



Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus: Bank BJB Syariah Purwakarta)

The Influence of Frontliner Service Quality on Customer Satisfaction (Case Study: Bank BJB Syariah Purwakarta)¹

Dina Surya Ramadhani¹, Imas Widowati^{1,*}, Sutardjo¹

¹ Program Studi Manajemen Industri, Sekolah Tinggi Teknologi Wastukancana, Purwakarta, Indonesia

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan frontliner terhadap kepuasan nasabah pada Bank BJB Syariah Purwakarta. Kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam menciptakan kepuasan nasabah, terutama pada sektor perbankan yang bersifat jasa. Dalam penelitian ini, lima dimensi *service quality* yang digunakan meliputi keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*). Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif menggunakan SmartPLS. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada 100 responden yang merupakan nasabah aktif Bank BJB Syariah Purwakarta. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda untuk mengetahui sejauh mana pengaruh masing-masing dimensi pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai bukti fisik (*tangibles*) 0.000, keandalan (*reliability*) 0.010, jaminan (*assurance*) 0.000, empati (*empathy*) 0.006, yang artinya empat dimensi *service quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, namun nilai daya tanggap (*responsiveness*) 0.607 artinya tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah karena nilainya >0.05 .

Keywords: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, Frontliner, Bank BJB Syariah, Service Quality

Abstract: This study aims to determine the effect of frontline service quality on customer satisfaction at Bank BJB Syariah Purwakarta. Service quality is an important factor in creating customer satisfaction, especially in the service banking sector. In this study, five dimensions of service quality were used, namely reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles. The research method used was a quantitative method using SmartPLS. Data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents who were active customers of Bank BJB Syariah Purwakarta. The analysis technique used was multiple linear regression to determine the extent of the influence of each service dimension on customer satisfaction. The results of this study show that the value of tangibles is 0.000, reliability is 0.010, assurance is 0.000, empathy is 0.006, which means that the four dimensions of service quality have a significant effect on consumer satisfaction, but the value of responsiveness is 0.607, meaning that it is not significant for consumer satisfaction because it is >0.05 .

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Frontliner, Bank BJB Syariah, Service Quality

1. Pendahuluan

Kualitas Pelayanan merupakan faktor yang sangat penting. Faktor penting yang menjadikan alasan nasabah tertarik untuk bisa bekerjasama dan memberikan loyalitasnya ialah karena kualitas pelayanan yang baik, salah satu pelaku utama yang melakukan pelayanan prima adalah Frontliner (*Customer Service, Teller dan Security*). [1] Pentingnya kualitas pelayanan dapat dijelaskan dalam Manajemen Kualitas yang berkaitan dengan serangkaian aktivitas yang dirancang untuk merencanakan, mengontrol, dan meningkatkan kualitas. Kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full customer satisfaction*). [2] Harapan konsumen selalu berubah, sehingga kualitas pelayanan juga harus berubah atau disesuaikan. [3]

Bank BJB Syariah Purwakarta memprioritaskan nasabah dalam setiap kebutuhan mereka, terutama berlaku dalam kebijakan terkait pelayanan, atau jasa yang mereka tawarkan. [4] Namun dalam satu

* Corresponding author: imas@wastukancana.ac.id

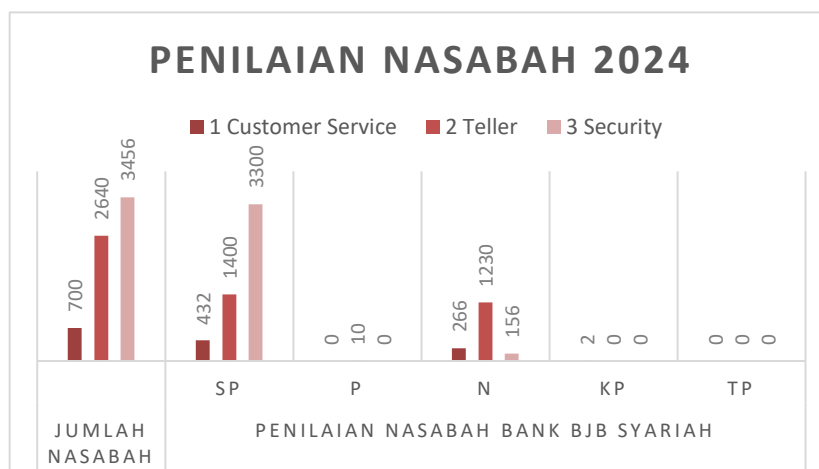
<https://doi.org/10.51132/teknologika.v15i2.520>

Received: 21-08-2025

Accepted: 04-10-2025

Available online: 30-11-2025

tahun terakhir, terdapat laporan penurunan kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diterima khususnya yang melibatkan frontliner lewat mesin penilaian CSI (*Customer Satisfaction Index*).



Gambar 1. Data Penilaian Nasabah Bank BJB Syariah Purwakarta

Dilihat dari data tersebut masih banyak nasabah yang menilai Netral (N) terhadap kualitas pelayanan frontliner, khususnya pelayanan di teller, arti dalam (N) bisa digolongkan ke rasa kekecewaan nasabah karena berbagai hal, lalu masih ada nasabah juga yang menilai kurang puas (KP) dalam satu tahun terakhir, berdasarkan hasil wawancara terhadap nasabah dan frontliner, masalah diatas disebabkan oleh beberapa hal yakni, seperti pelayanan yang lambat terhadap nasabah karena sistem yang *error*, kurangnya kecepatan pelayanan frontliner karena banyaknya jumlah kedatangan nasabah, serta kurangnya keterampilan interpersonal dari para frontliner. Penurunan kepuasan dapat menyebabkan nasabah berpindah ke pesaing, mengurangi tingkat retensi dan akhirnya berdampak pada penurunan pendapatan.[5] Dengan demikian pihak perusahaan bank harus mampu mengukur harapan nasabah sehingga kepuasan nasabah dapat terpenuhi. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan oleh frontliner terhadap tingkat kepuasan nasabah pada Bank BJB Syariah Purwakarta. [6] Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif menggunakan SmartPLS. Berdasarkan pemaparan pada bagian latar belakang diatas penulis akan meneliti “Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Bank BJB Syariah Purwakarta)”.

2. Metodologi

Penelitian ini menggunakan Uji Kontinum untuk mengetahui kualitas pelayanan di Bank BJB Syariah Purwakarta, kepuasan nasabah di Bank BJB Syariah Purwakarta dan aplikasi SmartPLS 3.0 untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan frontliner terhadap kepuasan nasabah di Bank BJB Syariah Purwakarta. Terdapat beberapa tahap dalam pengumpulan dan pengolahan data sebagai berikut.

Menentukan Metodologi Penelitian yaitu menggunakan metode kualitatif yang di kuantitatifkan merujuk pada proses mengubah data yang bersifat deskriptif atau non-numerik (kualitatif) menjadi data yang dapat dihitung dalam bentuk angka (kuantitatif). [7] Menentukan Variabel dan Indikator yaitu Variabel dan indikator dilakukan sebelum pembuatan kuesioner, variabel dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan berdasarkan 5 dimensi servqual (X) dan kepuasan pelanggan (Y). [8] Menentukan Populasi dan Sampel yaitu populasi yang diteliti dalam penelitian ini yaitu nasabah Bank BJB Syariah Purwakarta. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel non peluang (*nonprobability sampling*) yang berarti setiap individu dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama sebagai sampel kurang lebih 100 orang responden.[9]

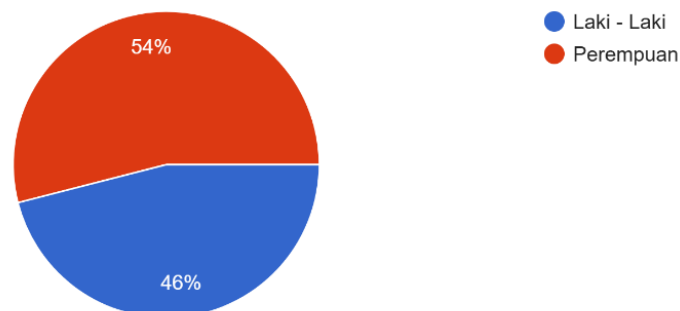
Sumber Data yaitu Data primer yang diperoleh dari sumber utama, bersifat individual atau perorangan yang mencakup hasil dari pengisian kuesioner atau wawancara. [10] Teknik Pengumpulan Data yaitu kuesioner menggunakan skala likert menurut Djaali (2008:28) dalam [11] ialah skala yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena pendidikan. Dan yang terakhir teknik analisis data dalam penelitian

ini, variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y) diukur menggunakan uji kontinum melalui instrumen pengukur berupa kuesioner yang memenuhi pernyataan jenis skala likert. Untuk menganalisis setiap pernyataan atau indikator, lakukan perhitungan frekuensi jawaban setiap kategori dan totalkan. Selanjutnya, untuk menilai validitas dan bootstrapping, penulis menerapkan analisis *Outer Model dan Inner Model* di program SmartPls 3.0. [12]

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Data Responden

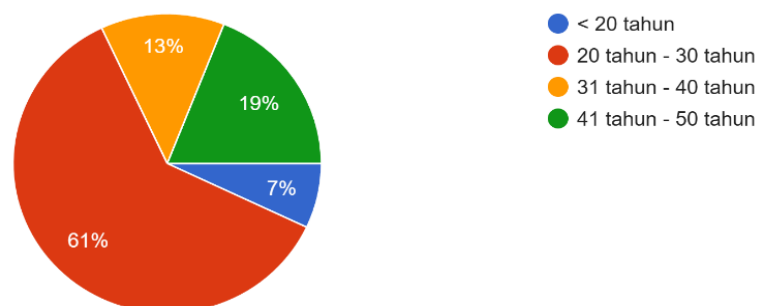
Jenis Kelamin
100 jawaban



Gambar 2. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jumlah responden dalam penelitian ini yakni sebanyak 100 responden. Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa sebanyak 54% responden berjenis kelamin perempuan. Dan sebanyak 46% responden berjenis kelamin laki-laki.

Usia
100 jawaban

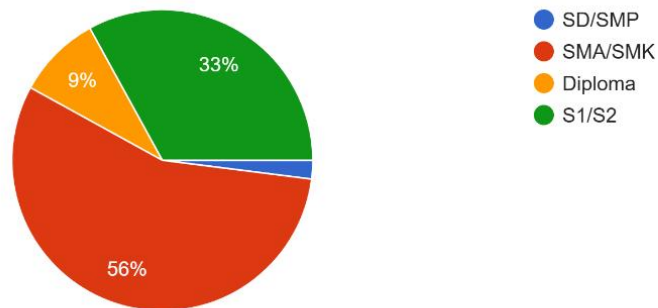


Gambar 3. Data Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat sebanyak 7% responden berumur kurang dari 20 tahun, sebanyak 60% responden berusia 20-30 tahun, sebanyak 13% responden berusia 31-40 tahun dan sebanyak 19% responden berusia 41-50 tahun.

Pendidikan Terakhir

100 jawaban

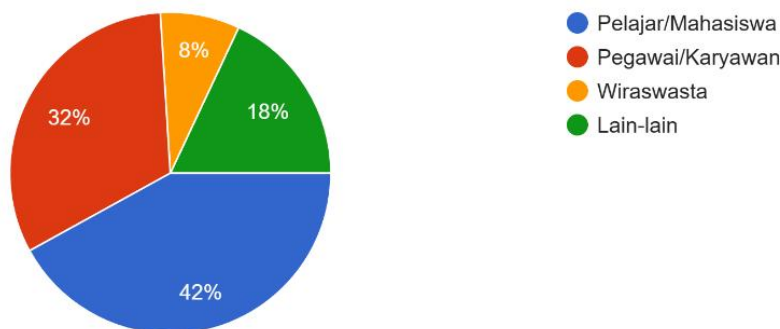


Gambar 4. Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat ada 2% responden yang berpendidikan terakhir SD/SMP, 56% responden berpendidikan terakhir SMA/SMK, 9% responden berpendidikan terakhir Diploma dan 33% responden berpendidikan terakhir S1/S2.

Pekerjaan

100 jawaban



Gambar 5. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa terdapat 42% responden bekerja sebagai Pelajar/Mahasiswa, 32% responden bekerja sebagai Pegawai/Karyawan, 8% responden bekerja sebagai Wiraswasta dan 18% responden bekerja sebagai Lain-lain.

3.2 Uji Kontinum Variabel

Variabel diukur melalui instrumen pengukuran berupa kuesioner yang memenuhi pernyataan-pernyataan jenis skala likert. Analisis setiap pernyataan atau indikator, dengan menghitung frekuensi dari setiap kategori jawaban dan menjumlahkannya. Setelah setiap indikator memiliki nilai, peneliti selanjutnya akan membuat garis kontinum. Berikut uji kontinum tersebut. [13]

1. Uji Kontinum Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Tabel 1. Tanggapan Responden

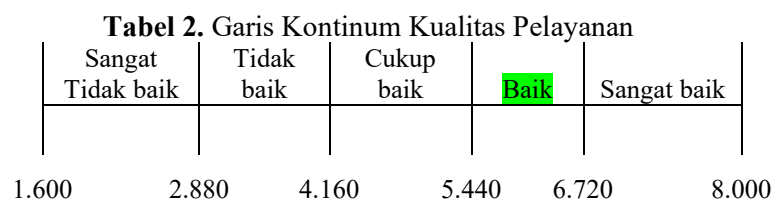
NO	SS	S	N	TS	STS	JUMLAH	SKOR TOTAL
1	29	34	29	5	3	100	381
2	23	29	33	15	0	100	363
3	23	39	27	8	3	100	371
4	24	50	17	5	4	100	385
5	24	44	15	13	4	100	371
6	15	40	33	9	3	100	355
7	34	50	8	5	3	100	407
8	5	28	57	8	2	100	326
9	21	47	17	13	2	100	372
10	24	47	17	7	5	100	358
11	15	29	32	22	2	100	333
12	17	33	31	17	2	100	316
13	24	47	17	7	5	100	378
14	15	29	32	22	2	100	336
15	17	33	31	17	2	100	346
16	13	32	33	16	6	100	325
SKOR TOTAL							5.723

Berdasarkan penelitian yang telah diolah, maka jumlah skor tersebut dimasukan ke dalam garis kontinum dengan cara :

1. Nilai indeks maksimum = $5 \times 16 \times 100 = 8.000$
2. Nilai indeks minimum = $1 \times 16 \times 100 = 1.600$
3. Jarak interval = (nilai maksimum – nilai minimum) : 5
 $= (8.000 - 1.600) : 5$
 $= 1.280$

Dengan demikian kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut :

1. $1.600 - 2.880 =$ sangat tidak baik
2. $2.880 - 4.160 =$ tidak baik
3. $4.160 - 5.440 =$ cukup baik
4. $5.440 - 6.720 =$ baik
5. $6.720 - 8.000 =$ sangat baik



Berdasarkan gambar 4. Bisa dilihat bahwa garis kontinum berada pada kolom baik dengan skor total variabel kualitas pelayanan 5.732, yang berarti tanggapan responden mengenai variabel kualitas pelayanan dinyatakan baik.

2. Uji Kontinum Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 3. Tanggapan Responden

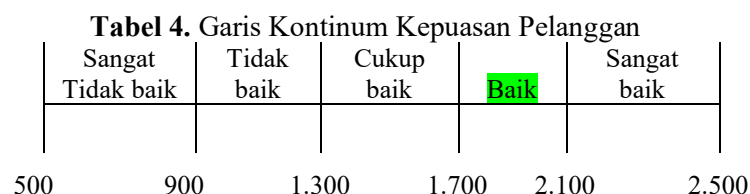
NO	SS	S	N	TS	STS	JUMLAH	SKOR TOTAL
1	26	38	23	13	5	100	382
2	26	40	23	11	5	100	386
3	19	31	41	9	6	100	366
4	24	28	22	26	0	100	350
5	31	35	25	9	0	100	388
SKOR TOTAL							1.872

Berdasarkan penelitian yang telah diolah maka jumlah skor tersebut dimasukan ke dalam garis kontinum dengan cara :

1. Nilai indeks maksimum = $5 \times 5 \times 100 = 2.500$
2. Nilai indeks minimum = $1 \times 5 \times 100 = 500$
3. Jarak interval = (nilai maksimum – nilai minimum) : 5
= $(2.500 - 500) : 5$
= 400

Dengan demikian kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut :

1. 500 – 900 = sangat tidak baik
2. 900 – 1.300 = tidak baik
3. 1.300 – 1.700 = cukup baik
4. 1.700 – 2.100 = baik
5. 2.100 – 2.500 = sangat baik



Berdasarkan gambar 4. bisa dilihat bahwa garis kontinum berada pada kolom baik dengan skor total variabel kepuasan pelanggan 1.872, yang berarti tanggapan responden mengenai variabel kepuasan pelanggan dinyatakan baik.

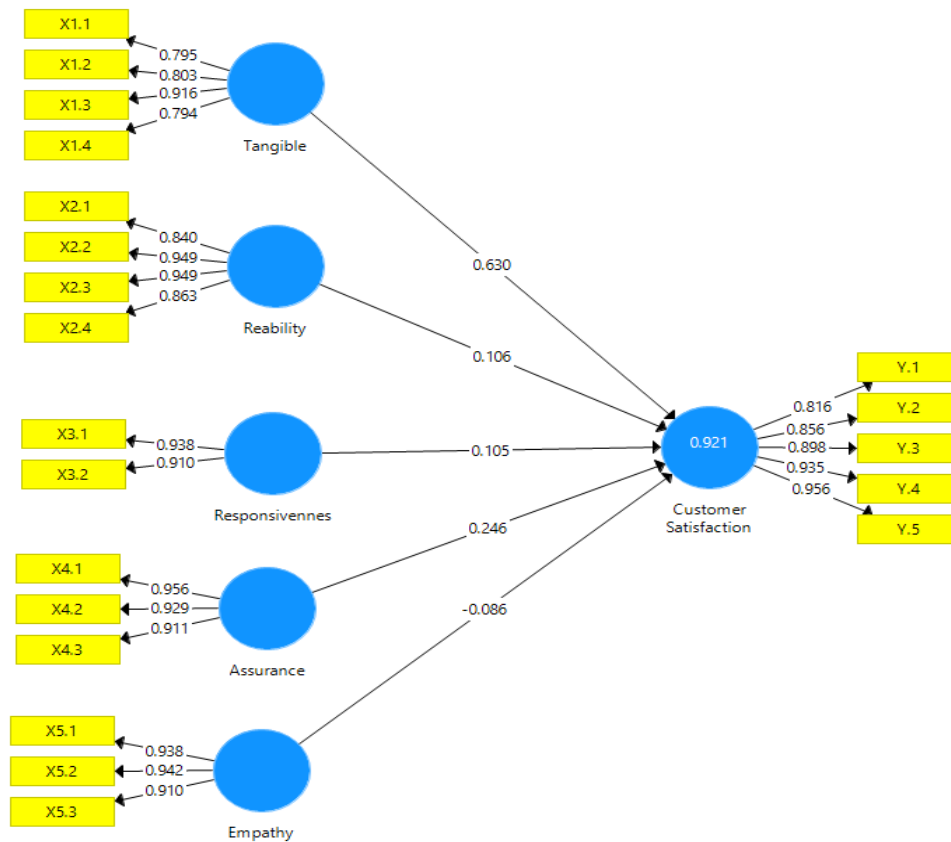
3.3 Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

Analisis outer model dilakukan untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas dari suatu model. Reliabilitas merujuk pada tingkat konsistensi, ketepatan, serta keakuratan suatu alat ukur dalam menghasilkan data yang dapat dipercaya. Sementara itu, validitas mengacu pada sejauh mana alat ukur mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam pengujian *outer model*, beberapa indikator yang digunakan antara lain adalah *nilai outer loading* atau *factor loading*, *Average Variance Extracted (AVE)*, *discriminant validity*, *composite reliability*, dan *Cronbach's alpha*. [14]

1. Outer Loading Factor Loading

Outer loading atau *faktor loading* ini berhubungan dengan validitas item, yaitu model validitas item yang pertama kali diuji. Diharapkan semua indikator memiliki nilai *outer loading* di atas *cut-off* yang disarankan, yaitu $> 0,7$ agar indikator dianggap valid.

Berikut gambar dari nilai *outer loading* smartpls.



Gambar 6. Nilai Outer Loading

Gambar 6 menunjukkan bahwa seluruh variabel laten telah dinyatakan valid karena nilai cut-nya sudah melebihi 0,7. Artinya bahwa semua variabel dapat dianggap signifikan karena telah memenuhi kriteria validitas.

2. AVE (Average Variance Extracted)

AVE merupakan salah satu indikator yang digunakan dalam pengujian validitas konvergen. Nilai yang diharapkan dalam penelitian ini adalah $> 0,5$. Tabel 5 menunjukkan bahwa semua konstruk telah memenuhi kriteria validitas konvergen yaitu $> 0,5$ yang dianggap signifikan karena dapat dengan valid mencerminkan masing-masing konstruknya.

Tabel 5. Hasil Analisis AVE

Indikator	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
Assurance	0.869
Empathy	0.865
Reability	0.813
Responsivennes	0.854
Tangible	0.687
Customer Satisfaction	0.799

3. Disriminant Validity

Validitas diskriminan merupakan suatu analisis yang bertujuan untuk menentukan apakah indikator reflektif benar-benar berfungsi sebagai alat ukur yang akurat untuk konstruknya atau tidak. Valid diskriminan dapat diuji dengan menganalisis tabel *cross loading*nya dengan syarat bahwa korelasi konstruk dengan item ukurannya $>$ konstruk lainnya, nilai *cross loading* $> 0,7$. Tabel 6 menunjukkan bahwa semua konstruk dengan indikator-indikatornya memiliki nilai *cross loading* $> 0,7$, yang berarti nilai-nilai pada validitas diskriminan ini sudah memadai untuk masing-masing konstruk.

Tabel 6. Hasil Analisis *Cross Loading*

<i>Indikator</i>	<i>Assurance</i>	<i>Customer Satisfaction</i>	<i>Empathy</i>	<i>Reability</i>	<i>Responsivennes</i>	<i>Tangible</i>
X1.1	0.574	0.695	0.600	0.704	0.600	0.795
X1.2	0.628	0.753	0.825	0.751	0.625	0.803
X1.3	0.790	0.887	0.860	0.805	0.879	0.916
X1.4	0.726	0.776	0.632	0.642	0.771	0.794
X2.1	0.773	0.739	0.719	0.840	0.689	0.768
X2.2	0.826	0.838	0.778	0.949	0.763	0.807
X2.3	0.826	0.838	0.777	0.949	0.834	0.826
X2.4	0.658	0.764	0.778	0.863	0.645	0.759
X3.1	0.803	0.878	0.783	0.792	0.938	0.875
X3.2	0.744	0.736	0.743	0.710	0.910	0.732
X4.1	0.956	0.851	0.786	0.878	0.773	0.810
X4.2	0.929	0.814	0.811	0.761	0.767	0.752
X4.3	0.911	0.770	0.815	0.752	0.808	0.744
X5.1	0.817	0.791	0.938	0.788	0.728	0.819
X5.2	0.809	0.778	0.942	0.754	0.858	0.809
X5.3	0.778	0.832	0.910	0.816	0.723	0.841
Y.1	0.792	0.816	0.879	0.748	0.756	0.781
Y.2	0.851	0.856	0.701	0.699	0.798	0.748
Y.3	0.741	0.898	0.756	0.825	0.747	0.883
Y.4	0.707	0.935	0.766	0.820	0.762	0.890
Y.5	0.812	0.956	0.755	0.844	0.864	0.900

4. *Composite Reliability dan Cronbach Alpha*

Langkah terakhir dalam analisis model luar adalah dengan menguji unidimensionalitas model menggunakan pengukuran composite reliability dan Cronbach alpha. Dikategorikan sebagai andal jika composite reliability > 0,7 dan cronbach alpha > 0,6. Tabel 7 menunjukkan bahwa seluruh konstruk keandalan komposit melebihi 0,7, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada isu unidimensionalitas pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan bagi nasabah bank BJB Syariah Purwakarta. [15]

Tabel 7. Hasil Analisis Composite Reliability dan Cronbach Alpha

<i>Indikator</i>	<i>Reliabilitas Komposit</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>
<i>Assurance</i>	0.952	0.924
<i>Empathy</i>	0.951	0.922
<i>Reability</i>	0.945	0.922
<i>Responsivennes</i>	0.921	0.831
<i>Tangible</i>	0.897	0.847
<i>Customer Satisfaction</i>	0.952	0.936

3.4 Analisis Inner Model

Analisis inner model adalah tahapan evaluasi hubungan antar konstruk laten dalam model struktural. Dengan kata lain, ini adalah bagian dari model SEM yang menilai pengaruh antar variabel laten. Analisis dapat dilakukan dengan empat tahapan yaitu model *Multicollinearity*, *R Square*, *Goodness of FIT*, dan *F Square*. [9]

1. *Multicollinearity VIF*

Nilai VIF setiap variabel harus memiliki nilai VIF yang <10 yang artinya asumsi uji *multicollinearity* sudah terpenuhi atau Lolos. Tabel 8 menunjukkan variabel *empathy*, *reliability*, *responsivennes*, *tangible* nilai VIF <10 , tetapi variabel *assurance* >10 yang berarti dinyatakan tidak lolos.

Tabel 8. Hasil Analisis Multicollinearity VIF

Indikator	Customer Satisfaction
Assurance	15.981
Empathy	9.508
Reliability	2.288
Responsivennes	6.139
Tangible	3.160

2. *R-Square dan R-Square Adjusted*

Metode untuk menilai koefisien determinasi R^2 (*R-Square*) dan *R-Square Adjusted* dengan beberapa nilai yaitu 0,75 (kuat/substansial), 0,50 (sedang/moderat), dan 0,25 (lemah). Tabel 9 menunjukkan bahwa variabel laten kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai *R-Square* dan *R-Square Adjusted* yang dapat diklasifikasikan ke dalam kriteria substansial/kuat.

Tabel 9. Hasil *R-Square* dan *R-Square Adjusted*

Variabel Laten	R Square	Adjusted R Square
Customer Satisfaction	0.792	0.781

3. *Goodness of Fit*

Nilai *Goodness of Fit* dapat dilihat di Fit model, jika nilai *SRMR* <0.10 artinya model sudah fit. Nilai *SRMR* pada tabel 4.6 > 0.10 yang artinya model yang digunakan belum Fit.

Tabel 10. Hasil *Godness of Fit*

	Model Saturated	Model Estimasi
SRMR	0.102	0.102

4. *F Square (Effect Size)*

Nilai *F Square* terdapat pada *F square* bagian matriks yang mana artinya jika nilai 0.02 (kecil/rendah), nilai 0.15 (menengah/sedang) dan nilai 0.35 (besar/kuat). Bisa dilihat ditabel 11 nilai *F Square* dari *assurance* 0.085 yang artinya kuat, nilai dari *empathy* 0.398 yang artinya kuat, nilai dari *reliability* 0.123 yang artinya kuat, nilai dari *responsivennes* 0.004 yang artinya rendah dan yang terakhir nilai dari *tangible* 0.176 yang artinya kuat.

Tabel 11. Hasil *F Square (Effect Size)*

Indikator	Customer Satisfaction
Assurance	0.085
Empathy	0.398
Reliability	0.123
Responsivennes	0.004
Tangible	0.176

3.5 Uji Hipotesis Penelitian

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan menganalisis hasil koefisien jalur yang dievaluasi melalui perhitungan *bootstrapping*, dengan membandingkan nilai sampel asli (O) dan t-statistik ($>1,96$) yang menunjukkan bahwa nilai antar variabel memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel lainnya. $P\text{-Value} < 0,05$ (nilai signifikansi alpha) menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan, sedangkan jika $p\text{-value} > 0,05$ (nilai signifikansi alpha), berarti tidak ada pengaruh signifikan.

Tabel 12. Analisis *Bootstrapping*

Indikator	T Statistik (O/STDEV)	P Values
Assurance -> Customer Satisfaction	2.760	0.006
Empathy -> Customer Satisfaction	5.722	0.000
Reliability -> Customer Satisfaction	2.594	0.010
Responsivennes -> Customer Satisfaction	0.514	0.607
Tangible -> Customer Satisfaction	4.324	0.000

Berdasarkan hasil uji hipotesis di atas, diketahui bahwa kualitas pelayanan (X) yang meliputi *Assurance* (X4), *Empathy* (X5), *Reliability* (X2), dan *Tangible* (X1) memiliki dampak signifikan terhadap *Customer Satisfaction* (Y) dalam pelayanan frontliner Bank BJB Syariah Purwakarta. Hal ini terlihat dari *t-valuenya* yang melebihi 1,96 dan *p-value* yang di bawah 0,05, yang menunjukkan bahwa *tangible* (bukti fisik) seperti daya tarik fasilitas, *reliability* (keandalan) yang mencakup kemampuan dalam memberikan pelayanan, *assurance* (jaminan) yang menunjukkan kemampuan personel perusahaan untuk membangun kepercayaan pelanggan, dan *empathy* (empati) yang terkait dengan perhatian melalui sikap tulus dan individual yang diberikan perusahaan, dapat memberikan dampak positif bagi nasabah sehingga nasabah merasa puas dalam bertransaksi dengan frontliner di Bank BJB Syariah Purwakarta. Namun pada variabel *Responsivennes* (X3) terdapat pengaruh yang tidak berarti terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) karena *t-valuenya* di bawah 1,96 dan *p-valuenya* di atas 0,05.

4. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, dapat ditarik beberapa kesimpulan berikut : Hasil Uji Kontinum variabel kualitas pelayanan (X) melalui jumlah perhitungan berada pada kolom baik dengan skor total variabel kualitas pelayanan 5.732, yang berarti tanggapan responden mengenai variabel kualitas pelayanan dinyatakan baik. Hasil Uji Kontinum variabel kepuasan pelanggan (Y) melalui jumlah perhitungan berada pada kolom baik dengan skor total variabel kepuasan pelanggan 1.872, yang berarti tanggapan responden mengenai variabel kualitas pelayanan dinyatakan baik.

Melalui hasil *kalkulasi bootstrapping* berdasarkan analisis *path coefficients* menggunakan *software* SmartPLS 3.0 diketahui bahwa kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari *Assurance* (X4) memiliki *t-value* 2.760, *p-value* 0.006, *Empathy* (X5) memiliki *t-value* 5.722, *p-value* 0.000, *Reliability* (X2) memiliki *t-value* 2.594, *p-value* 0.010 dan *Tangible* (X1) memiliki *t-value* 4.324, *p-value* 0.000 yang berarti berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* (Y) dalam pelayanan frontliner Bank BJB Syariah Purwakarta karena *t-valuenya* diatas 1,96 dan *p-value* dibawah 0,05. Namun pada variabel *Responsivennes* (X3) memiliki *t-value* 0.514, *p-value* 0.607 yang berarti pengaruhnya tidak signifikan terhadap *Customer Satisfaction* (Y) karena *t valuenya* dibawah 1,96 dan *p-valuenya* diatas 0,05.

Daftar Pustaka

- [1] H. J. Astuti, "Analisis Kepuasan Konsumen (SERVQUAL Model Important Performance Analipsis Model)," *J. Mark. Vol.56, July, pp.55-68*, no. 2003, p. 20, 2015.
- [2] I. Widowati, K. I. Pratiwi, and D. A. Hermawan, "Analisa Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Barang Dengan Metode Servqual Di Pt Sicepat Ekspres Campaka Purwakarta," *J. Manag. Ind. Eng.*, vol. 2, no. 1, pp. 104–117, 2023.
- [3] Elvira Aprilia Primastika and R Yuniardi Rusdianto, "Strategi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Bank BJB," *J. Rimba Ris. Ilmu Manaj. Bisnis dan Akuntansi*, vol. 2, no. 2, pp. 37–45, 2024, doi: 10.61132/rimba.v2i2.680.

- [4] D. Yudih, C. A. Kusumah, and A. Musyaddad, "Analisis Kualitas Pelayanan Customer Service Pada Kepuasan Nasabah Di Bank Bjb Syari'Ah Kcp Cianjur," *Ar-Rihlah J. Keuang. dan Perbank. Syariah*, vol. 3, no. 1, p. 78, 2023, doi: 10.35194/arps.v3i1.3219.
- [5] A. Fadilah and S. Suherman, "Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah," *J. Al-fatih Glob. Mulia*, vol. 4, no. 2, pp. 107–120, 2022, doi: 10.59729/alfatih.v4i2.55.
- [6] Dede Rahmatu Zahra, Fani Fauziah, Nurkomalasari, Henny Saraswati, and Wahyu Hidayat, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Prioritas Bank BJB Syariah Cabang Serang," *J. Manaj. dan Ekon. Kreat.*, vol. 1, no. 3, pp. 61–70, 2023, doi: 10.59024/jumek.v1i3.113.
- [7] I. N. Marayasa and Noryani, "Jurnal Ekonomi Balance Jurnal Ekonomi Balance," *J. Ekon. Ef.*, vol. 2, no. 3, p. 423, 2020.
- [8] A. Y. Rahmawati and A. D. Indriyanti, "Analisis Sistem Informasi Mengukur Kepuasan Pelanggan pada PT . Taspen KCU Surabaya menggunakan Metode Servqual," *J. Emerg. Inf. Syst. Bus. Intell.*, vol. 02, no. 01, pp. 28–31, 2021.
- [9] A. Yesika, *Pengaruh E-Servqual Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Sistem Self Order Kiokk (Sok. 2021.*
- [10] N. Azizah A and M. R. Hidayat, "Analisis E-Servqual Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Pada Aplikasi Bsi Mobile," *Dialekt. J. Ekon. dan Ilmu Sos.*, vol. 7, no. 1, pp. 63–72, 2022, doi: 10.36636/dialektika.v7i1.1160.
- [11] E. Suwandi, F. H. Imansyah, and H. Dasril, "Analisis Tingkat Kepuasan Menggunakan Skala Likert pada Layanan Speedy yang Bermigrasi ke Indihome," *J. Electr. Eng. Energy, Inf. Technol.*, vol. 7, no. 1, pp. 77–85, 2018.
- [12] Untung Usada, Luqman Hakim, and Anita T. Kurniawati, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Loyalitas Mahasiswa Unusida Dengan Pendekatan Partial Least Square (PLs)," *J. Res. Technol.*, vol. 2, no. 2, pp. 6–13, 2016, doi: 10.55732/jrt.v2i2.215.
- [13] V. Simamora and E. Susanti, "Pengaruh Kualitas Layanan Tracking System Berbasis Web Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Persepsi Resiko Konsumen Pada Produk Jne Cilincing," *Media Manaj. Jasa*, vol. 4, no. 1, pp. 15–29, 2017, [Online]. Available: www.journal.uta45jakarta.ac.id
- [14] S. Tambun, H. Heryanto, M. Mulyadi, R. R. Sitorus, and R. R. Putra, "Pelatihan Aplikasi Olah Data SmartPLS untuk Meningkatkan Skill Penelitian bagi Dosen Sekolah Tinggi Theologia Batam," *J. Pengabd. UNDIKMA*, vol. 3, no. 2, p. 233, 2022, doi: 10.33394/jpu.v3i2.5519.
- [15] Pering, "Kajian Analisis Jalur Dengan Stuctural Abstract," *J. Satyagraha*, vol. 03, no. 02, pp. 28–48, 2021.
- [16] F. Surayya Lubis, A. Putri Rahima, M. Isnaini Hadiyul Umam, and M. Rizki, "Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode Servqual dan Pendekatan Structural Equation Modelling (SEM) pada Perusahaan Jasa Pengiriman Barang di Wilayah Kota Pekanbaru," *ejournal.uin-suska.ac.id*, vol. 16, no. 02, pp. 25–31, 2019.