



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN FRONTLINER, MOBILE BANKING DAN  
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH  
INDONESIA DI KOTA MALANG**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

**RIZA HUMAYROH**

**NPM : 21701083009**



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

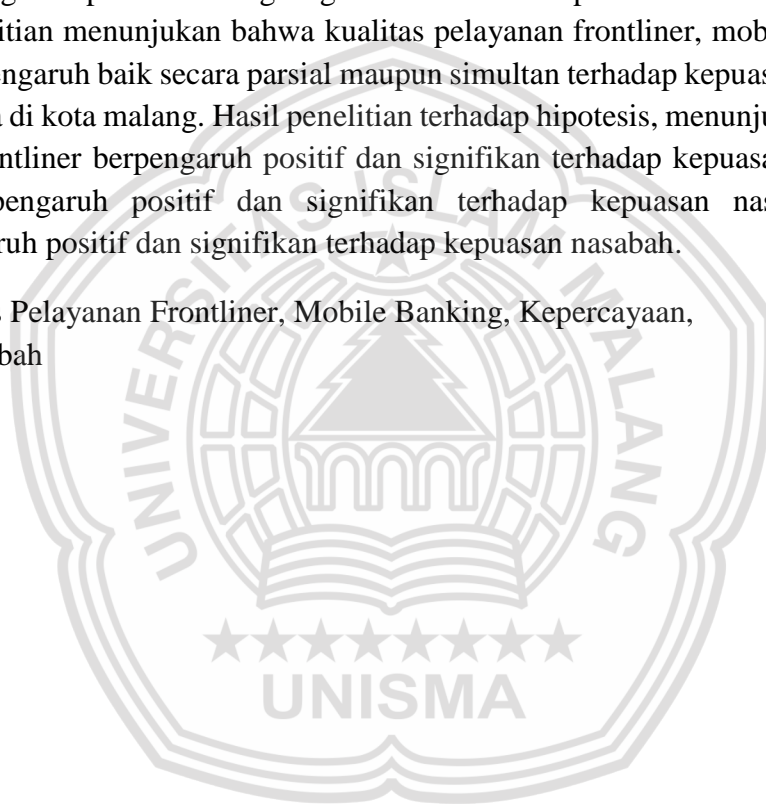
**MALANG**

**2022**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh parsial dan simultan kualitas pelayanan frontliner, mobile banking dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah bank syariah Indonesia di kota Malang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah dengan menggunakan uji instrumen, uji normalitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda serta uji hipotesis dengan uji simultan (uji F), koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan uji parsial (uji t). Sampel dalam penelitian ini sebanyak 92 responden dengan ketentuan, setiap responden merupakan nasabah dari bank syariah Indonesia dan nasabah pengguna aplikasi layanan mobile banking bsi mobile. Data yang digunakan adalah data primer yang di dapat secara langsung melalui kuisioner pada nasabah bank syariah Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan frontliner, mobile banking dan kepercayaan berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan nasabah bank syariah Indonesia di kota Malang. Hasil penelitian terhadap hipotesis, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan frontliner berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

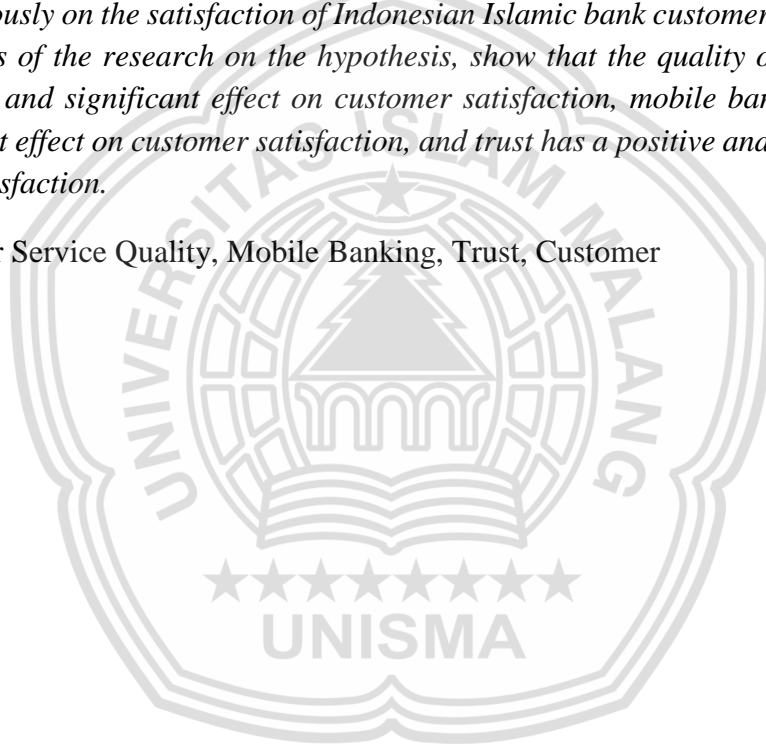
**Kata Kunci :** Kualitas Pelayanan Frontliner, Mobile Banking, Kepercayaan, Kepuasan nasabah



## ABSTRACT

*This study aims to determine the partial and simultaneous effect of frontliner service quality, mobile banking and trust on customer satisfaction of Indonesian Islamic banks in the city of Malang. This research is a quantitative research. The method used to test the hypothesis is to use an instrument test, normality test, classical assumption test, multiple linear regression analysis and hypothesis testing with simultaneous test (F test), coefficient of determination (R<sup>2</sup>) and partial test (t test). The sample in this study was 92 respondents with the provisions, each respondent is a customer of an Indonesian Islamic bank and a customer who is a user of the mobile banking service application bsi mobile. The data used is primary data that can be obtained directly through questionnaires to Indonesian Islamic bank customers. The results showed that the quality of frontliner service, mobile banking and trust had an effect either partially or simultaneously on the satisfaction of Indonesian Islamic bank customers in the city of Malang. The results of the research on the hypothesis, show that the quality of frontliner service has a positive and significant effect on customer satisfaction, mobile banking has a positive and significant effect on customer satisfaction, and trust has a positive and significant effect on customer satisfaction.*

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



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Di era global yang sangat pesat seperti saat ini, Perusahaan dituntut untuk membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya di tengah persaingan yang semakin ketat. Menurut Aliansyah (2012:32) menegaskan “kepuasan adalah perihal utama yang menjadi faktor penentu kesuksesan dan kelangsungan hidup sebuah bisnis”.

Dalam hal pelayanan, bank adalah salah satu lembaga keuangan yang berhubungan langsung dengan nasabah sehingga bank sangat dituntut untuk memberikan pelayanan yang baik dan prima demi kepuasan nasabahnya. Menurut Rianto (2010:192) “kepuasan nasabah adalah hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk/jasa. Kemudian harapan tersebut dibandingkan dengan kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk/jasa tersebut”.

Salah satu faktor utama yang mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan nasabah atau konsumen. Jenis kualitas pelayanan yang baik adalah pelayanan yang memuaskan dan sesuai dengan yang diharapkan oleh nasabah. Sedangkan kualitas pelayanan yang buruk adalah pelayanan yang berada jauh

dibawah standar atau tidak sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan oleh nasabah. Salah satu tindakan untuk memuaskan nasabah adalah dengan cara memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya. Ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pada nasabah yaitu nilai total nasabah yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai *personal*, nilai *image* atau citra dan biaya total nasabah yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga dan biaya pikiran.

Dalam lembaga perbankan kualitas pelayanan utama berasal dari *frontliner*, yang terdiri dari *teller* dan *customer service*. Menurut Ismail (2010:153) “*frotliner* adalah sebuah kategori pekerjaan dalam suatu perusahaan seperti perbankan dan jasa lainnya. Tugas seorang *Frontliner* bank secara umum adalah memberikan informasi dengan jelas dan lengkap kepada nasabah maupun calon nasabah secara langsung”. Seorang *Frontliner* harus berpenampilan menarik dan sopan, dikarenakan penampilannya itu merupakan cerminan dari citra perusahaan tempat dia bekerja. Penelitian yang dilakukan oleh Muhlis (2019) menyimpulkan “kualitas pelayanan *frontliner* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah”. Serta dalam penelitian Ismawanto (2020) menyimpulkan “variabel kualitas pelayanan dan kinerja karyawan *frontliner* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah baik secara parsial maupun simultan”.

Selain kualitas pelayanan *frontliner*, lembaga perbankan telah memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dalam layanan perbankannya dengan meluncurkan media layanan transaksi perbankan

berbasis teknologi informasi yaitu *mobile banking (m-banking)*. Produk *mobile banking* merupakan layanan tambahan kepada nasabah yang sudah memiliki rekening di bank. Menurut Yusmad (2018:79) “layanan *mobile banking* bank syariah adalah pengembangan dari dua bentuk inovasi bank syariah sebelumnya yaitu *sms banking* dan *internet banking*. Layanan *mobile banking* digunakan melalui perangkat *smart phone*”.

*Mobile Banking* sangat membantu dalam meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas bagi masyarakat, khususnya diperkotaan yang memiliki aktivitas padat. Penyediaan layanan perbankan syariah berbasis internet memberikan kemudahan bagi nasabah untuk bertransaksi keuangan tanpa harus mendatangi kantor bank syariah. Industri perbankan menyediakan fasilitas *mobile banking* guna mencapai kepuasan nasabah. *Mobile banking* merupakan suatu aplikasi penerapan *mobile commerce* yang berfokus terhadap masalah finansial perbankan, sehingga memungkinkan dilakukannya kegiatan-kegiatan seperti kegiatan yang dapat dilakukan melalui ATM (*Automated Teller Machine*) dengan memanfaatkan perangkat *mobile*. Studi terdahulu yang terkait penelitian *Mobile Banking* juga membuktikan hasil yaitu antara kualitas layanan *mobile banking* dengan kepuasan nasabah terdapat pengaruh secara positif dan signifikan. Penelitian tersebut dilakukan oleh Nurdin (2020), Putro (2021).

Selain *Mobile Banking* faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kepercayaan (*trust*). Sebagai lembaga keuangan, bank dituntut untuk mendapatkan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan. Kepercayaan nasabah dapat mempengaruhi kelangsungan perusahaan untuk kedepannya.



Oleh sebab itu, bank harus bisa membangun kepercayaan nasabah agar senantiasa menggunakan jasa atau produk dari perusahaannya. Semakin banyak nasabah yang memiliki kepercayaan terhadap pihak bank, maka semakin banyak pula dana yang terhimpun dan di salurkan kembali sehingga dapat meraih profitabilitas secara optimal. Pada industri perbankan kesetiaan nasabah dapat menjadi salah satu bukti bahwa bank tersebut mampu bersaing dalam memberikan pelayanan yang memuaskan bagi setiap nasabahnya.

Menurut teori *Trust-Commitment* oleh Prasetya (2015) “kepercayaan (*trust*) adalah satu variabel kunci untuk memelihara suatu hubungan jangka panjang, termasuk pada sebuah merek”. Hubungan jangka panjang akan meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap harapan yang akan diterima dari perusahaan sehingga akan mengurangi kegelisahan konsumen terhadap pelayanan yang diterimanya. Dalam penelitian Harish (2017) menyimpulkan “kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah baik secara parsial maupun simultan”. Serta dalam penelitian Mawey (2018) menyimpulkan “secara simultan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah”.

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang termasuk dalam lembaga keuangan berbasis syariah. Bank ini merupakan hasil merger dari tiga bank yang merupakan anak perusahaan BUMN di bidang perbankan, yaitu Bank Syariah Mandiri (BSM), Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS) dan Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS) yang kemudian menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI). Hasil dari penggabungan tiga

bank ini tentunya akan mengubah beragam produk serta layanan yang sebelumnya dimiliki oleh ketiga bank tersebut. Mulai dari produk, pinjaman, simpanan dan lain sebagainya. Penggabungan ini akan menghadirkan layanan dan solusi keuangan syariah yang lengkap dalam satu atap untuk berbagai segmen dan kebutuhan, baik untuk para nasabah nasional maupun untuk investor global dengan jaringan lebih dari 1.200 cabang yang tersebar di seluruh Indonesia.

Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa maka Bank Syariah Indonesia (BSI) dituntut untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada masyarakat dengan terus meningkatkan profesionalisme dan kepuasan nasabah. Peningkatan kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kualitas pelayanan *frontliner*, *mobile banking* dan kepercayaan. Untuk itu dukungan yang baik dari kualitas pelayanan *frontliner*, *mobile banking* dan kepercayaan sangat dibutuhkan agar dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan kepuasan nasabah, apabila kepuasan nasabah meningkat maka kualitas perusahaan juga akan meningkat sehingga perusahaan dapat mencapai tujuannya dengan mudah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kepuasan nasabah dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan *Frontliner*, *Mobile Banking*, Dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Malang.**”



## 1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang penelitian diatas, dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Pelayanan *Frontliner*, *Mobile Banking* dan Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Malang ?
2. Apakah Kualitas Pelayanan *Frontliner* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Malang ?
3. Apakah Kualitas Pelayanan *Mobile Banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Malang ?
4. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Malang ?

## 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah Kualitas Pelayanan *Frontliner*, *Mobile Banking* dan Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Malang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah Kualitas Pelayanan *Frontliner* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Malang.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah Kualitas Pelayanan *Mobile Banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Malang.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Malang.

### 1.3.2 Manfaat Penelitian

#### 1) Manfaat Teoritis

##### a. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini dimaksudkan untuk menambah wawasan dan pengembangan ilmu pengetahuan dibidang perbankan syariah atau dijadikan sebagai referensi maupun rujukan untuk peneliti selanjutnya yang mengambil judul atau topik yang sama dibidang perbankan syariah.

#### 2) Manfaat Praktis

##### a. Bagi Instansi Terkait

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan masukan bagi Kantor Bank Syariah Indonesia di Kota Malang sebagai acuan dan sumber informasi baik dalam mengambil keputusan, atau dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah.

##### b. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai sumber informasi atau masukan kepada masyarakat tentang faktor-faktor maupun indikator yang mempengaruhi kepuasan nasabah.



University of Islam Malang  
**REPOSITORY**



© Hak Cipta Milik UNISMA

[repository.unisma.ac.id](http://repository.unisma.ac.id)

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner, Mobile Banking dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Malang. Responden dalam penelitian ini berjumlah 92 responden yang merupakan nasabah dari Bank Syariah Indonesia Di Kota Malang. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan model regresi berganda, maka terdapat beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan frontliner, mobile banking dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Malang.
2. Kualitas pelayanan frontliner secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Malang.
3. Mobile Banking secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Malang.
4. Kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Malang.

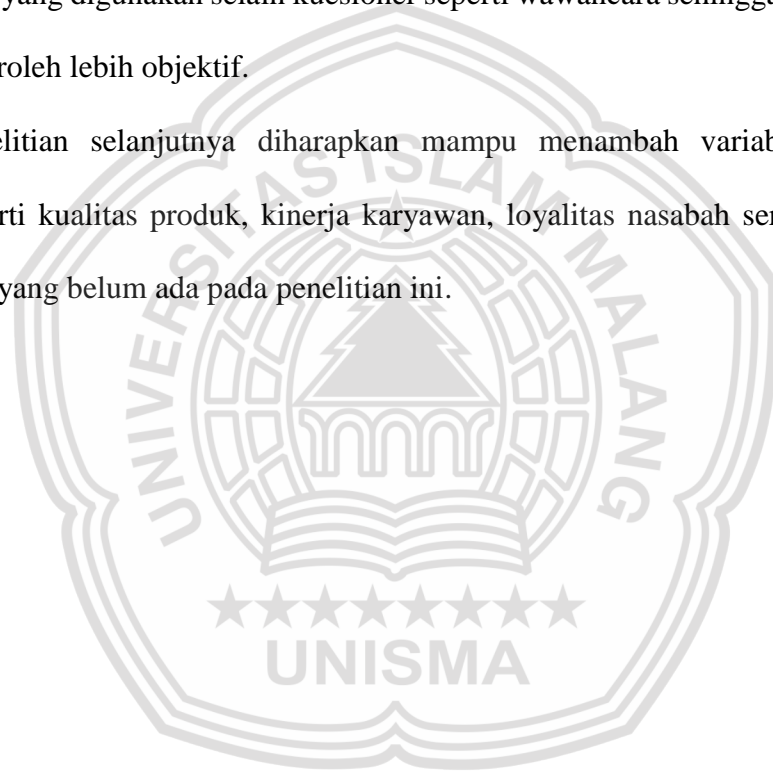
#### 5.2 Keterbatasan

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan. Dengan keterbatasan ini peneliti mengharapkan adanya perbaikan untuk penelitian selanjutnya, diantara keterbatasan tersebut yaitu sebagai berikut :

1. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner, yaitu terkadang jawaban tidak sesuai dengan keadaan sesungguhnya.
2. Nilai *Adjusted R Square* 38,1% berarti masih terdapat variabel lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah akan tetapi tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

### 5.3 Saran

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah metode pengumpulan data yang digunakan selain kuesioner seperti wawancara sehingga hasil yang diperoleh lebih objektif.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan mampu menambah variabel-variabel seperti kualitas produk, kinerja karyawan, loyalitas nasabah serta variabel lain yang belum ada pada penelitian ini.



## DAFTAR PUSTAKA

- Arif, M. N., & Rianto, M. N. 2010. Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah. *Bandung: Alfabeta.*
- Aliansyah, T., & Hafasnuddin, S. 2012. Pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank aceh syariah cabang banda aceh. *Banda Aceh: Program Magister Manajemen, Program Pascasarjana-Universitas Syiah Kuala.*
- Aydin, S., & Özer, G. 2015. The analysis of antecedents of customer loyalty in the Turkish mobile telecommunication market. *European Journal of marketing.*
- Bachmann, R., & Zaheer, A. 2016. *Handbook of trust research.* Edward Elgar Publishing.
- Egan, J. 2014. *Relationship marketing: Exploring relational strategies in marketing.* Pearson education.
- Freddy, R. 2013. Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan ISO 9001.
- Ghozali, I. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Semarang.
- Hasibuan, H. 2011. Dasar-Dasar Perbankan, PT Bumi Aksara.
- Harish, I. N. 2017. *Pengaruh kepercayaan nasabah dan kualitas layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah* (Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis).
- Hutabarat, R. 2019. Practical Bank Letter Writing.
- Hidayat, R. 2019. Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan nilai nasabah terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan, 11(1), 59-72.*
- Ismail. 2010. Manajemen Perbankan, Kharisma Putra Utama. h 153.
- Irawan, H. 2012. Prinsip Kepuasan Pelanggan, PT Elex Media Komputindo.
- Ismawanto, T., Setianegara, R. G., & Rahmani, S. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan 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), 1-11.*
- Kotler, P. 2010. Marketing Management, Edisi Milenium. h 50.
- Kaihatu, T. S., Daengs, A., & Indrianto, A. T. L. 2015. *Manajemen Komplain.* Penerbit Andi.
- Karomillah, M. 2015. Pengaruh Layanan E-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah BNI Syariah Cabang Pembantu Bintaro-Kebayoran Arcade.
- Kotler, P. 2016. Manajemen Pemasaran Jilid 1, Jakarta Erlangga.



- Kaihatsu, T. S. 2018. Analisa kesenjangan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen pengunjung Plaza Tunjungan Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(1), 66-83.
- Kartika, E. W., & Kaihatu, T. S. 2018. Analisa pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di laundry 5ASEC Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 4(2), 45-57.
- Kotler, P., Keller., & Kevin, L. 2019. Manajemen Pemasaran. Ed 12. Jilid 1. Jakarta : PT. Indeks
- Kim, J., Jin, B., & Swinney, J. L. 2019. The role of etail quality, e-satisfaction and e-trust in online loyalty development process. *Journal of retailing and Consumer services*, 16(4), 239-247.
- Mawey, T. C., Tumbel, A., & Ogi, I. W. 2018. Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Sulutgo. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(3).
- Muhlis, M & Haryani, H. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan *Frontliner* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah KCP Kartini Depok. *Jurnal Economicus*, 13(2).
- Nurdin, N., Musyawarah, I., Nurfitriani, N., & Jalil, A. 2020. Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu). *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2(1), 87-104.
- Prasetya, M. A. 2015. *Pengaruh E-Service Quality dan Trust pada Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BRI Syariah di Tangerang Selatan)* (Bachelor's thesis, Perpustakaan FEB UIN Jakarta).
- Priansa, D. J. 2017. Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer. *Bandung: Alfabeta*.
- Putro, H., T., L., Thamrin., & Samsudin. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking PT Bank Negara Indonesia Tbk Di KCP Buaran Jakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(2), 48-56.
- Supratikno, H. 2011. *Ekonomi Nurani VS Ekonomi Naluri*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Sumarni, M. 2011. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta :Liberty. 228.
- Siregar, B., Suropto, B., Hapsoro, D., Widodo Lo, E., Biyanto, F. 2013. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta : Salemba Empat.
- Suprpto, J. 2016. Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar. *Jakarta: Rineka Cipta*.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Suryani, T. 2017. *Manajemen pemasaran strategik bank di era global*. Prenada Media.



- Tjiptono, F. 2010. Perspektif manajemen dan pemasaran kontemporer. *Yogyakarta: Andi*, 294.
- Turban, E. 2014. *Electronic Commerce A Managerial Perspective*. New Jersey: Prentice Hall.
- Tjiptono, F. 2014. Pemasaran Jasa. Malang: Bayu Media.
- Tjiptono, F. 2017. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi, 112.
- Tjiptono, F. 2018. Manajemen Jasa. *Yogyakarta: Andi*, 68.
- Tjiptono, F. 2019. Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andi, 60.
- Yuniarti, V. S. 2011. Perilaku Konsumen Teori dan Praktik. Bandung: Pustaka Setia, 239.
- Yusmad, M. A. 2018. *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik*. Deepublish.

