden menyatakan setuju, 10 responden menyatakan netral, 0 responden menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Pernyataan Petugas Bank Aceh KCP Seutui (CS) melayani penutupan rekening tabungan dan giro atas permintaan dari nasabah memiliki rata-rata jawaban sebesar 4,2. Sebanyak 40 responden menyatakan sangat setuju, 41 responden menyatakan setuju, 13 responden menyatakan netral, 0 responden menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Berdasarkan hasil jawaban responden variabel *Customer Service*, maka dapat diperoleh rata-rata pada setiap item pertanyaan dari variabel *Customer Service* yaitu sebesar 21,83.

2. Deskripsi Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Variabel kepuasan nasabah diwakili oleh beberapa item pertanyaan. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap variabel kepuasan nasabah dapat dilihat pada Tabel 4.12.

Tabel 4.12
Jawaban Responden Terhadap Indikator Kepuasan Nasabah

Item pernyataan variabel kepuasan nasabah	Alternatif jawaban responden					Mean
	SS	S	N	TS	STS	
Nasabah menyampaikan informasi yang diketahui tentang Bank Aceh Syariah KCP Seutui kepada orang terdekat.	38	44	9	3	0	4,2
Nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak bank.	30	48	11	5	0	4,0
Kesigapan petugas Teller dan CS dalam menangani masalah nasabah telah memenuhi harapan nasabah.	36	45	11	2	0	4,2

Tabel 4.12 - Lanjutan

Pelayanan dan profesionalisme yang diberikan petugas bank telah memenuhi harapan nasabah.	46	39	8	1	0	4,3
Nasabah mempertimbangkan Bank Aceh Syariah KCP Seutui sebagai pilihan pertama dalam melakukan transaksi perbankan.	48	38	6	2	0	4,4
Total rata-rata						21,35

Sumber: hasil penelitian, 2021 (data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.9, maka dapat dijelaskan bahwa untuk variabel kepuasan nasabah diwakili oleh lima item pertanyaan yaitu nasabah menyampaikan informasi yang diketahui tentang Bank Aceh Syariah KCP Seutui kepada orang terdekat memiliki rata-rata jawaban sebesar 4,2. Sebanyak 38 responden menyatakan sangat setuju, 44 responden menyatakan setuju, 9 responden menyatakan netral, 3 responden menyatakan tidak setuju, dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Pertanyaan nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak bank memiliki rata-rata jawaban sebesar 4,0. Sebanyak 30 responden menyatakan sangat setuju, 48 responden menyatakan setuju, 11 responden menyatakan netral, 5 responden menyatakan tidak setuju, dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Pertanyaan kesigapan petugas Teller dan CS dalam menangani masalah nasabah telah

memenuhi harapan nasabah memiliki rata-rata jawaban sebesar 4,2. Sebanyak 36 responden menyatakan sangat setuju, 45 responden menyatakan setuju, 11 responden menyatakan netral, 2 responden menyatakan tidak setuju, dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Pertanyaan pelayanan dan profesionalisme yang diberikan petugas bank telah memenuhi harapan nasabah memiliki rata-rata jawaban sebesar 4,3. Sebanyak 46 responden menyatakan sangat setuju, 39 responden menyatakan setuju, 8 responden menyatakan netral, 1 responden menyatakan tidak setuju, dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju. Pertanyaan nasabah mempertimbangkan Bank Aceh Syariah KCP Seutui sebagai pilihan pertama dalam melakukan transaksi perbankan memiliki rata-rata jawaban sebesar 4,4. Sebanyak 48 responden menyatakan sangat setuju, 38 responden menyatakan setuju, 6 responden menyatakan netral, 2 responden menyatakan tidak setuju, dan 0 responden menyatakan sangat tidak setuju.

Berdasarkan hasil jawaban responden variabel Kepuasan Nasabah, maka dapat diperoleh rata-rata pada setiap item pertanyaan dari variabel Kepuasan Nasabah yaitu sebesar 21,35.

4.8 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

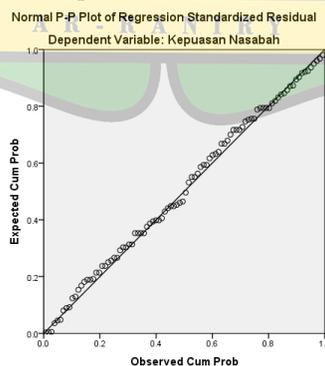
Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Pengujian normalitas dalam

penelitian ini menggunakan metode P-Plot dan *kolmogorv-smirnov*, hal ini ditegaskan, bahwa suatu penelitian yang melakukan uji t atau uji-f menuntut suatu asumsi yang harus diuji, yaitu populasi harus berdistribusi normal. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan plot regresi normal.

a. Pendekatan grafik metode P-Plot

Salah satu metode uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan uji normality plot dengan melihat grafik P-Plot. Cara melihat ia berdistribusi normal dengan normal P-Plot adalah dengan penyebaran yang terjadi di garis diagonal. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas. Tampilan grafik histogram, distribusi data membentuk lonceng (*bell shaped*), tidak condong ke kiri atau condong ke kanan sehingga data dengan pola seperti ini memiliki distribusi normal (Yosiana, 2018). Hasil uji normalitas yang dilakukan ditunjukkan oleh Gambar 4.1.

Gambar 4.1
Hasil uji normalitas P-Plot



Sumber: hasil penelitian, 2021 (data diolah)

Berdasarkan Gambar 4.1, uji normalitas ditentukan berdasarkan output grafik Normal P-P Plot Regresi dari analisis regresi linear dengan bantuan SPSS Vers. 23.0 . Dapat dilihat bahwa titik-titik pada grafik menyebar dan mengarah mendekati garis diagonal hal ini menunjukkan data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas dan layak untuk digunakan.

b. Uji normalitas dengan metode *kolmogorv-smirnov*

Untuk dapat memastikan apakah data di sepanjang garis diagonal dapat berdistribusi dengan normal, maka pada penelitian ini akan dilakukan uji kolmogorv-smirnov dengan melihat data residualnya apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak dapat dilihat pada Tabel 4.13.

Tabel 4.13
Hasil Uji Kolmogorv-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test					
		Teller	Costumer Service	Kepuasan Nasabah	Unstandardized Residual
N		94	94	94	94
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	22.18	21.83	21.35	.0000000
	Std. Deviation	2.229	2.289	2.651	2.08056672
Most Extreme Differences	Absolute	.255	.210	.160	.049
	Positive	.197	.119	.084	.036
	Negative	-.255	-.210	-.160	-.049
Test Statistic		.255	.210	.160	.049
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c	.000 ^c	.000 ^c	.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.					
b. Calculated from data.					
c. Lilliefors Significance Correction.					
d. This is a lower bound of the true significance.					

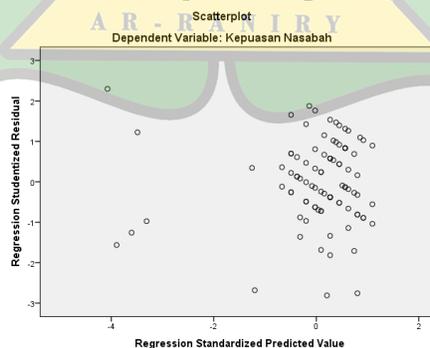
Sumber: hasil penelitian, 2021 (data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.13, maka dapat dijelaskan bahwa diperoleh nilai signifikansi data total dari variable-variabel penelitian tidak berdistribusi normal karena nilai $p < 0,05$ dan data tidak berdistribusi normal. Jika ini terjadi perlu diuji normalitas data residu dari diperoleh nilai $p > 0,05$ maka data berdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk melakukan pengujian apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan *absoluy residual* lebih besar dari 0,05, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut lebih kecil dari 0,05, maka terjadi masalah heteroskedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan metode scatterplot, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Gambar 4.3
Hasil uji scatterplot



Sumber: hasil penelitian, 2021 (data diolah)

Berdasarkan gambar 4.2, Hasil menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila titik-titik dalam *scatterplot* menyebar secara acak baik dibagian atas angka nol maupun dibagian bawah angka nol dari sumbu vertikal atau sumbu Y.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi di dalam model regresi linear, harus dilakukan apabila data merupakan data time series atau runtut waktu. Sebab yang dimaksud dengan autokorelasi sebenarnya adalah: sebuah nilai pada sampel atau observasi tertentu sangat dipengaruhi oleh nilai observasi sebelumnya. Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel 4.14.

Tabel 4.14
Hasil uji korelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.620 ^a	.384	.370	2.103	1.842
a. Predictors: (Constant), Costumer Service, Teller					
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah					

Sumber: hasil penelitian, 2021 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.14 diketahui bahwa angka *Durbin-Watson* sebesar 1.842 dengan jumlah sampel (n) 97 dan jumlah variabel independent sebanyak 2 variabel (k=2) dengan signifikansi 5%, maka untuk menentukan nilai *Durbin Watson* table diperoleh $DU = 1,7116$ dan $DW = 1,842$ dan $4 - du = 4 - 1,7116 = 2,2884$. Pengambilan keputusannya data menunjukkan

$DU < DW < 4 \cdot DU$ maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi.

4. Uji Multikolinieritas

Jika antar variabel independen terjadi multikolinieritas sempurna, maka model regresi tersebut tidak dapat menaksir secara tepat sehingga diperoleh kesimpulan yang salah tentang variabel yang teliti. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel 4.15.

Tabel 4.15
Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.339	2.270		1.911	.059		
	Teller	.480	.155	.404	3.100	.003	.399	2.508
	Costumer Service	.291	.151	.251	1.929	.057	.399	2.508

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: hasil penelitian, 2021 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.15 diatas dapat diketahui bahwa Nilai *tolerance* atau *Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel, jika nilai toleransi $< 0,10$ atau $VIF > 10$ maka terdapat multikolinieritas, sehingga variabel tersebut harus dibuang, dan sebaliknya jika *tolerance* $> 0,10$ dan $VIF > 10$ maka variabel tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

4.9 Uji T (Uji Hipotesis Parsial)

Tabel 4.16
Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.339	2.270		1.911	.059
	Teller	.480	.155	.404	3.100	.003
	Costumer Service	.291	.151	.251	1.929	.057

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: hasil penelitian, 2021 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.16, dapat dilihat bahwa hasil pengujian hipotesis adalah sebagai berikut :

H₁ : nilai sig T sebesar 0,003 dapat disimpulkan bahwa lebih kecil dari nilai signifikansi ($0,003 < 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan variabel *Teller* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H₂ : nilai sig T sebesar 0,057 dapat disimpulkan bahwa lebih kecil dari nilai signifikansi ($0,057 < 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *Customer Service* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

4.10 Uji Simultan (Uji-F)

Uji Simultan (Uji-F) bertujuan untuk melihat pengaruh dari setiap variabel independen secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.17
Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	250.840	2	125.420	28.351	.000 ^b
	Residual	402.574	91	4.424		
	Total	653.415	93			
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah						
b. Predictors: (Constant), Costumer Service, Teller						

Sumber: hasil penelitian, 2021 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.17 menunjukkan bahwa nilai F sebesar 28,351 dengan nilai sig. 0,000. Hasil signifikan $p < \alpha (0,05)$, sehingga adanya pengaruh signifikan yang diberikan pelayanan *teller* dan *costumer service* terhadap kepuasan nasabah.

4.11 Uji R² (Koefisien Determinasi)

Uji koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Adapun hasil dari pengujian R² (R-Square) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.18
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.620 ^a	.384	.370	2.103	1.842
a. Predictors: (Constant), Costumer Service, Teller					
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah					

Sumber: hasil penelitian, 2021 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.18 tersebut dapat disimpulkan bahwa uji koefisien determinasi diperoleh *R-Square* sebesar 0,62 dimana pengaruh yang diberikan oleh pelayanan teller dan costumer service terhadap kepuasan nasabah sebesar 62%. Sedangkan sisanya sebesar 38% dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya yang dianggap memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah.

4.12 Pembahasan

Kepuasan nasabah telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta salah satu tujuan pokok aktifitas bisnis (Lane, 2007: 177). Teori yang menjelaskan bagaimana kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan terbentuk dari teori the sixpectory model, yaitu kepuasan dan ketidakpuasan konsumen sebelum pembelian dengan sesungguhnya diperoleh konsumen saat membeli produk atau jasa. Ketika pelanggan membeli produk atau jasa maka ia memiliki harapan tentang bagaimana produk atau jasa tersebut berfungsi dengan baik. Pada dasarnya kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan (Rangkuti, 2006: 23). Faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah diantaranya yaitu pelayanan. Menurut Kotler (2002), jasa atau layanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Salah satu bentuk

terlaksana pelayanan kepada nasabah yaitu adanya petugas frontliner.

Menurut Tarmoezi (2000), frontliner adalah barisan depan yang merupakan aktivitas yang utama di depan dan terdapat staf-staf yang melakukan kontak langsung dengan nasabah dan menciptakan kesan pertama yang baik dan buruknya terhadap suatu bank. Dalam penelitian ini peneliti ingin melihat seberapa besar pengaruh pelayanan frontliner terhadap kepuasan nasabah pada Bank Aceh Syariah KCP Seutui. Dari hasil data variabel pelayanan *frontliner* mempunyai nilai signifikansi pengaruh pelayanan *teller* terhadap kepuasan nasabah menunjukkan adanya pengaruh signifikan dimana nilai signifikansi $p < 0,05$ yaitu $0,003 < 0,05$ maka H_a diterima. Sedangkan untuk nilai signifikan pengaruh pelayanan *costumer service* terhadap kepuasan nasabah menunjukkan tidak ada pengaruh signifikan, dimana nilai signifikansi $p > 0,05$ yaitu $0,059 > 0,05$ maka H_0 diterima. Dari hasil uji R^2 menjelaskan bahwa 62% variabel dependen kepuasan nasabah mampu dijelaskan oleh variasi dari kedua variabel independen, R yaitu kinerja teller dan customer service. Sedangkan sisanya sebesar 38% dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya yang tidak dimasukkan kedalam model penelitian ini.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dibahas dalam bab iv mengenai “Pengaruh Pelayanan *Frontliner* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Aceh Syariah KCP Seutui”, maka diperoleh kesimpulan yang dapat dijelaskan bahwa dari hasil uji t, diketahui nilai signifikansi regresi variabel *teller* sebesar 0,003, artinya bahwa nilai signifikansi regresi lebih kecil dari 0,05 ($0,003 < 0,05$) dan menunjukkan adanya pengaruh sehingga H_a diterima. Kemudian untuk nilai signifikansi regresi variabel *customer service* sebesar 0,057 ($0,057 < 0,05$) dan menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan sehingga H_o diterima. Kemudian dilihat dari uji koefisien determinasi, diperoleh nilai *R square* yaitu 0,62, artinya besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan *frontliner* terhadap variabel kepuasan nasabah adalah 62% dan sisanya sebesar 38% dipengaruhi oleh faktor lain.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah disajikan, maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. adapun saran-saran yang dapat disampaikan penulis adalah sebagai berikut :

1. Secara keseluruhan pelayanan *frontliner* Bank Aceh Syariah KCP Seutui sudah bagus karena dilihat dari tanggapan responden, mayoritas responden menyatakan setuju dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh *frontliner* Bank Aceh Syariah KCP Seutui, namun terdapat item pertanyaan yang mayoritas responden menyatakan netral, oleh karena itu Bank Aceh Syariah KCP Seutui harus meningkatkan kualitas pelayanan *frontliner* agar nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.
2. Selain meningkatkan kualitas pelayanan *frontliner*, Bank Aceh Syariah KCP Seuti juga harus meningkatkan kualitas pelayanan yang lain, seperti ruang tunggu yang nyaman dan kemudahan nasabah dalam mendapat informasi.
3. Penelitian ini hanya sebagian kecil dari aktifitas perbankan yang ada, untuk itu bagi yang akan melakukan penelitian lanjutan atau yang berhubungan dengan penelitian ini hendaknya dapat mempertimbangkan hasil penelitian ini sehingga diharapkan dapat menjadi sumbangsih yang bermanfaat bagi kepentingan penelitian ilmiah selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Budihardjo, M. 2014. *Menyusun SOP*. Jakarta. Raih Asa Sukses
- Fatimah, Endah Nur, dkk. 2015. *Strategi Pintar Menyusun SOP (Standar Operating Procedur)*, Yogyakarta : Pustaka Baru Press
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP
- <https://ketutsumada.blogspot.com/2012/04/kepuasan-dan-loyalitas-pelanggan.html?m=1>. Diakses pada tanggal 20 Januari 2021
- Ikatan Bankir Indonesia. 2014. *Mengelola Kualitas layanan Perbankan*. Jakarta Pusat: PT Gramedia Pustaka Utama
- Kansa, Firyal. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasaah pada BRI Syariah Cabang Banda Aceh* (skripsi), Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh
- Latumaerissa R, Julius. 2017. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta : Mitra Wacana Media
- Lupiyouandi, Rambat, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*: Jakarta: Salemba Empat.

- Machmud, A., & Rukmana (2010). *Bank Syariah, Teori, Kebijakan, dan Studi Empiris di Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Masrohati, Kuni. 2010. *Analisis Faktor-faktor Kualitas Pelayanan Nasabah Produk Tabungan di BMT Amal Mulia Suruh*. Tugas Akhir : STAIN
- Mauludiyah. 2005. *Analisis Faktor-faktor nasabah dalam mengambil kredit gadai pada perum pegadaian cabang salatiga utara*. Tugas akhir : STAIN
- Mustagfirin, A. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner terhadap kepuasan nasabah di BRI syariah KCP Demak (skripsi), Semarang, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Nasution, 2002. *Metode Research: penelitian ilmiah*, Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Pambudi, B. S. (2008). *Pengaruh Kinerja Pelayanan (Service Performance) Terhadap Loyalitas dengan Variabel Antara Kepuasan Nasabah Bank Jatim*. Neobis, 71-82.
- Siregar, I. S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung Alfabeta, CV.

- Suryani, Iis. 2014. *Pengaruh Pelayanan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat*, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Sutojo, S. (2003). *Meningkat jumlah dan mutu pelanggan*, Jakarta: Damar mulia pustaka.
- Yulianto, Edy. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah dan Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah* (skripsi), Universitas Brawijaya. Malang.
- Yunita. (2011) *Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner terhadap kepuasan Nasabah PT. Bank Sumut Cabang Utama Medan* (Tesis), Medan Universitas Sumatra Utara.



Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

Kepada,
Bapak / Ibu Responden
Di Tempat
Dengan Hormat,

Dalam rangka menyelesaikan Studi/Tugas Akhir yang berjudul **“PENGARUH PELAYANAN FRONTLINER TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT BANK ACEH SYARIAH KCP SEUTUI”** maka saya memohon dengan hormat kepada Bapak/Ibu untuk mengisi beberapa pertanyaan yang telah disediakan. Saya harapkan Bapak/Ibu mengisi lembaran kuesioner sesuai dengan pendapat dan kondisi yang dirasakan Bapak/Ibu. Semua informasi data yang diterima akan dijaga kerahasiaannya dan akan disampaikan kepada pihak manajemen Bank Aceh Syariah KCP Seutui sebagai bahan masukan untuk melakukan perbaikan terus menerus dalam pelayanan ke nasabah.

Atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu yang diberikan, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,
Tiara Ramadhayani

A. IDENTITAS RESPONDEN

Petunjuk pengisian kuesioner : Berilah Tanda (√) pada jawaban yang anda maksud.

1. Nama Responden :

.....

2. Jenis Kelamin :

- Laki-laki
- Perempuan

3. Usia responden :

- <20 tahun
- 20-29 tahun
- 30-39 tahun
- 40-49 tahun
- >50 tahun

4. Pendidikan terakhir :

- SD/SMP
- SMA/SMK
- DIPLOMA
- S1
- S2
- S3

5. Pekerjaan :

- Pelajar/Mahasiswa
- PNS/TNI/POLRI
- Wiraswasta
- Ibu Rumah Tangga

B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Lembar kuesioner ini semata-mata bertujuan untuk memperoleh data penelitian tentang **“Pengaruh Pelayanan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Aceh Syariah KCP Seutui”**.

1. Pengisian kuesioner dengan memberikan centang pada jawaban yang dianggap paling sesuai.
2. Kuesioner diukur dengan skala likert dengan ketentuan sebagai berikut :
 - b. Sangat Setuju (SS)
 - c. Setuju (S)

- d. Netral (N)
- e. Tidak Setuju (TS)
- f. Sangat Tidak Setuju (STS)

C. PERTANYAAN

Item pertanyaan variabel *Teller* (X1)

Item pertanyaan variabel Customer Service (X2)

No.	Daftar Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Petugas Bank Aceh KCP Seutui (Teller) mengenakan seragam tertutup sesuai syariah, rapi dan mengenakan ID card.					
2.	Petugas Bank Aceh KCP Seutui (Teller) datang tepat waktu sesuai jam masuk dan memastikan semua perlengkapan berfungsi (alat penghitung uang, pengecekan uang palsu, dsb).					
3.	Petugas Bank Aceh KCP Seutui (Teller) jika ada setor/tarik tunai menghitung uang dan mengkonfirmasi jumlah uang, dan melakukan perhitungan di depan nasabah.					
4.	Petugas Bank Aceh KCP Seutui (Teller) melakukan pembayaran non tunai/tunai kepada nasabah yang bertransaksi ke bank.					
5.	Petugas Bank Aceh KCP Seutui (Teller) bersikap ramah kepada nasabah, memberi salam dan mengucapkan terima kasih di akhir pertemuan.					

No.	Daftar Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Petugas Bank Aceh KCP Seutui (CS) melayani pembukaan rekening tabungan dan giro.					
2.	Petugas Bank Aceh KCP Seutui (CS) melayani permintaan nasabah untuk					

	melakukan pemblokiran, baik rekening giro maupun tabungan.					
3.	Petugas Bank Aceh KCP Seutui (CS) menjelaskan produk-produk yang disediakan oleh pihak bank dan tata cara prosedurnya.					
4.	Petugas Bank Aceh KCP Seutui (CS) melayani percetakan rekening tabungan dan cek atau bilyet giro nasabah.					
5.	Petugas Bank Aceh KCP Seutui (CS) melayani percetakan rekening tabungan dan cek atau bilyet giro nasabah.					

Item pertanyaan variabel Kepuasan Nasabah (Y)

No.	Daftar Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Nasabah menyampaikan informasi yang diketahui tentang Bank Aceh Syariah KCP Seutui kepada orang terdekat.					
2.	Nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak bank.					
3.	Kesigapan petugas Teller dan CS dalam menangani masalah nasabah telah memenuhi harapan nasabah.					
4.	Pelayanan dan profesionalisme yang diberikan petugas bank telah memenuhi harapan nasabah.					
5.	Nasabah mempertimbangkan Bank Aceh Syariah KCP Seutui sebagai pilihan pertama dalam melakukan transaksi perbankan.					

Lampiran 2

DISTRIBUSI RESPONDEN

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	44	46.8	46.8	46.8
Perempuan	50	53.2	53.2	100.0
Total	94	100.0	100.0	

Usia Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 20 tahun	3	3.2	3.2	3.2
20 - 29 tahun	40	42.6	42.6	45.7
30 - 39 tahun	19	20.2	20.2	66.0
40 - 49 tahun	20	21.3	21.3	87.2
> 50 tahun	12	12.8	12.8	100.0
Total	94	100.0	100.0	

Pendidikan Terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SD/SMP	10	10.6	10.6	10.6
SMA/SMK	28	29.8	29.8	40.4
Diploma	17	18.1	18.1	58.5
S1	32	34.0	34.0	92.6
S2	6	6.4	6.4	98.9
S3	1	1.1	1.1	100.0
Total	94	100.0	100.0	

Pekerjaan Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pelajar/Mahasiswa	19	20.2	20.2	20.2
Ibu Rumah Tangga	21	22.3	22.3	42.6

Wiraswasta	31	33.0	33.0	75.5
PNS/TNI/POLRI	23	24.5	24.5	100.0
Total	94	100.0	100.0	

Lampiran 3

DESKRIPTIF STATISTIK

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Teller	94	13	25	22.18	2.229
Costumer Service	94	14	25	21.83	2.289
Kepuasan Nasabah	94	12	25	21.35	2.651
Valid N (listwise)	94				

Lampiran 4

FREKUENSI TANGGAPAN RESPONDEN

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.1	1.1	1.1
	R	5	5.3	5.3	6.4
	S	22	23.4	23.4	29.8
	SS	66	70.2	70.2	100.0
	Total	94	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.1	1.1	1.1
	R	7	7.4	7.4	8.5
	S	45	47.9	47.9	56.4
	SS	41	43.6	43.6	100.0
	Total	94	100.0	100.0	

X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	3	3.2	3.2	3.2
R	5	5.3	5.3	8.5
S	42	44.7	44.7	53.2
SS	44	46.8	46.8	100.0
Total	94	100.0	100.0	

X1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid R	5	5.3	5.3	5.3
S	44	46.8	46.8	52.1
SS	45	47.9	47.9	100.0
Total	94	100.0	100.0	

X1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1.1	1.1	1.1
R	3	3.2	3.2	4.3
S	44	46.8	46.8	51.1
SS	46	48.9	48.9	100.0
Total	94	100.0	100.0	

X2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	3	3.2	3.2	3.2
R	9	9.6	9.6	12.8
S	37	39.4	39.4	52.1
SS	45	47.9	47.9	100.0
Total	94	100.0	100.0	

X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1.1	1.1	1.1

R	9	9.6	9.6	10.6
S	36	38.3	38.3	48.9
SS	48	51.1	51.1	100.0
Total	94	100.0	100.0	

X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1.1	1.1	1.1
R	9	9.6	9.6	10.6
S	30	31.9	31.9	42.6
SS	54	57.4	57.4	100.0
Total	94	100.0	100.0	

X2.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid R	10	10.6	10.6	10.6
S	39	41.5	41.5	52.1
SS	45	47.9	47.9	100.0
Total	94	100.0	100.0	

X2.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid R	13	13.8	13.8	13.8
S	41	43.6	43.6	57.4
SS	40	42.6	42.6	100.0
Total	94	100.0	100.0	

X3.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	3	3.2	3.2	3.2
R	9	9.6	9.6	12.8
S	44	46.8	46.8	59.6
SS	38	40.4	40.4	100.0
Total	94	100.0	100.0	

X3.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	5	5.3	5.3	5.3
R	11	11.7	11.7	17.0
S	48	51.1	51.1	68.1
SS	30	31.9	31.9	100.0
Total	94	100.0	100.0	

X3.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	2	2.1	2.1	2.1
R	11	11.7	11.7	13.8
S	45	47.9	47.9	61.7
SS	36	38.3	38.3	100.0
Total	94	100.0	100.0	

X3.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1.1	1.1	1.1
R	8	8.5	8.5	9.6
S	39	41.5	41.5	51.1
SS	46	48.9	48.9	100.0
Total	94	100.0	100.0	

X3.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	2	2.1	2.1	2.1
R	6	6.4	6.4	8.5
S	38	40.4	40.4	48.9
SS	48	51.1	51.1	100.0
Total	94	100.0	100.0	

Descriptive Statistics

	N	Mean
X1.1	94	4.6277
X1.2	94	4.3404
X1.3	94	4.3511

X1.4	94	4.4255
X1.5	94	4.4362
X2.1	94	4.3191
X2.2	94	4.3936
X2.3	94	4.4574
X2.4	94	4.3723
X2.5	94	4.2872
Y1	94	4.2447
Y2	94	4.0957
Y3	94	4.2234
Y4	94	4.3830
Y5	94	4.4043
Valid N (listwise)	94	

Lampiran 5

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

VARIABEL X.1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.718	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	17.55	3.089	.655	.597
X1.2	17.84	3.684	.330	.728
X1.3	17.83	3.240	.456	.682
X1.4	17.76	3.542	.478	.671
X1.5	17.74	3.461	.494	.664

VARIABEL X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.641	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	17.51	3.672	.322	.627
X2.2	17.44	3.754	.360	.604
X2.3	17.37	3.462	.478	.546
X2.4	17.46	3.778	.387	.592
X2.5	17.54	3.606	.433	.569

VARIABEL Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.763	5

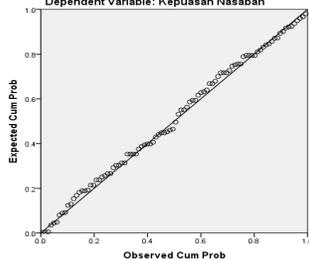
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y.1	17.11	4.655	.550	.713
y.2	17.26	4.579	.523	.724
y.3	17.13	4.650	.578	.703
y.4	16.97	4.784	.586	.703
y.5	16.95	5.148	.428	.754

Lampiran 6

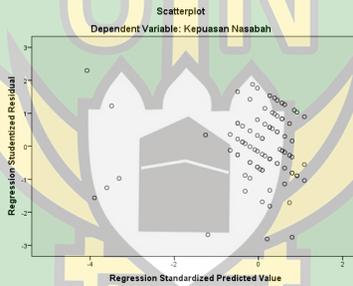
UJI ASUMSI KLASIK

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: Kepuasan Nasabah



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Teller	Costumer Service	Kepuasan Nasabah	Unstandardize d Residual
N		94	94	94	94
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	22.18	21.83	21.35	.0000000
	Std. Deviation	2.229	2.289	2.651	2.08056672
Most Extreme Differences	Absolute	.255	.210	.160	.049
	Positive	.197	.119	.084	.036
	Negative	-.255	-.210	-.160	-.049
Test Statistic		.255	.210	.160	.049
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c	.000 ^c	.000 ^c	.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.					
b. Calculated from data.					
c. Lilliefors Significance Correction.					
d. This is a lower bound of the true significance.					



Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.620 ^a	.384	.370	2.103	1.842
a. Predictors: (Constant), Costumer Service, Teller					
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah					

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.339	2.270		1.911	.059		

	Teller	.480	.155	.404	3.100	.003	.399	2.508
	Costumer Service	.291	.151	.251	1.929	.057	.399	2.508
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah								

Lampiran 7

REGRESI LINEAR BERGANDA

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.339	2.270		1.911	.059
	Teller	.480	.155	.404	3.100	.003
	Costumer Service	.291	.151	.251	1.929	.057
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah						

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	250.840	2	125.420	28.351	.000 ^b
	Residual	402.574	91	4.424		
	Total	653.415	93			
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah						
b. Predictors: (Constant), Costumer Service, Teller						

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.620 ^a	.384	.370	2.103	1.842
a. Predictors: (Constant), Costumer Service, Teller					
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah					