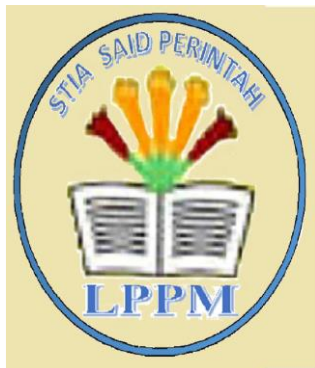

Public Policy;
Jurnal Aplikasi
Kebijakan Publik dan Bisnis

Peran Kualitas Pelayanan
Frontliner, Mobile Banking dan
Kepercayaan Terhadap
Kepuasan Nasabah

Lailatul Kamilah Arifin ¹⁾
Ahmad Majdi Tsabit ²⁾

^{1,2} Institut Ilmu Keislaman Annuqayah
Sumenep, Jawa Timur, Indonesia
ahmadmajdi1986@gmail.com



LPPM STIA Said Perintah

Volume 4, No. 2, September 2023

<https://stia-saidperintah.e-journal.id/ppj>

Received; 2023 - 09 - 19

Accepted; 2023 - 09 - 28

Published; 2023 - 09 - 30

Abstract

The purpose of this study was to test and analyze the impact of frontliner service quality, mobile banking, and trust on customer satisfaction of BSI KCP Sumenep. This study uses a quantitative approach with a sample size of 100 respondents. The analytical tool used is multiple linear regression analysis which is preceded by a description of the research data, validity and reliability tests, classical assumption tests, and hypothesis testing. Data processing is done by utilizing the SPSS statistic 26 program. The results showed that the variable service quality of frontliner services, mobile banking, and trust partially and simultaneously had a positive and significant impact both partially and simultaneously on customer satisfaction BSI KCP Sumenep.

Keywords : Frontliner Service Quality, Mobile Banking, Trust, Customer Satisfaction

Pendahuluan

Masyarakat Indonesia merupakan masyarakat muslim terbesar di dunia namun meskipun demikian, kehadiran bank yang berdasarkan syariah di Indonesia masih relatif baru. Bank Muamalat Indonesia pertama berdiri di tahun 1991 dan memulai kegiatan operasinya pada bulan Mei 1992. Prakarsa untuk mendirikan bank syariah di Indonesia dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada 18-19 Agustus 1990. Namun diskusi tentang bank syariah sebagai basis ekonomi Islam sudah mulai dilakukan pada awal tahun 1980 (Kasmir, 2015).

Bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Dimana segala kegiatan yang ada di dalamnya beroperasi sesuai dengan ketentuan-ketentuan Al-Quran dan Hadits yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan syariah Islam khususnya yang berhubungan dengan tata cara bermuamalah secara Islam (Karmaen Perwataatmadja dan Syafi'i Antonio, 1992). Pengertian Bank Syariah menurut pasal 1 butir 1 Undang-undang nomor 7 tahun 1992 adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Sofyan S. Harahap 2010).

Di era persaingan bisnis yang ketat seperti saat ini, Bank Syariah Indonesia (BSI) dituntut untuk memberikan kepuasan yang maksimal kepada nasabah. Salah satunya dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat bukan hanya instansi yang berlandaskan syariah saja yang bersaing di pasar perbankan tetapi juga bank konvensional (Dedi W. & Agus Salim, 2021). Oleh karena itu, bank syariah harus memberikan pelayanan terbaik sehingga dapat memberikan kepuasan pada setiap nasabah.

Dalam praktiknya apabila nasabah puas atas pelayanan yang diberikan, maka ada dua keuntungan yang diterima oleh perusahaan, yaitu nasabah yang lama akan tetap dapat dipertahankan, dan yang kedua nasabah lama akan menular kepada nasabah baru dengan berbagai cara sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah (Kasmir, 2012). Menurut Rianto kepuasan nasabah adalah hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Kemudian harapan tersebut dibandingkan dengan kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk atau jasa tersebut (Arif & Rianto, 2010).

Hasil kajian empiris oleh Riza Humayroh, (2022) membuktikan bahwa kepuasan nasabah dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas pelayanan *frontliner, mobile banking* dan kepercayaan. Hasil kajian empiris lainnya oleh Ardiansyah Japlani, dkk, (2020) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Diana Sintiya, (2020) juga menyatakan bahwa *mobile banking* dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sejalan dengan hasil kajian empiris diatas, Sri Nawangsari, (2020) juga menyatakan bahwa *mobile banking* dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil tersebut juga didukung oleh Devi Febrianti, dkk, (2022) yang juga mengakui bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Pernyataan hasil kajian empiris diatas tidaklah mutlak memberi gambaran bahwa faktor *mobile banking* dan kepercayaan memiliki dampak yang baik terhadap kepuasan nasabah. Pernyataan ini didasari oleh hasil kajian empiris yang justru menunjukkan hasil yang bertolak belakang dengan hasil kajian empiris diatas. Hasil kajian Dwi Listyowati dkk, (2022) membuktikan bahwa layanan *mobile banking* tidak berdampak terhadap kepuasan nasabah. Hasil kajian lainnya oleh Thalia Claidia Mawey, (2018) berhasil membuktikan bahwa tingkat kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank. Hasil ini juga didukung oleh hasil kajian Faradila Meida, (2022) yang juga mengakui bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Gambaran hasil kajian-kajian empiris diatas menunjukkan bahwa terdapat hasil penelitian empiris tersebut yang saling bertentangan atau dapat dikatakan memiliki ambivalensi hasil penelitian. Temuan inilah yang merupakan celah penelitian (*research gap*) kajian ini yang oleh Agusty, (2014) dikatakan bahwa dapat dimasuki peneliti untuk dikaji lebih lanjut.

Berdasarkan pemaparan diatas maka kajian ini lebih dikhususkan untuk mereplikasi dan mengembangkan model kajian-kajian empiris diatas. Pengembangannya difokuskan pada penggabungan beberapa model konseptual kajian empiris dengan harapan dapat minimal dapat mereduksi celah penelitiannya. Selanjutnya tujuan kajian ini adalah untuk menguji dan menganalisis dampak kualitas pelayanan, *mobile banking* dan kepercayaan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan nasabah.

Kerangka Teoritis dan Pengembangan Hipotesa Penelitian

Teori dasar dari kepuasan yang diadopsi dalam kajian ini adalah *Cognitive Dissonance Theory* yang menjelaskan bahwa konsumen akan berpersepsi positif jika kinerja produk atau jasa adalah lebih tinggi dari harapan konsumen dan sebaliknya. Teori ini menggambarkan kepuasan konsumen sebagai evaluasi berdasarkan pengalaman menggunakan produk/jasa yang diperoleh konsumen. Philip Kotler, (1997) mengatakan bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk atau jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan. Pengertian lain dari kepuasan adalah hasil penilaian konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang (Hendi Irawan, 2002). Menurut Fandy Tjiptono, (2016) terdapat lima faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan seorang konsumen yaitu; kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya dan kemudahan.

Kualitas merupakan seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun tersirat (Philip Kotler, 2009). Pelayanan merupakan proses bantuan yang diberikan kepada orang lain dengan cara-cara tertentu yang memerlukan kepekaan dan hubungan interpersonal agar terciptanya kepuasan dan keberhasilan (Philip Kotler dan Kevin Lane, 1999). Sedangkan *frontliner* atau yang biasa dikenal *dengan front office* merupakan bagian-bagian organisasi dimana karyawan secara langsung melayani nasabah (Malayu dan Hasibuan, 2008). Maka jika dikaitkan dengan dunia perbankan, dapat dikatakan bahwa *frontliner* adalah barisan paling depan yang berperan dalam aktivitas utama sebuah bank. Dengan kata lain merupakan staf yang berhubungan langsung dengan nasabah (*quest contact*). Petugas *frontliner* yang dimaksud terdiri *dari customer service* dan *teller* serta *security*. Berdasarkan pendekatan *Service Quality (Servqual)* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zeithaml, (2014) mengungkapkan ada 5 dimensi yang paling dominan penentu kualitas pelayanan dari konsep *servqual* yaitu; *tangibles* (bukti langsung), *reability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati).

Mobile banking adalah sebuah fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti *handphone* dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali

mengambil uang *cash* (Rian Maulana, 2018). *Mobile banking* memberi kemudahan bagi nasabah untuk melakukan pengecekan saldo tabungan, membayar tagihan maupun melakukan transfer dana ke rekening yang lain. Nasabah tidak perlu lagi datang dan antre ke kantor cabang perbankan atau mesin ATM untuk melakukan berbagai transaksi itu. Dengan *mobile banking* segalanya bisa dilakukan dengan sangat mudah dalam satu genggam tangan (David Kurniawan dan Hatane Samuel, 2013). Menurut Clarke yang dikutip dari Indah, (2016), *M-banking* memiliki beberapa dimensi, diantaranya ialah: *security* (keamanan), *easy of use* (kemudahan) dan *application system* (sistem aplikasi).

Sumarwan, (2011) menjelaskan bahwa kepercayaan konsumen merupakan pengetahuan konsumen yang menyangkut suatu produk yang memiliki berbagai atribut, dan manfaat dari berbagai atribut tersebut. Sedangkan kepercayaan atau *trust* menurut Priansa, (2017) adalah kepercayaan pihak tertentu terhadap pihak lain atau instansi dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut dapat mengerjakan segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan. Priansa, (2017) juga menjelaskan ada 3 (tiga) elemen yang membangun kepercayaan yaitu; *benevolence* (niat baik) *integrity* (integritas) dan *competence* (kompetensi).

Pengembangan Hipotesis Penelitian

Pengembangan hipotesis penelitian ini didasarkan pada *Cognitive Dissonance Theory* dan juga oleh hasil kajian-kajian empiris yang relevan dengan topik kajian ini seperti yang diuraikan berikut ini. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Iqbal Sitompul, (2016) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *frontliner* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil ini sejalan dengan hasil kajian lainnya oleh Riza Humayroh, dkk, (2022); Farid Zaky Yopiannor, (2016) dan Sella Salim, (2023). Berdasarkan hal ini maka hipotesis yang diajukan dalam kajian ini adalah;

Hipotesis ₁ ; Kualitas pelayanan *frontliner* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Sumenep.

Selanjutnya dampak *mobile banking* didasari oleh hasil kajian empiris oleh Sri Nawangsari, (2020); Diana Sintiya, (2020); Ardiansyah Japlani, (2020) dan Riza Humayroh (2022) yang menunjukkan bahwa *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan hal ini maka hipotesis yang diajukan dalam kajian ini adalah;

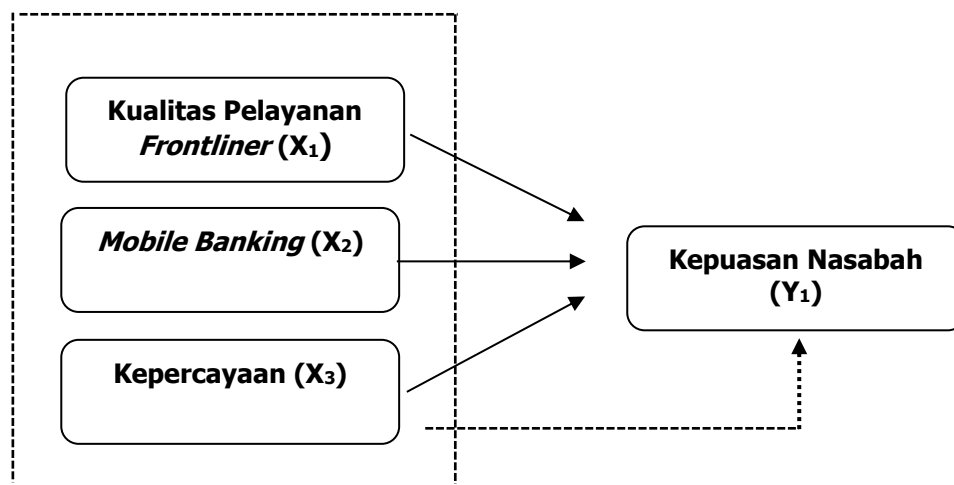
Hipotesis₂ ; *Mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Sumenep.

Hasil kajian oleh Ardiansyah Japlani, (2020); Diana Sintiya, (2020); Sri Nawangsari, (2020) dan Devi Febrianti, (2022) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Selanjutnya hasil kajian oleh Riza Humayroh, (2022) membuktikan bahwa kepuasan nasabah dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas pelayanan *frontliner, mobile banking* dan kepercayaan. Berdasarkan hal ini maka hipotesis yang diajukan dalam kajian ini adalah;

Hipotesis₃ ; Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Sumenep.

Hipotesis₄ ; Kualitas pelayanan *frontliner, mobile banking* dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Sumenep.

Berdasarkan hipotesis yang telah dikembangkan di atas maka model penelitian yang dapat diajukan dapat dilihat pada kerangka konseptual di bawah ini.



Keterangan;

—————> ; Pengaruh Parsial

-----> ; Pengaruh Simultan

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan sumber data primer. Populasi dalam penelitian ini ialah seluruh nasabah BSI KCP Sumenep. Namun karena sulitnya menentukan jumlah populasi keseluruhan, maka pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan menggunakan *sampling incidental*, yaitu dengan proses pengambilan data secara langsung melalui penyebaran kuesioner pada responden. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 21 Mei – 05 Juni 2023. Berdasarkan pengambilan sampel tersebut maka ditentukanlah jumlah responden dalam penelitian ini, yaitu berjumlah 100 responden.

Adapun definisi operasional dan pengukuran variabel dalam penelitian ini sebagai berikut; (1) Kualitas pelayanan *frontliner* merupakan pengukuran dari setiap pelayanan yang diberikan oleh karyawan yang secara *face to face* melayani segala kebutuhan dan membantu memberikan solusi pada setiap permasalahan yang dihadapi nasabah di sebuah instansi. Variabel ini diukur dengan lima item pernyataan yang diadopsi dari Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry., (2014) yaitu *tangibles, reability, responsiveness, assurance* dan *emphaty*. (2) *Mobile banking* adalah salah satu jasa pelayanan perbankan yang disediakan oleh bank termasuk bank syariah agar nasabah dapat bertransaksi setiap saat tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan. Variabel ini diukur dengan tiga item pernyataan yang diadopsi dari Indah., (2016) yaitu *trust, easy of use* dan *information quality*. (3) kepercayaan konsumen merupakan pengetahuan konsumen yang menyangkut suatu produk yang memiliki berbagai atribut, dan manfaat dari berbagai atribut tersebut. Variabel ini diukur dengan tiga item pernyataan yang diadopsi dari Priansa, (2017) yaitu; *benevolence, integrity* dan *competence*. (4) Kepuasan adalah hasil penilaian konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Variabel ini diukur dengan tiga item pernyataan yang diadopsi dari Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, (2016) yaitu; kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya dan kemudahan. Untuk mengetahui hasil dari penyebaran angket dan kuesioner yang telah disebar, maka dalam penelitian ini menggunakan skala likert 1-5, yaitu dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju yang bertujuan untuk mengukur hasil dari keempat variabel yang telah ditentukan. Metode yang

digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda yang didahului oleh deskripsi data penelitian, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji Hipotesis. Sedangkan untuk pengolahan data menggunakan program SPSS *statistic 26*.

Pembahasan Hasil Penelitian

Responden pada penelitian ini berjumlah 100 responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan serta lamanya menjadi nasabah di KCP. BSI Sumenep. Secara lengkap dapat dilihat pada tabel karakteristik responden berikut ini.

Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah	%
Gender	Pria	50	50,0
	Wanita	50	50,0
Umur	18-30 tahun	54	54,0
	31-40 tahun	25	25,0
	41-50 tahun	21	21,0
Pendidikan Terakhir	MA/SMA/SMK	30	30,0
	Diploma	1	1,0
	Sarjana	69	69,0
Lama Menjadi Nasabah	1-9 bulan	27	27,0
	1-2 tahun	73	73,0

Sumber; Hasil pengolahan data penelitian, (2023)

Informasi berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia antara 18-30 tahun dengan tingkat pendidikan terakhir sederajat SMA dan lama menjadi nasabah antara 1-2 tahun.

Selanjutnya uji instrument penelitian ini dilakukan melalui uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas menggunakan perbandingan hasil uji korelasi *product moment* dan uji reliabilitas menggunakan hasil *Cronbach's Alpha* dengan hasil berikut ini.

Uji Validitas dan Reabilitas

Variabel	Item	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha
Kualitas Pelayanan Frontliner (X ₁)	X1.1	.357	.830
	X1.2	.715	
	X1.3	.533	
	X1.4	.329	
	X1.5	.516	
	X1.6	.497	
	X1.7	.457	
	X1.8	.401	
	X1.9	.356	
	X1.10	.715	
	X1.11	.715	
Mobile Banking (X ₂)	X2.1	.570	.854
	X2.2	.637	
	X2.3	.630	
	X2.4	.444	
	X2.5	.665	
	X2.6	.590	
	X2.7	.326	
	X2.8	.300	
	X2.9	.565	
	X2.10	.652	
	X2.11	.652	
Kepercayaan (X ₃)	X3.1	.528	.805
	X3.2	.523	
	X3.3	.640	
	X3.4	.402	
	X3.5	.528	
	X3.6	.334	
	X3.7	.373	
	X3.8	.596	
	X3.9	.640	
Kepuasan (Y)	Y1.1	.394	.909
	Y1.2	.352	
	Y1.3	.633	
	Y1.4	.544	
	Y1.5	.528	
	Y1.6	.531	
	Y1.7	.441	
	Y1.8	.474	
	Y1.9	.462	
	Y1.10	.797	
	Y1.11	.741	
	Y1.12	.746	
	Y1.13	.797	
	Y1.14	.741	
	Y1.15	.746	

Sumber; Data primer yang diolah dengan SPSS 26, (2023)

Berdasarkan informasi pada tabel di atas dapat dilihat bahwa seluruh nilai r hitung pada variabel kualitas pelayanan *frontliner*, *mobile banking*, kepercayaan dan kepuasan $>$ dari nilai r tabel (0,1966), sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item dari masing-masing variabel dikatakan valid dan layak digunakan karena telah memenuhi persyaratan uji validitas (Sugiyono, 2014). Sedangkan untuk data dapat dikatakan reliabel apabila hasil *cronbach's alpha* $>$ 0,60. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa nilai *cronbach's alpha* dari masing-masing kualitas pelayanan *frontliner*, *mobile banking*, kepercayaan dan kepuasan $>$ 0,60. maka dapat diartikan bahwa semua item dari masing-masing kuesioner yang digunakan dikatakan reliabel.

Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang dimulai dengan uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan hasil berikut ini.

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		<i>Unstandardized Residual</i>
N		100
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	3.63135578
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.073
	<i>Positive</i>	.073
	<i>Negative</i>	-.054
	<i>Test Statistic</i>	.073
	<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	.200c,d

Sumber; Data primer yang diolah dengan SPSS 26, (2023)

Nilai *Asymp Sig.* 0,200 $>$ 0,05 pada tabel di atas menunjukkan bahwa semua data pada masing-masing variabel terdistribusi normal. Uji selanjutnya adalah uji multikolinieritas yang dilakukan dengan membandingkan nilai *Tolerance* dan VIF dengan hasil sebagai berikut.

Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
1 (<i>Constant</i>)			
X ₁	0.793 $>$ 0,1	1.262 $<$ 10	Tidak terjadi multikolinieritas
X ₂	0.693 $>$ 0,1	1.443 $<$ 10	
X ₃	0.651 $>$ 0,1	1.536 $<$ 10	

a. *Dependent Variable: Y*

Sumber; Data primer yang diolah dengan SPSS 26, (2023)

Tabel di atas menunjukkan bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,10 dan nilai VIF serta menunjukkan bahwa tidak ada data yang lebih dari 10 sehingga dapat dikatakan tidak terjadi multikolonieritas. Uji selanjutnya adalah uji autokorelasi yang dilakukan melalui menggunakan uji *Dublin Watson* dengan hasil berikut ini.

Uji Autokorelasi

Model	Du	DI	Durbin-Watson	Keterangan
1	1,7364	1,6131	1.854	Tidak terjadi autokorelasi

a. Predictors:
(Constant),
 X_1, X_2, X_3

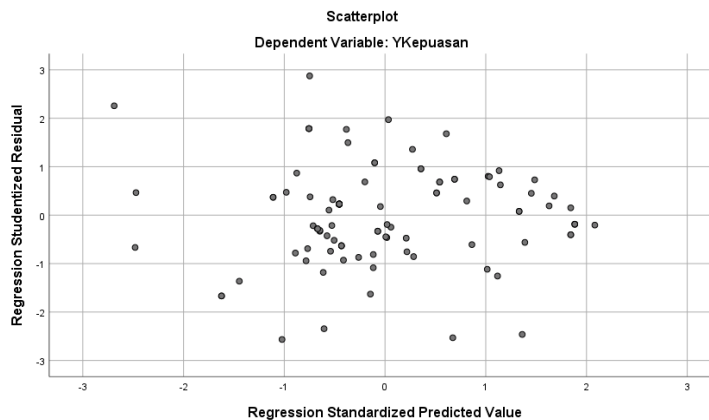
b. Dependent
Variable: Y

Sumber; Data primer yang diolah dengan SPSS 26, (2023)

Berdasarkan hasil uji pada tabel yang disajikan, dengan jumlah data sebanyak 100, nilai sig 5% dan jumlah variabel 3, maka didapat nilai di sebesar 1,6131 dan du sebesar 1,7364, nilai DW dari tabel di atas sebesar 1,854, oleh karena itu, hasil dari uji autokorelasi adalah $1,7364 < 1,854 < 2,2636$ (2,2636 hasil dari $4-1,7364$) sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

Selanjutnya dilakukan uji heteriokedastisitas dengan menggunakan tampilan grafik *scatter plot* seperti yang terlihat dibawah ini.

Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS 26, (2023)

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa, titik yang menyebar tidak beraturan, maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Selanjutnya dalam upaya untuk menjawab masalah dan tujuan penelitian maka dilakukan analisis regresi linier berganda dengan hasil sebagai berikut.

Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Standart Error
1 (Constant)	7.019	5.238
X ₁	0.284	0.113
X ₂	0.792	0.082
X ₃	0.213	0.106

a. Dependent Variable: Y

Sumber; Data primer yang diolah dengan SPSS 26, (2023)

Berdasarkan tabel diatas model linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;

$$Y = 7,019 + 0,284 X_1 + 0,792 X_2 + 0,213 X_3 + e$$

Uji Parsial (Uji t)

Model	t hitung	t tabel	Sig.	Keterangan
1 (Constant)	1.340			
X ₁	2.503	1,660	0.014 < 0,05	Berpengaruh
X ₂	9.624	1,660	0.000 < 0,05	(secara parsial)
X ₃	2.015	1,660	0.047 < 0,05	

a. Dependent Variable: Y

Sumber; Data primer yang diolah dengan SPSS 26, (2023)

Taraf signifikansi 0,05 diperoleh nilai t hitung pada variabel kualitas pelayanan *frontliner* sebesar 2,503, *mobile banking* sebesar 9,624 dan kepercayaan sebesar 2,015. Adapun kriteria pengujiannya yaitu jika nilai t hitung > t tabel dan nilai signifikansi < 0,05 maka ada pengaruh antara variabel independen dengan dependen, begitupun sebaliknya.

Uji Simultan (Uji F)

Model	f hitung	ftabel	Sig.	Keterangan
1 Regression	69.381	2,70	0.000 ^b < 0,05	Berpengaruh
Residual				(secara simultan)

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X₁, X₂, X₃

Sumber; Data primer yang diolah dengan SPSS 26, (2023)

Tabel ini menunjukkan bahwa F hitung sebesar 69,381 > F tabel 2,70. Sedangkan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara siltultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

Uji Determinasi (Uji R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Standart Error Of the Estimate
1	.827 ^a	.684	.674	3.68766

Sumber; Data primer yang diolah dengan SPSS 26, (2023)

Hasil uji R² Determinasi pada penelitian ini diperoleh nilai sebesar 0,674 hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah di pengaruhi kualitas *pelayanan frontliner, mobile banking* dan kepercayaan sebesar 67,4% sedangkan sisanya sebesar 32,6% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Berdasarkan hasil analisis dan deskripsi yang telah dilakukan dapat dijelaskan sebagai berikut: variabel X₁ kualitas pelayanan *frontliner* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y (kepuasan nasabah) di BSI KCP Sumenep, dengan nilai t hitung > t tabel (t hitung 2,503 > t tabel 1,660) dan nilai signifikansi 0,014 < 0,05. Kualitas pelayanan *frontliner* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dikarenakan dalam sebuah instansi terutama yang bergerak di bidang jasa, semakin maksimal pelayanan yang diberikan maka kepuasan nasabah akan semakin meningkat.

Variabel X₂ *mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y (kepuasan nasabah) di BSI KCP Sumenep, dengan nilai t hitung > t tabel (t hitung 9,624 > t tabel 1,660) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. *Mobile banking* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dikarenakan *mobile banking* merupakan salah satu layanan bank yang paling banyak dan paling sering digunakan oleh nasabah, semakin baik layanan yang diberikan semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan nasabah .

Variabel X₃ kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y (kepuasan nasabah) di BSI KCP Sumenep, dengan nilai t hitung > t tabel (t hitung 2,015 > t tabel 1,660) dan nilai signifikansi 0.047 < 0,05. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah hal itu dikarenakan kepercayaan nasabah terhadap sebuah instansi sangatlah penting, jika nasabah memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap sebuah instansi,

maka nasabah tersebut tidak akan berpaling pada instansi lain. Bahkan nasabah tersebut akan menarik nasabah lain untuk menggunakan produk atau jasa instansi tersebut.

Variabel kualitas pelayanan *frontliner*, *mobile banking* dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y (kepuasan nasabah) di BSI KCP Sumenep. Dengan memiliki nilai f hitung 69,81 dengan nilai signifikansi 0,000. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan *frontliner*, *mobile banking* dan kepercayaan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Penutup

Kesimpulan dan Rekomendasi

Temuan hasil kajian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan *frontliner*, *mobile banking* dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah BSI KCP Sumenep baik secara parsial maupun secara simultan. Hasil ini membuktikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan *frontliner*, *mobile banking* dan kepercayaan yang dipersepsikan berdasarkan pengalaman nasabah menggunakan jasa oleh di BSI KCP Sumenep akan juga diikuti oleh peningkatan tingkat kepuasan nasabah tersebut.

Selanjutnya temuan berdasarkan hasil kajian ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan merupakan variabel dengan kontribusi pengaruh paling kecil diantara variabel prediktor lainnya. Sehingga berdasarkan temuan tersebut disarankan agar pihak melakukan program-program dalam membangun dan mempertahankan tingkat kepercayaan nasabah BSI KCP Sumenep. Program dimaksud dapat diwujudkan melalui; 1). Program penguatan sistim keamanan perbankan melalui sistim informasi teknologi dan digitalisasi terkait masalah kemanan, 2). Membangun dan membudayakan sistim komunikasi yang cepat dan tepat ke publik khususnya jika terjadi masalah dan 3). Memberikan perhatian secara lebih khusus kepada dimensi-dimensi *servqual* melalui tindakan pengukuran dan evaluasi dimensi tersebut secara berkelanjutan.

Rekomendasi lainnya adalah terkait keterbatasan kajian ini yang hanya melakukan investigasi pada BSI KCP Sumenep. Diharapkan penelitian yang akan datang melakukan penelitian pada BSI secara lebih luas (dalam provinsi atau bahkan di Indonesia). Peneliti juga merekomendasikan agar peneliti selanjutnya akan menyertakan variabel lain yang tidak

dikaji dalam kajian ini. Harapannya agar justifikasi tingkat kepuasan nasabah BSI di Indonesia dapat digeneralisasi secara lebih baik.

Daftar Pustaka

- Agusty Ferdinand, (2014) Metode Penelitian Manajemen; Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, <https://digilib.ub.ac.id/opac/detail-opac?id=74137>.
- Arif & Rianto. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, <https://ilms.jabarprov.go.id/perpustakaanjabar/opac/detail-opac?id=63435>.
- Dwi Listyowati, Annisa Dilla Rizky dan Fransisca Hermawan, (2022). Kepuasan Nasabah Bank pada Fasilitas SMS Banking, Mobile Banking dan Internet Banking, Forum Ekonomi; Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, 24(4), <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMEKONOMI/article/view/11943/2109>.
- Faradila Meida, Miguna Astuti dan Herni Nastiti, (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Sociolla di Era Pandemi Covid 19, Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA, 2(5), <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/1326/1064>.
- Farid Zaky Yopiannor dan Nur Yasin, (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Front Liner Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah di Bank Muamalat Cabang Palangka Raya, Pencerah Publik, 3(2), <https://journal.umpr.ac.id/index.php/pencerah/article/view/796/745>.
- Febrianti, Devi dkk., (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Lamongan, *Journal of Economics, Management, and Business Research (JEMBER)*, 3(1), <https://jurnal.umla.ac.id/index.php/JEMBER/article/view/334/267>.
- Harahap, Sofyan S. (2010). *Akuntansi Perbankan Syariah*, Jakarta Barat: PT. Sardo Sarana Media, [https://web.iaiglobal.or.id/assets/files/file_publicasi/E-BOOK%20-%20AKUNTANSI%20PERBANKAN%20SYARIAH%20\(Sofyan,%20Wiroso,%20Yusuf,%20LPFE%20Usakti,%202010\).pdf](https://web.iaiglobal.or.id/assets/files/file_publicasi/E-BOOK%20-%20AKUNTANSI%20PERBANKAN%20SYARIAH%20(Sofyan,%20Wiroso,%20Yusuf,%20LPFE%20Usakti,%202010).pdf).

- Humayroh, Riza, dkk. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Frontliner, Mobile Banking dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Malang, *Repository Universitas Islam Malang*, 3(1), <https://repository.unisma.ac.id/handle/123456789/4091>.
- Indah, (2016). Pengaruh *E-Banking* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank BNI 46 Cabang Langsa, *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 5(2), <https://ejournalunsam.id/index.php/jmk/article/view/80/53>.
- Irawan, Hendi. (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: PT. ELEX Media Komputindo, <https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/202932/10-prinsip-kepuasan-pelanggan>.
- Iqbal Sitompul dan Andri Soemitra, (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah, *Cakrawala-Repository IMWI*, 5(2), <https://cakrawala.imwi.ac.id/index.php/cakrawala/article/view/107/118>.
- Japlani, Ardiansyah. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah pada Cabang BMT Fajar Metro Pusat” *Jurnal Fidusia*, 3(1), <https://fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JPK/article/view/469/344>.
- Kasmir. (2015). *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2012). *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Grafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane. (1999). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran: Analisa Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, David dan Samuel, Hatane. (2013). Analisis Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Mobile Banking dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory of Reasoned Actio, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/67>.
- Malayu dan Hasibuan. (2008). *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Maulana, Rian. (2018). Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Technology Acceptance Model, *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 2(2), <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/cyberspace/article/view/4161/2713>.

- Nawang Sari, Sri dan Widiastuti, Retno. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank (Studi Kasus Pada PT. Bank DKI – Depok) *Sebatik*, 22(2), <https://jurnal.wicida.ac.id/index.php/sebatik/article/view/307/103>.
- Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. (1988). *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. *Journal of Retailing*. Volume 64, Nomor 1, https://www.researchgate.net/publication/225083802_SERVQUAL_A_multiple-Item_Scale_for_measuring_consumer_perceptions_of_service_quality.
- Perwataatmadja, Karmaen dan Antonio, Syafi'i. (1992). *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf.
- Priansa, (2017). *Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, Bandung: Alfabeta.
- Sella Salim, (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Sinarmas Palembang, 2nd MDP Student Conference (MSC) 2023, <https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/msc/article/view/4237/1388>.
- Sintiya, Diana. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi di Bank Syariah (Studi pada Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton Bandar Lampung), *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan. (2011). *Perilaku Konsumen*, Bogor : Ghalia Indonesia.
- Thalia Claudia Mawey, Altje L. Tumbel dan Imelda W. J. Ogi, (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Sulutgo, *Jurnal EMBA*, 6(3), <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/20106>.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. (2016). *Service Quality and Satisfaction*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra. (2016). *Gregorius Service Quality and Satisfaction*, Yogyakarta: Andi Offset.

Wahyudi, Dedi & Agus Salim. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Tanggamus*, *Dinar Islamic Review*, 5(1), <https://publikasi.stebitanggamus.ac.id/index.php/Dinar/article/view/16/0>.