

## Pengaruh Kualitas Pelayanan *Frontliner* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Gowa-Sungguminasa

Salmawati<sup>1\*</sup>, Abd. Wahab<sup>2</sup>, Siti Fatimah<sup>3</sup>, Ismawati<sup>4</sup>, St.Hafsah Umar<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

\* E-mail Korespondensi: salmawati.sw.09@gmail.com

---

### Information Article

*History Article*

*Submission: 20-03-2026*

*Revision: 06-04-2026*

*Published: 09-04-2026*

---

**DOI Article:**

**10.24905/mlt.v6i1.388**

---

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah pada bank Syariah Indonesia kcp gowa-sungguminasa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BSI KCP gowa-sungguminasa sebanyak 960 nasabah. Sampel sebanyak 100 nasabah diambil dengan Teknik sampling insidental. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *Tengibles* (Bukti Fisik) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP gowa-sungguminasa, *Responsiveness* (Daya Tanggap) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP gowa-sungguminasa, *Realibility* (Keandalan) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP gowa-sungguminasa, *Assurance* (Jaminan) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP gowa-sungguminasa, *Empathy* (Empati) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP gowa-sungguminasa, secara simultan *Tengibles* (Bukti Fisik), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Realibility* (Keandalan), *Assurance* (Jaminan) Dan *Empathy* (Empati) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP gowa-sungguminasa.

**Kata Kunci:** *Tengibles, Responsiveness, Realibility, Assurance, Empathy, Kepuasan Nasabah*

---

### ABSTRACT

*This study aims to determine and analyze the influence of frontline service quality on customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia, Gowa-Sungguminasa Branch. This study uses an associative quantitative approach. Data collection techniques were carried out by distributing questionnaires to customers. The population in this study were all 960 customers of BSI, Gowa-Sungguminasa Branch. A sample of 100 customers was taken using incidental sampling techniques. The results of*

---

### Acknowledgment

---

*the study indicate that partially Tangibles (Physical Evidence) does not have a significant effect on Customer Satisfaction at Bank Syariah Indonesia KCP Gowa-Sungguminasa, Responsiveness (Responsiveness) does not have a significant effect on Customer Satisfaction at Bank Syariah Indonesia KCP Gowa-Sungguminasa, Realibility (Reliability) does not have a significant effect on Customer Satisfaction at Bank Syariah Indonesia KCP Gowa-Sungguminasa, Assurance (Guarantee) does not have a significant effect on Customer Satisfaction at Bank Syariah Indonesia KCP Gowa-Sungguminasa, Empathy (Empathy) has a positive and significant effect on Customer Satisfaction at Bank Syariah Indonesia KCP Gowa-Sungguminasa, simultaneously Tangibles (Physical Evidence), Responsiveness (Responsiveness), Realibility (Reliability), Assurance (Guarantee) and Empathy (Empathy) have a positive and significant effect on Customer Satisfaction at Bank Syariah Indonesia KCP Gowa-Sungguminasa.*

**Keywords:** *Tangibles, Responsiveness, Realibility, Assurance, Empathy, Customer Satisfaction*

---

© 2026 Published by multiplier. Selection and/or peer-review under responsibility of multiplier

## **PENDAHULUAN**

Pada era modern saat ini juga, pelaku industri dalam perbankan berlomba-lomba dalam meningkatkan pelayanannya secara optimal dan maksimal. Semua berupaya untuk memberikan kepuasan kepada para nasabahnya dengan tujuan agar dapat memenangkan persaingan antar pelaku industri. Kepuasan nasabah memiliki keterkaitan dengan kualitas layanan *frontliner* pada suatu sektor perbankan. Bank juga dituntut agar mampu memberikan pelayanan yang berkualitas dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah melalui pelayanan yang berorientasi kepada kepuasan nasabah. Jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh pegawai bank itu bagus dan akan memberikan kesan yang baik maka citra bank akan dipandang baik.

Fenomena antrian dan waktu tunggu yang lama merupakan pengalaman umum bagi nasabah bank. Dalam proses pelayanan, nasabah tidak hanya menilai kualitas pelayanan teller, tetapi juga menilai efisiensi sistem operasi bank berdasarkan kecepatan dan ketepatan waktu pelayanan. Oleh karena itu, bank perlu memperhatikan manajemen antrian dan meningkatkan efisiensi pelayanan untuk mengurangi waktu tunggu nasabah dan meningkatkan kepuasan mereka. Dengan demikian, bank dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan membangun kepercayaan nasabah.

Oleh karena itu, mendahulukan kepuasan nasabah merupakan I'tikad yang mengagumkan, sebaik apa sebuah perusahaan diajak berbisnis biasanya tergantung pada orang yang dipekerjakannya. Pengetahuan dan keahlian seorang karyawan sangat penting bagi kemampuan perusahaan untuk memenuhi harapan dan kepuasan nasabah. Nasabah adalah semua orang yang menuntut perusahaan jasa untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu dan oleh karena itu dapat memberikan pengaruh pada perusahaan, sedangkan untuk kepuasan nasabah yaitu dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan nasabah dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi atau yang disarankan.

Allah berfirman dalam Q.S.Al-Baqarah2:267 yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيهِ  
إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَعَلَّمُوا أَنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَمِيدٌ

Terjemahannya:

“wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untukmu. janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya, Maha Terpuji”.

Menurut Wyckof dan Lovelock sebagaimana yang dikutip oleh A. Usmara mengatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Ismawanto, Setianegara, Rahmani (2020) juga mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu pencapaian yang dapat dinilai langsung oleh nasabah mengenai produk dan jasa yang dihasilkan serta lingkungan yang dapat memberikan harapan yang melampaui dan memenuhi keinginan nasabah. Adapun kinerja karyawan adalah tercapainya hasil kerja yang baik secara kuantitas ataupun kualitasnya seorang pegawai dalam melaksanakan tugas dan tanggungjawabnya. Berikut ini data kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia yang disajikan dalam tabel 1 berikut.

**Tabel 1. Data Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia**

Aspek pelayanan	Tingkat kepuasan	Perlu ditingkatkan
Kecepatan Transaksi	60%	40%
Keramahan karyawan	70%	30%
Ketepatan transaksi	85%	15%
Keamanan data nasabah	90%	10%
fasilitas	80%	20%

Sumber data: Laporan Tahunan PT BANK SYARIAH INDONESIA Tbk 2024 Dan Laporan Kinerja Perbankan Tahunan 2024

Berdasarkan data, meskipun sebagian besar nasabah puas dengan pelayanan bank, masih ada beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, yaitu kecepatan transaksi dan keramahan karyawan. Dengan meningkatkan kedua aspek tersebut, bank dapat lebih meningkatkan kepuasan nasabah dan mempertahankan loyalitas mereka. Kecepatan transaksi yang lebih cepat dapat mengurangi waktu tunggu nasabah, sementara keramahan karyawan dapat membuat nasabah merasa lebih dihargai dan diprioritaskan. Dengan demikian, bank dapat memberikan pengalaman pelayanan yang lebih baik dan meningkatkan kepercayaan nasabah.

Kualitas pelayanan frontliner, khususnya aspek *tangibles* atau bukti fisik, memainkan peran penting dalam membentuk persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan bank. Bukti fisik yang baik, seperti fasilitas fisik yang modern, penampilan karyawan yang profesional, sarana komunikasi yang efektif, dan bahan promosi yang menarik, dapat memberikan kesan positif dan meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap bank. Namun, masih banyak bank yang belum memperhatikan aspek fisik pelayanan dengan baik, sehingga dapat mempengaruhi persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan. Oleh karena itu, bank perlu memperhatikan dan meningkatkan aspek *tangibles* untuk memberikan pengalaman pelayanan yang lebih baik dan meningkatkan kepuasan nasabah.

Hal juga yang terjadi di Bank Syariah Indonesia KCP Gowa-Sungguminasa menyadari pentingnya kualitas pelayanan dalam menarik dan mempertahankan nasabah. Namun, fenomena yang diamati menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di bank tersebut masih rendah dan perlu ditingkatkan. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan, terutama oleh staf *frontliner* yang berperan langsung dalam melayani nasabah. Dengan demikian, bank dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan menarik nasabah baru.

Uraian pokok permasalahan di atas, Lembaga keuangan perbankan telah menyadari pentingnya nasabah sebagai penunjang jalannya aktivitas perbankan dan peningkatan profitabilitas. Oleh karena itu, tugas utama bank adalah membenahi pelayanan untuk memberikan kepuasan kepada setiap nasabah. Namun, meskipun ada kesadaran akan pentingnya nasabah, unit kerja perbankan masih sering melakukan kesalahan dalam melayani nasabahnya, sehingga mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah. Permasalahan ini memerlukan perhatian serius dari pihak bank untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan memenuhi kebutuhan nasabah.

## METODE

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Penelitian ini dilaksanakan di Bank Syariah Indonesia KCP Gowa, di Jl.K. H. Wahid Hasyim No. 248B, Sungguminasa, Kec. Somba Opu, Kabupaten. Gowa, Sulawesi Selatan. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh nasabah pada BSI KCP Gowa-Sungguminasa sebanyak 960 nasabah. Pada penelitian ini menggunakan sampling insidental yang merupakan Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti yang dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Penentuan jumlah sampel akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Regresi Linear Berganda.

## Hipotesis

- H<sub>1</sub>: Variabel kualitas pelayanan yaitu tangibles berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.  
 H<sub>2</sub>: Variabel kualitas pelayanan yaitu responsiveness berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.  
 H<sub>3</sub>: Variabel kualitas pelayanan yaitu realibility berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.  
 H<sub>4</sub>: Variabel kualitas pelayanan yaitu assurance berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.  
 H<sub>5</sub>: Variabel kualitas pelayanan yaitu empathy berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.  
 H<sub>6</sub>: Variabel kualitas pelayanan Frontliner berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

## HASIL

### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak, karena data yang baik adalah data yang menyerupai distribusi normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-smirnov* dengan SPSS.

**Tabel 2. Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0,2145532
	Std.Deviation	1,37115644
	Absolute	0,110
Most Extreme Differences	Positif	0,106
	Negative	-0,110

	0,110
Test Statistic	0,004
Asymp. Sig. (2-tailed)	

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: data diolah (2025)

Merujuk pada data dalam tabel, diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,004 lebih kecil dari 0,05. ini menunjukkan bahwa seluruh data yang dianalisis memiliki distribusi tidak normal.

### Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresif linear berganda. Model regresif yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independent. Salah satu cara untuk mendeteksi multikolinieritas adalah dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factor*) dan tolerance.

**Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
<i>Tengibles</i> (Bukti Fisik)	0,185	5,417
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	0,214	4,678
<i>Realibility</i> (Keandalan)	0,185	5,414
<i>Assurance</i> (Jaminan)	0,170	5,869
<i>Empathy</i> (Empati)	0,273	3,669

- a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: data diolah (2025)

Melalui hasil uji multikolonieritas yang dilakukan menggunakan olah data IBM SPSS statistic diketahui pada tabel diatas, semua nilai tolerance lebih besar 0,10 dan semua nilai VIF lebih kecil dari pada 10,00. Maka menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas.

### Uji Hipotesis

#### Analisis Linear Berganda

Analisis linear berganda adalah salah satu bentuk analisis regresi linear dimana variabel bebasnya lebih dari satu. Analisis regresi adalah analisis yang dapat digunakan untuk mengukur pengaruh suatu variabel bebas terhadap variabel tidak bebasnya. Suatu metode untuk mengeta-

hui bagaimana satu atau lebih variabel bebas berhubungan dengan variabel terikat (dependen) merupakan analisis regresi linear berganda. Untuk menentukan kriteria variabel kualitas pelayanan dapat diprediksi secara parsial atau simultan oleh variabel kepuasan nasabah, beberapa analisis digunakan. Hasilnya, model regresi linear berganda diwakili oleh persamaan matematis berikut:

**Tabel 4. Regresi Linear Berganda Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	-0,642	1,225		-0,524	0,602
<i>Tengibles</i> (Bukti Fisik)	0,204	0,111	0,198	1,840	0,069
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	-0,126	0,108	-0,116	-1,165	0,247
<i>Realibility</i> (Keandalan)	0,141	0,121	0,125	1,162	0,248
Assurance (Jaminan)	0,087	0,119	0,081	0,729	0,468
Empathy (Empati)	0,719	0,098	0,651	7,367	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: data diolah (2025)

$$Y = -0,642 + 0,204X_1 - 0,126X_2 + 0,141X_3 + 0,087X_4 + 0,719X_5 + e$$

1. Konstanta sebesar -0,642 yang menunjukkan bahwa semua variabel bebas (*Tengibles*, *responsiveness*, *realibility*, *assurance* dan *empathy*) bernilai nol maka kepuasan nasabah sebesar -0,642.
2. Koefisien regresi X1 sebesar 0,204 yang menyatakan bahwa setiap peningkatan 1% pada *tengibles*, maka nilai kepuasan nasabah bertambah sebesar 0,204.
3. Koefisien regresi X2 sebesar -0,126 yang menyatakan bahwa setiap peningkatan 1% pada *responsiveness*, maka nilai kepuasan nasabah bertambah sebesar 0,126.
4. Koefisien regresi X3 sebesar 0,141 yang menyatakan bahwa setiap peningkatan 1% pada *realibility*, maka nilai kepuasan nasabah bertambah sebesar 0,141.
5. Koefisien regresi X4 sebesar 0,087 yang menyatakan bahwa setiap peningkatan 1% pada *assurance*, maka nilai kepuasan nasabah bertambah sebesar 0,087.
6. Koefisien regresi X5 sebesar 0,719 yang menyatakan bahwa setiap peningkatan 1% pada *empathy*, maka nilai kepuasan nasabah bertambah sebesar 0,719.

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi-variasi dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol sampai satu (0-1). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

**Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.894 <sup>a</sup>	0,800	0,789	1,226

a. Predictors: (Constant), Empathy (Empati), Responsiveness (Daya Tanggap), Realibility (Keandalan), Tengibles (Bukti Fisik), Assurance (Jaminan)

Sumber: data diolah (2025)

Tabel diatas menunjukkan koefisien korelasi dengan model summary, dan nilai yang diperoleh sebesar 0,894 menunjukkan korelasi yang kuat antara variabel predictor (tengibles, responsiveness, realibility, assurance dan empathy) dan variabel dependen kepuasan nasabah. Kemudian nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,789, ini menunjukkan bahwa variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen sebesar 78,9%. Sedangkan sisanya ( $100\% - 78,9\% = 21,1\%$ ) dipengaruhi oleh variabel diluar model regresi ini.

### Uji t (Uji Partial)

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independent secara individual dalam menerapkan variasi variabel dependen. Tingkat signifikan dalam penelitian ini adalah 5%. Dimana dengan asumsi jika angka probabilitas signifikansi dari lima persen ( $>5\%$ ) maka  $H_0$  ditolak, jika angka probabilitas signifikansi kecil dari lima persen ( $<5\%$ ) maka  $H_1$  diterima. Jika nilai t-hitung  $>$  t-tabel maka  $H_a$  diterima jika nilai t-hitung  $<$  t-tabel maka  $H_a$  ditolak.

**Tabel 6. Hasil Uji T**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-0,642	1,225		-0,524	0,602
	<i>Tengibles</i> (Bukti Fisik)	0,204	0,111	0,198	1,840	0,069
	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	-0,126	0,108	-0,116	-1,165	0,247

<i>Reliability</i> (Keandalan)	0,141	0,121	0,125	1,162	0,248
<i>Assurance</i> (Jaminan)	0,087	0,119	0,081	0,729	0,468
<i>Empathy</i> (Empati)	0,719	0,098	0,651	7,367	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: data diolah (2025)

1. Berdasarkan nilai signifikansi pengaruh *Tengibles* (Bukti fisik) (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y) adalah sebesar  $0,069 > 0,05$  dan nilai t-hitung  $1,840 > t$ -tabel  $1,660$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Tengibles* (Bukti fisik) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2. Berdasarkan nilai signifikansi pengaruh *Responsiveness* (Daya Tanggap) (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) adalah sebesar  $0,247 > 0,05$  dan nilai t-hitung  $-1,165 < t$ -tabel  $1,660$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Responsiveness* (Daya Tanggap) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
3. Berdasarkan nilai signifikansi pengaruh *Reliability* (Keandalan) (X3) terhadap kepuasan nasabah (Y) adalah sebesar  $0,248 > 0,05$  dan nilai t-hitung  $1,162 < t$ -tabel  $1,660$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Reliability* (Keandalan) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
4. Berdasarkan nilai signifikansi pengaruh *Assurance* (Jaminan) (X4) terhadap kepuasan nasabah (Y) adalah sebesar  $0,468 > 0,05$  dan nilai t-hitung  $0,729 < t$ -tabel  $1,660$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Assurance* (Jaminan) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
5. Berdasarkan nilai signifikansi pengaruh *Empathy* (Empati) (X5) terhadap kepuasan nasabah (Y) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  nilai t-hitung  $7,367 > t$ -tabel  $1,660$  maka  $H_1$  diterima dan  $H_a$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Empathy* (Empati) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

### Uji F (simultan)

Uji F, atau ANOVA, digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersamaan (simultan) terhadap perubahan nilai variabel dependen. Ini dilakukan dengan menguji seberapa besar perubahan nilai variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh perubahan nilai semua variabel independen. Uji F dilakukan dengan membandingkan tingkat signifikan yang ditetapkan untuk penelitian dengan nilai kemungkinan dari hasil penelitian.

**Tabel 7. Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	564,820	5	112,964	75,128	<,001 <sup>b</sup>
	Residual	141,340	94	1,504		
	Total	706,160	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Empathy (Empati), Responsiveness (Daya Tanggap), Realibility (Keandalan), Tengibles (Bukti Fisik), Assurance (Jaminan)

Sumber: data diolah (2025)

Nilai F dihitung sebesar 75,128 dan nilai sig sebesar (<0,001) sesuai dengan tabel diatas maka  $F_{hitung} > F_{tabel}$ ,  $75,128 > 1,660$ , dan nilai sig  $0,01 < 0,05$  dihasilkan dari uji F. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independent secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia kcp gowa-sungguminasa.

**Tabel 8. Hasil Pengujian Hipotesis**

Hipotesis	Pernyataan	Hasil
<b>H1</b>	<i>Tengibles</i> (Bukti Fisik) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP gowa-sungguminasa.	<b>Ditolak</b>
<b>H2</b>	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP gowa-sungguminasa.	<b>Ditolak</b>
<b>H3</b>	<i>Realibility</i> (Keandalan) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP gowa-sungguminasa.	<b>Ditolak</b>
<b>H4</b>	<i>Assurance</i> (Jaminan) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP gowa-sungguminasa.	<b>Ditolak</b>
<b>H5</b>	<i>Empathy</i> (Empati) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP gowa-sungguminasa.	<b>Diterima</b>
<b>H6</b>	<i>Tengibles</i> (Bukti Fisik), <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap), <i>Realibility</i> (Keandalan), <i>Assurance</i> (Jaminan) Dan <i>Empathy</i> (Empati) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP gowa-sungguminasa.	<b>Diterima</b>

## Pembahasan

### Pengaruh *Tengibles* (Bukti Fisik) terhadap kepuasan nasabah

Dari hasil pengolahan data dengan uji IBM SPSS 31 menunjukkan bahwa *Tengibles* (Bukti Fisik) (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) dengan nilai signifikansi 0,069 lebih besar dari 0,05 dan nilai t hitung 1,840 lebih besar dari nilai f tabel 1,660. Sehingga dapat dilihat dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa secara parsial *tengibles* (Bukti Fisik) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah sehingga  $H_0$  ditolak.

Berdasarkan hasil analisis lapangan yang dilakukan secara menyeluruh dan sistematis, dapat disimpulkan bahwa bukti fisik tidak merupakan faktor utama dalam menentukan kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Gowa-Sungguminasa. Hal ini disebabkan oleh kualitas bukti fisik yang telah dimiliki oleh bank telah memenuhi standar yang diharapkan oleh nasabah, sehingga nasabah lebih memprioritaskan kualitas layanan dan hasil yang diberikan oleh bank dalam menentukan tingkat kepuasan mereka. Kualitas layanan yang dimaksud meliputi kecepatan dan ketepatan dalam menanggapi kebutuhan dan keluhan nasabah, kemampuan bank dalam memberikan solusi yang efektif dan efisien, serta kemampuan bank dalam memahami dan memenuhi kebutuhan nasabah. Oleh karena itu, bank perlu terus meningkatkan kualitas layanan dan hasil yang diberikan kepada nasabah untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan nasabah.

Jika dikaitkan dengan teori Servqual, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi *tangibles* (bukti fisik) yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Gowa-Sungguminasa memiliki pengaruh tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat dijelaskan oleh beberapa kemungkinan, yaitu bukti fisik tidak selalu menjadi faktor utama dalam menentukan kepuasan nasabah karena nasabah lebih memperhatikan faktor lain seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati yang lebih relevan dengan kebutuhan dan harapan mereka, atau kualitas bukti fisik yang disediakan oleh bank sudah baik dan memenuhi standar yang diharapkan oleh nasabah, sehingga faktor lain seperti empati, keandalan, jaminan, dan daya tanggap menjadi lebih dominan dalam menentukan kepuasan nasabah. Dengan demikian, hasil penelitian ini sejalan dengan teori Servqual yang menyatakan bahwa kepuasan nasabah dipengaruhi oleh beberapa dimensi kualitas layanan, namun dalam konteks Bank Syariah Indonesia KCP Gowa-Sungguminasa, dimensi *tangibles* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga bank perlu lebih fokus pada peningkatan

kualitas layanan lainnya seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati untuk meningkatkan kepuasan nasabah dan mempertahankan loyalitas mereka.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Iqbal Sitompul dan Andri Soemitra (2022). Dengan hasil uji t memperoleh nilai signifikan  $0,885 > 0,05$  yang artinya bahwa variabel *tangibles* (Bukti Fisik) tidak mempengaruhi kepuasan nasabah secara signifikan. Dan hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhlis Dan Haryani (2019). Dengan hasil uji t memperoleh nilai signifikan  $0,151 > 0,05$  yang artinya bahwa variabel *tangibles* (bukti fisik) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggi Pratiwi dan Faisal Syam (2023) yang menemukan bahwa variabel *tangibles* (bukti fisik) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai sig  $0,000 < 0,05$ . Perbedaan hasil penelitian ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti perbedaan konteks penelitian, metode penelitian, atau karakteristik nasabah yang berbeda. Misalnya, penelitian Anggi Pratiwi dan Faisal Syam mungkin dilakukan pada bank yang memiliki karakteristik nasabah yang berbeda dengan Bank Syariah Indonesia KCP Gowa-Sungguminasa, sehingga hasil penelitian mereka tidak dapat digeneralisir secara langsung pada konteks penelitian ini. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk memahami lebih baik tentang hubungan antara bukti fisik dan kepuasan nasabah dalam konteks yang berbeda-beda, serta untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi hubungan antara bukti fisik dan kepuasan nasabah.

### **Pengaruh Responsiveness (Daya Tanggap) terhadap kepuasan nasabah**

Dari hasil pengolahan data dengan uji IBM SPSS 31 menunjukkan bahwa *Responsiveness* (Daya Tanggap) (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) dengan nilai signifikansi  $0,247$  lebih besar dari  $0,05$  dan nilai t hitung  $-1,165$  lebih kecil dari nilai f tabel  $1,660$ . Sehingga dapat dilihat dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa secara parsial *Responsiveness* (Daya Tanggap) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah sehingga  $H_0$  ditolak.

Dapat dilihat dari hasil objektif lapangan bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Gowa-Sungguminasa memiliki keterbatasan sumber daya, baik dari segi tenaga maupun waktu, sehingga tidak dapat menanggapi kebutuhan dan keluhan nasabah dengan cepat dan efektif. Selain itu, nasabah juga memiliki perspektif yang berbeda-beda tentang apa yang dimaksud

dengan daya tanggap yang baik, sehingga perusahaan perlu memahami kebutuhan dan harapan nasabah secara lebih baik. Oleh karena itu, daya tanggap perusahaan terhadap kebutuhan nasabah tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Namun, secara teoritis, daya tanggap yang baik dapat meningkatkan kepuasan nasabah jika perusahaan dapat menanggapi kebutuhan dan keluhan nasabah dengan cepat dan efektif. Perlu dilakukan peningkatan sumber daya dan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan daya tanggap terhadap kebutuhan nasabah, seperti dengan meningkatkan jumlah tenaga kerja, memperbaiki sistem informasi, dan meningkatkan kemampuan karyawan dalam menanggapi kebutuhan nasabah.

Jika dikaitkan dengan teori Servqual, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor lain seperti kualitas produk, harga, dan lokasi lebih dominan dalam menentukan kepuasan nasabah, sehingga dimensi *responsiveness* (daya tanggap) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Gowa-Sungguminasa perlu melakukan analisis lebih lanjut untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dan meningkatkan kualitas layanan secara keseluruhan. Dengan demikian, bank dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan mempertahankan loyalitas mereka. Bank dapat melakukan analisis SWOT untuk memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh bank, serta melakukan survei kepuasan nasabah untuk memahami kebutuhan dan harapan nasabah. Selain itu, bank juga dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan, memperbaiki harga yang kompetitif, dan meningkatkan aksesibilitas lokasi untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Iqbal Sitompul dan Andri Soemitra (2022). Dengan hasil uji t memperoleh nilai signifikan  $0,662 > 0,05$  yang artinya bahwa variabel *responsiveness* (daya tanggap) tidak mempengaruhi kepuasan nasabah secara signifikan. Dan hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhlis Dan Haryani (2019). Dengan hasil uji t memperoleh nilai signifikan  $0,150 > 0,05$  yang artinya bahwa variabel *responsiveness* (daya tanggap) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggi Pratiwi dan Faisal Syam (2023) yang menemukan bahwa variabel *responsiveness* (daya tanggap) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai sig  $0,000 < 0,05$ . Perbedaan hasil penelitian ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti perbedaan karakteristik nasabah, strategi pemasaran, kualitas layanan, serta konteks dan lingkungan

penelitian yang berbeda-beda. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk memahami lebih baik tentang hubungan antara daya tanggap dan kepuasan nasabah dalam konteks yang berbeda-beda, sehingga dapat diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah.

### **Pengaruh Realibility (Keandalan) terhadap kepuasan nasabah**

Dari hasil pengolahan data dengan uji IBM SPSS 31 menunjukkan bahwa *Realibility* (Keandalan) (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) dengan nilai signifikansi 0,248 lebih besar dari 0,05 dan nilai t hitung 1,162 lebih kecil dari nilai f tabel 1,660. Sehingga dapat dilihat dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa secara parsial *Realibility* (Keandalan) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah sehingga  $H_0$  ditolak.

Dapat dilihat dari hasil objektif lapangan bahwa keandalan dianggap sebagai faktor pendukung dalam menentukan kepuasan nasabah, artinya keandalan ini tidak secara langsung mempengaruhi kepuasan nasabah, namun dapat mempengaruhi persepsi nasabah tentang kualitas layanan bank secara keseluruhan. Dengan demikian, keandalan dapat berperan sebagai faktor yang memperkuat atau melemahkan kepuasan nasabah, tergantung pada bagaimana bank dapat memenuhi janji dan komitmennya kepada nasabah. Oleh karena itu, bank perlu memperhatikan dan meningkatkan keandalan layanan untuk mempertahankan kepercayaan dan loyalitas nasabah. Bank dapat meningkatkan keandalan layanan dengan cara memastikan bahwa layanan yang diberikan sesuai dengan janji dan komitmen yang telah dibuat, serta melakukan perbaikan terus-menerus untuk meningkatkan kualitas layanan.

Jika dikaitkan dengan teori Servqual, keandalan merupakan salah satu dimensi kualitas layanan yang sangat penting dan telah menjadi standar yang diharapkan oleh nasabah. Nasabah mengharapkan bahwa bank akan menyediakan jasa yang andal dan dapat diandalkan, seperti kemampuan untuk melakukan transaksi dengan akurat, menyelesaikan masalah dengan efektif, dan memberikan informasi yang jelas dan tepat. Jika suatu bank gagal memenuhi harapan ini, maka nasabah akan merasa tidak puas dan mungkin akan beralih ke bank lain. Oleh karena itu, bank perlu memastikan bahwa keandalan yang baik dan dapat memenuhi harapan nasabah untuk meningkatkan kepuasan nasabah dan mempertahankan loyalitas mereka. Bank dapat melakukan ini dengan cara meningkatkan sistem dan proses layanan, serta melatih karyawan untuk memberikan layanan yang andal dan efektif. Selain itu, bank juga dapat melakukan

pengukuran kinerja secara teratur untuk memastikan bahwa standar keandalan yang ditetapkan dapat dipenuhi dan terus ditingkatkan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Iqbal Sitompul dan Andri Soemitra (2022). Dengan hasil uji t memperoleh nilai signifikan  $0,027 > 0,05$  yang artinya bahwa variabel *reability* (keandalan) tidak mempengaruhi kepuasan nasabah secara signifikan. Dan hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhlis Dan Haryani (2019). Dengan hasil uji t memperoleh nilai signifikan  $0,700 > 0,05$  yang artinya bahwa variabel *reability* (keandalan) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggi Pratiwi dan Faisal Syam (2023) yang menemukan bahwa variabel *reliability* (keandalan) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai sig  $0,872 > 0,05$ . Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa keandalan dalam pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga perlu dilakukan analisis lebih lanjut untuk memahami faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Perlu diperhatikan bahwa keandalan memiliki dua aspek penting, yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan dan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang akurat dan bebas dari kesalahan. Oleh karena itu, bank perlu memperhatikan kedua aspek ini untuk meningkatkan kepuasan nasabah dan mempertahankan loyalitas mereka. Bank dapat melakukan ini dengan cara meningkatkan kemampuan karyawan, memperbaiki sistem dan proses pelayanan, serta melakukan pengukuran kinerja secara teratur untuk memastikan bahwa standar keandalan yang ditetapkan dapat dipenuhi.

### **Pengaruh *Assurance* (Jaminan) terhadap kepuasan nasabah**

Dari hasil pengolahan data dengan uji IBM SPSS 31 menunjukkan bahwa *Assurance* (Jaminan) (X4) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) dengan nilai signifikansi 0,468 lebih besar dari 0,05 dan nilai t hitung 0,729 lebih kecil dari nilai f tabel 1,660. Sehingga dapat dilihat dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa secara parsial *Assurance* (Jaminan) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah sehingga  $H_0$  ditolak.

Dapat dilihat dari hasil objektif lapangan bahwa nasabah tidak menganggap jaminan (*assurance*) sebagai faktor yang signifikan dalam menentukan kepuasan nasabah. Mereka lebih fokus pada faktor-faktor lain seperti kualitas layanan, harga, keandalan, dan kemudahan akses,

serta memiliki prioritas lain yang lebih penting daripada jaminan. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah memiliki kebutuhan dan harapan yang berbeda-beda, dan bank perlu memahami prioritas dan kebutuhan nasabah untuk meningkatkan kepuasan mereka. Oleh karena itu, bank perlu melakukan analisis lebih lanjut untuk memahami faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan nasabah dan memprioritaskan upaya untuk meningkatkan kualitas layanan, memenuhi kebutuhan nasabah, dan mempertahankan loyalitas mereka. Bank dapat melakukan ini dengan cara meningkatkan kemampuan karyawan, memperbaiki sistem dan proses pelayanan, serta melakukan pengukuran kinerja secara teratur untuk memastikan bahwa standar kualitas layanan yang ditetapkan dapat dipenuhi.

Jika dikaitkan dengan teori Servqual, jaminan (*assurance*) suatu bank tidak memiliki perbedaan yang signifikan dalam jaminan yang disediakan kepada nasabah. Artinya, jaminan yang disediakan oleh bank relatif sama dan tidak memiliki perbedaan yang mencolok, sehingga nasabah tidak dapat membedakan antara bank yang satu dengan yang lain berdasarkan jaminan yang disediakan. Kurangnya variasi dalam jaminan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, karena nasabah tidak memiliki pilihan yang beragam untuk memilih jaminan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Oleh karena itu, bank perlu meningkatkan kualitas jaminan dan membuatnya lebih unik dan berbeda dari bank lain untuk meningkatkan kepuasan nasabah dan mempertahankan loyalitas mereka. Bank dapat melakukan ini dengan cara meningkatkan kemampuan karyawan dalam memberikan jaminan yang baik, memperbaiki sistem dan proses jaminan, serta melakukan pengukuran kinerja secara teratur untuk memastikan bahwa standar jaminan yang ditetapkan dapat dipenuhi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhlis dan Haryani (2019). Dengan hasil uji t memperoleh nilai signifikan  $0,027 > 0,05$  yang artinya bahwa variabel *assurance* (jaminan) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dan hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Asti Nur Aryanti Dan Palupi Permata Rahmi (2023). Dengan hasil uji t memperoleh nilai signifikan  $0,153 > 0,05$  yang artinya bahwa variabel *assurance* (jaminan) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Iqbal Sitompul dan Andri Soemitra (2022) yang menemukan bahwa variabel *assurance* (jaminan) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai sig  $0,322 > 0,05$ . Selain itu, penelitian ini juga tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggi Pratiwi dan Faisal Syam (2023) yang menemukan bahwa variabel *assurance* (jaminan)

memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Perbedaan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh jaminan terhadap kepuasan nasabah masih belum konsisten dan perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Perlu dilakukan analisis lebih lanjut untuk memahami konteks dan kondisi yang berbeda-beda dalam penelitian-penelitian tersebut, sehingga dapat diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang peran jaminan dalam menentukan kepuasan nasabah.

### **Pengaruh *Empathy* (Empati) terhadap kepuasan nasabah**

Dari hasil pengolahan data dengan uji IBM SPSS 31 menunjukkan bahwa *Empathy* (Empati) (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) dengan nilai signifikansi 0,000 kurang dari 0,05 dan nilai t hitung 7,367 lebih besar dari nilai f tabel 1,660. Sehingga dapat dilihat dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa secara parsial *Empathy* (Empati) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah sehingga Ha diterima.

Dapat dilihat dari hasil objektif lapangan bahwa empati (*empathy*) memainkan peran penting dalam membangun hubungan yang baik antara bank dan nasabah. Ketika bank menunjukkan empati terhadap nasabah, maka nasabah merasa bahwa bank peduli dengan kebutuhan dan perasaan mereka, sehingga meningkatkan kepercayaan dan loyalitas nasabah. Empati juga membantu bank untuk memahami kebutuhan dan harapan nasabah, sehingga bank dapat memberikan layanan yang lebih personal dan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Dengan demikian, bank dapat membangun hubungan yang lebih baik dan meningkatkan kepuasan nasabah. Selain itu, empati juga dapat membantu bank untuk menangani keluhan dan masalah nasabah dengan lebih efektif, sehingga meningkatkan reputasi bank dan mempertahankan loyalitas nasabah. Oleh karena itu, bank perlu memprioritaskan empati dalam layanan mereka untuk membangun hubungan yang baik dengan nasabah.

Jika dikaitkan dengan teori Servqual, empati (*empathy*) merupakan salah satu dimensi kualitas layanan yang sangat penting dalam membangun kepuasan nasabah. Empati dapat membuat nasabah merasa dihargai dan dipahami oleh bank, sehingga meningkatkan kepercayaan dan loyalitas nasabah. Ketika nasabah merasa bahwa bank memahami kebutuhan dan perasaan mereka, maka mereka lebih cenderung untuk merasa puas dengan layanan yang diberikan dan mempertahankan hubungan dengan bank. Oleh karena itu, bank perlu memprioritaskan empati dalam layanan mereka untuk meningkatkan kepuasan nasabah dan

membangun hubungan yang baik dengan nasabah. Bank dapat melakukan ini dengan cara melatih karyawan untuk memahami kebutuhan dan perasaan nasabah, serta memberikan layanan yang personal dan sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Iqbal Sitompul dan Andri Soemitra (2022). Dengan hasil uji t memperoleh nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  yang artinya bahwa variabel *empathy* (empati) mempengaruhi kepuasan nasabah secara signifikan. Dan hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhlis Dan Haryani (2019). Dengan hasil uji t memperoleh nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  yang artinya bahwa variabel *empathy* (empati) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggi Pratiwi dan Faisal Syam (2023) yang menemukan bahwa variabel *empathy* (empati) tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai sig  $0,352 > 0,05$ . Perbedaan hasil penelitian ini mungkin disebabkan oleh beberapa faktor, seperti perbedaan dalam sampel dan populasi penelitian, metode pengumpulan data, serta konteks penelitian. Selain itu, faktor lain seperti perbedaan dalam industri, lokasi, dan budaya juga dapat mempengaruhi hasil penelitian. Misalnya, nasabah di industri perbankan mungkin memiliki harapan yang berbeda tentang empati dibandingkan dengan nasabah di industri lainnya. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi hubungan antara empati dan kepuasan nasabah, serta untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang peran empati dalam menentukan kepuasan nasabah.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan *Frontliner* terhadap Kepuasan Nasabah.**

Dari hasil pengelolaan data dengan uji IBM SPSS 31 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *frontliner* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan nilai signifikansi 0,001 kurang dari 0,05 dan nilai f hitung 75,128 lebih besar dari nilai f tabel 1,660. Sehingga dapat dilihat dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel independent berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen sehingga H6 diterima. Dari hasil uji R2 menjelaskan bahwa 78,9% variabel dependen kapuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel independent yaitu *tengibles*, *responsiveness*, *realibility*, *assurance* dan *empathy*. Sedangkan sisanya sebesar 21,1% dijelaskan oleh faktor lainnya yang tidak dimasukkan kedalam model penelitian ini.

Dapat dilihat dari hasil objektif lapangan bahwa bank perlu meningkatkan kualitas layanan secara keseluruhan untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Bank perlu memperhati-

kan beberapa faktor untuk meningkatkan kepuasan nasabah, yaitu kualitas produk yang sesuai dengan harapan nasabah, harga yang kompetitif dan transparan, serta kemudahan dalam mengakses produk atau layanan. Nasabah akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa jasa yang mereka gunakan berkualitas, harga yang mereka bayar sesuai dengan nilai yang mereka terima, dan proses mendapatkan produk atau layanan yang mudah, nyaman, dan efisien. Oleh karena itu, bank perlu memprioritaskan peningkatan kualitas layanan, pengembangan produk yang inovatif, serta penyediaan harga yang kompetitif dan transparan untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Selain itu, bank juga perlu memperhatikan faktor-faktor lain seperti kecepatan layanan, responsifitas karyawan, keamanan transaksi, dan komunikasi yang efektif untuk meningkatkan kepercayaan dan loyalitas nasabah. Dengan demikian, bank dapat membangun hubungan yang baik dengan nasabah dan meningkatkan kepuasan nasabah secara keseluruhan. Bank juga dapat melakukan survei dan analisis data untuk memahami kebutuhan dan harapan nasabah, serta melakukan perbaikan dan peningkatan layanan secara terus-menerus untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Dengan demikian, bank dapat meningkatkan loyalitas nasabah dan mempertahankan pangsa pasar yang kompetitif.

Jika dikaitkan dengan teori Servqual dapat digunakan untuk memahami bagaimana kualitas layanan mempengaruhi kepuasan nasabah. Kelima dimensi SERVQUAL, yaitu Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*), dapat mempengaruhi kepuasan nasabah dengan cara yang berbeda-beda. Bukti fisik yang baik dapat memberikan kesan yang positif tentang layanan, keandalan dapat memberikan hasil yang konsisten dan akurat, daya tanggap dapat memberikan respons yang cepat dan tepat waktu, jaminan dapat memberikan kepercayaan dan keyakinan kepada nasabah, dan empati dapat memahami dan memperhatikan kebutuhan dan perasaan nasabah. Dengan memperhatikan kelima dimensi tersebut, bank dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan mempertahankan loyalitas nasabah. Bank dapat melakukan perbaikan dan peningkatan layanan secara terus-menerus dengan memahami kebutuhan dan harapan nasabah, serta memantau dan mengevaluasi kualitas layanan yang diberikan. Dengan demikian, bank dapat meningkatkan keunggulan kompetitif dan mempertahankan pangsa pasar yang kompetitif. Oleh karena itu, penting bagi bank untuk memahami dan menerapkan teori Servqual dalam meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Iqbal Sitompul dan Andri Soemitra (2022). Dengan hasil uji F memperoleh nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  yang artinya bahwa kualitas pelayanan *frontliner* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan

nasabah. Dan hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhlis Dan Haryani (2019). Dengan hasil uji F memperoleh nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  yang artinya bahwa kualitas pelayanan *frontliner* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggi Pratiwi dan Faisal Syam (2023) yang menemukan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai sig  $0,060 > 0,05$ . Perbedaan hasil penelitian ini mungkin disebabkan oleh beberapa faktor, seperti preferensi individual, pengalaman subjektif, atau bahkan ekspektasi yang berbeda-beda dari setiap nasabah. Selain itu, faktor-faktor eksternal seperti situasi saat bertransaksi atau interaksi dengan petugas bank juga dapat memengaruhi kepuasan nasabah. Misalnya, nasabah mengalami masalah gagap teknologi dalam arti nasabah kurang mengerti dengan teknologi yang ada dalam bank atau nasabah yang merasa tidak diperlakukan dengan ramah oleh petugas bank sehingga memberikan penilaian yang lebih rendah terhadap kualitas layanan.

## SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah diteliti sebelumnya, dapat disimpulkan dari penelitian ini yaitu berdasarkan hasil pengolahan data dengan uji IBM SPSS 31, dapat disimpulkan bahwa variabel *tengibles* (Bukti Fisik) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan nilai signifikansi sebesar  $0,069$  yang lebih besar dari  $0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa bank telah memenuhi standar minimum dalam hal bukti fisik, sehingga tidak ada perbedaan signifikan dalam kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan uji IBM SPSS 31, dapat disimpulkan bahwa variabel *responsiveness* (Daya Tanggap) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan nilai signifikansi sebesar  $0,247$  yang lebih besar dari  $0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa nasabah tidak terlalu peduli dengan kecepatan dan ketepatan dalam menanggapi kebutuhan dan keluhannya, sehingga daya tanggap tidak menjadi faktor penentu dalam kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan uji IBM SPSS 31, dapat disimpulkan bahwa variabel *realibility* (Keandalan) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan nilai signifikansi sebesar  $0,248$  yang lebih besar dari  $0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa nasabah telah memiliki kepercayaan yang kuat terhadap bank sebagai lembaga keuangan yang

dapat diandalkan, sehingga keandalan tidak menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah secara signifikan.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan uji IBM SPSS 31, dapat disimpulkan bahwa variabel *assurance* (Jaminan) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan nilai signifikansi sebesar 0,729 yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah telah memiliki prioritas lain yang lebih penting daripada jaminan, sehingga jaminan tidak menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah secara signifikan.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan uji IBM SPSS 31, dapat disimpulkan bahwa variabel *empathy* (Empati) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa empati merupakan faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil pengolahan data, dapat disimpulkan bahwa variabel independen (kualitas pelayanan *Frontliner*) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Gowa-Sungguminasa, dengan nilai sig  $0,01 < 0,05$ . Selain itu, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan *Frontliner* memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan nasabah, yaitu sebesar 78,9% (nilai *R Square* = 0,789). Artinya, kualitas pelayanan *Frontliner* merupakan faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan nasabah, sedangkan 21,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Dengan demikian, Bank Syariah Indonesia KCP Gowa-Sungguminasa perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan *Frontliner* untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan nasabah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Fandi, 'Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya', 2019, 114
- Agama RI, Kementrian, Al-Hufaz Al-Qur'an Hafalan Mudah (Cordoba, 2021)
- ANA Syukriyah, "Analisis Heteroskedastisitas Pada Regresi Linier Berganda", 2011, 28.'
- Andri, S., Afrizal, Amin, al jawi, Juliana, N., Iskandar, M., & Sugianto., 'Factor Analysis of Reliability , Responsiveness , Assurance , Empathy and Tangibles To Satisfaction and Sharia Bank Customer Loyalty ( Case Study of Islamic Commercial Banks in North Sumatera Province , Indonesia ).', 2021
- Ardiyanto and others, "Faktor-Faktor Demografi Yang Berdampak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Badan (UMKM) Di Kota Palembang", Jurnal Riset Terapan Akuntansi, 2.2

(2018), 101–15.’

Arif Munandar Dan Nurma Sari, ‘Pengaruh Religiusitas, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Pada PT Bankaceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam’, 2019

Cruisietta Kaylana and Sri Yanthy, “Pengaruh Green Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Indonesia”, *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 10.1 (2020), 1–9.’

Fandi, Achmad, ‘Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya’, *Ekonomi Islam*, 2019, 113

Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, ‘Service, Quality & Satisfaction (Yogyakarta: Andi Offset, 2005)’, 2005, 180.

Fikri Aulawi Rusmahafi, Ririn Wulandari, ‘The Effect of Brand Image, Service Quality, and Customer Value on Customer Satisfaction’, 2020

Humayroh, Riza, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner, Mobile Banking Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Malang’, 2022

Indrayani, Indrayani, and Khairunnisa Khairunnisa, “Analisis Pengukuran Kinerja Dengan Menggunakan Konsep Value For Money Pada Pemerintah Kota Lhokseumawe:(Studi Kasus Pada DPKAD Kota Lhokseumawe Periode 2014-2016).”’, *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2018, 1-10.

Iqbal Sitompul Dan Andri Soemitra, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah.’, 2022

Ismail, Taufik, ‘Analisis Website Program Kreativitas Mahasiswa (PKM Center) Universitas Ahmad Dahlan Menggunakan WebQual 4.0. MATRIK’:’, *Jurnal Manajemen, Teknik Informatika Dan Rekayasa Komputer*, 2021, 325-334.

Ismawanto, T., Setianegara, R. G., & Rahmani, S., ‘Pengaruh Kualitas Dan Kinerja Karyawan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Balikpapan Sudirman Unit Klandasan.’, *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 16(1), (2020), 1-11.

Laporan Tahunan Pt Bank Syariah Indonesia Tbk’, 2024

M. Quraish Shihab, ‘Tafsir Al-Mishbah Jilid 1: “Pesan, Kesan, Dan Keserasian Al-Qur’an”’. Jakarta: Lentera Hati’, 2002

M. Quraish Shihab, ‘Tafsir Al-Mishbah Jilid 7: “Pesan, Kesan, Dan Keserasian Al-Qur’an”’. Jakarta: Lentera Hati’, 2002

Miftachul ulum, ‘, “B u k u Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas”, Buku Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas, 2016, 67.’

Mita Medina Dalimunthe, ‘Pengaruh Servicecape Dan Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Bank Muamalat Kcu Padangsidempuan).’, 2023

Nanda Fitriani, ‘Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah

- Pada Bank Syariah.’, 2020
- Nurbaiti, Muslimatul, H., & Nia, A., ‘The Effect of Purchases on Comparison and Level of Service Quality in the E-Commerce Web Area ( Case Study of Tokopedia and Bukalapak ).’, 2021
- Pujiati, ‘‘Sumber Data Penelitian: Jenis, Bentuk, Metode Pengumpulan’’, 2024 <<https://Penerbitdeepublish.Com/Sumber-Data-Penelitian/>>.’
- Putri Shakinah, Mustafa Kamal Rokan Dan M. Ikhsan Harahap, ‘Pengaruh Servicescape Dan Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Amanah Bangsa Sidamanik’, 2024
- Rahayu, E. S. R., & Hasibuan, Z. A., ‘Identification of Technology Trend on Indonesian Patent Documents and Research Reports on Chemistry and Metallurgy Fields.’, 2020
- Reni, Dewi, Siri Asmawati, ‘Kualitas Pelayanan Frontliner Dan Kepuasan Nasabah’, *Islaminomic*, 7.2 (2020)
- Ria Octavia, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Index Lampung’, *Manajemen Pemasaran*, 2019, 36
- Rully Desthian Pahlephi, ‘Data Primer: Pengertian, Fungsi, Contoh, Dan Cara Mendapatkannya’, 2022 <<https://Www.Detik.Com/Bali/Berita/d-6422332/Data-Primer-Pengertian-Fungsi-Contoh-Dan-Cara-Mendapatkannya>>.’
- Sagawidy Putri Mantika, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner, Nilai Nasabah Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Wilayah Jabodetabek’, 2021, 16–19
- Santoso Slamet, ‘Statistika Ekonomi Plus Aplikasi SPSS (Ponorogo: Umpo Press, 2013).’
- Sari, Yolanda, ‘Kualitas Pelayanan Frontliner Pada BPRS Rajasa Kantor Kas Kalirejo Lampung Tengah Terhadap Kepuasan Nasabah.’, 2020
- Satria Artha and Rita Intan, ‘, ‘Pengaruh Penerapan Standar Operasional Prosedur Dan Kompetensi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Divisi Ekspor Pt. Dua Kuda Indonesia’’, *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 11.1 (2021), 38–47 <<https://Doi.Org/10.35968/m-Pu.V11i1.600>>.’
- Setiawati, ‘‘Analisis Pengaruh Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Di BEI’’, *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1.8 (2021), 1581–90.’
- Sugiyono, ‘Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&B. Bandung: Alfabeta.’, 2012
- Sugiyono, ‘Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D’, *Bandung:Alfabeta*, 2014
- Sugiyono, ‘Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.’, 2017
- Tiara Ramadyani, ‘Pengaruh Pelayanan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Aceh Syariah KCP Seutui’, 2021
- Tjiptono, F., ‘Brand Registration and Usage in Selected FMCG Markets in Indonesia 1914 to 2007: A Study of Brands and Branding in a Transitional Economy (Doctoral Dissertation,

UNSW Sydney).’, 2011

- Totok Ismawanto, R. Gunawan Setianegara, Safirda Rahmani, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Karyawan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Balikpapan Sudirman Unit Klandasan’, *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, 16.1 (2020)
- Wirdayani Wahab, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian Syariah Di Kota Pekanbaru. Al-Masraf’., *Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, 2017, 27-41.
- Yopiannor, F. Z., & Yasin, N., ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Front Liner Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah Di Bank Muamalat Cabang Palangka Raya: Influence of Front Liner Service Quality to Customer Satisfaction of Syariah Banking in Bank Muamalat Palangka Raya Branch. Pencerah’, 3 (2016), 1–4
- Yuniana Cahyaningrum, ‘Analisis Kepuasan Mahasiswa Terhadap Layanan Pendidikan Di Program Studi Kriya ISI Surakarta Dengan Metode SERVQUAL’, *Journal of Computer Engineering, System and Science*, 10 (2025), 176–87