

Pengaruh Servicescape dan Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Bank Muamalat KCU Padangsidimpuan)

Eka Lestari, Budi Gautama Siregar

Universitas Islam Negeri Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan

ARTICLE INFO

Article history:

Received April 30, 2025

Revised May 23, 2025

Accepted May 28, 2025

Available online June 02, 2025

Kata kunci:

Kepuasan Nasabah, Servicescape, dan Frontliner

Keywords:

Customer Satisfaction, Servicescape, and Frontliner



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2025 by Author. Published by Yayasan Daarul Huda

ABSTRAK

Perkembangan dari Bank Muamalat KCU Padangsidimpuan yang telah ditinjau bahwa minimnya minat masyarakat untuk menggunakan Bank Muamalat tersebut dikarenakan kurangnya kualitas pelayanan dan fasilitas yang ada sehingga menyebabkan masyarakat lebih memilih bank konvensional daripada bank syariah tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh servicescape dan kualitas pelayanan frontliner terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan. Metode penelitian yang digunakan ialah metode penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, angket, dan dokumentasi dengan jumlah sampel 87 responden dan menggunakan teknik rumus Slovin. Teknik analisis data dengan menggunakan statistic yaitu SPSS versi 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial servicescape berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dengan Thitung (1,666) > Ttabel (1,663). Variabel Kualitas pelayanan frontliner secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dengan Thitung (4,520) > Ttabel (1,663). Selain itu, terdapat pengaruh variabel servicescape dan kualitas pelayanan secara frontliner bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia KCU

Padangsidimpuan dengan Fhitung (10,594) > Ftabel (3,105).

ABSTRACT

The development of Bank Muamalat KCU Padangsidimpuan which has been reviewed shows that the lack of public interest in using Bank Muamalat is due to the lack of quality of service and existing facilities, causing people to prefer conventional banks over sharia banks. The purpose of this research is to determine the influence of servicescape and frontliner service quality on customer satisfaction at PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan. The research method used is a quantitative research method. Data collection techniques used interviews, questionnaires and documentation with a sample size of 87 respondents and used the Slovin formula technique. The data analysis technique uses statistics, namely SPSS version 23. The results of this research show that partially servicescape has a positive effect on customer satisfaction with Tcount (1.666) > Ttable (1.663). The frontliner service quality variable partially has a positive effect on customer satisfaction with Tcount (4.520) > Ttable (1.663). Apart from that, there is an influence of servicescape variables and frontliner service quality together (simultaneously) on PT customer satisfaction. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan with Fcount (10,594) > Ftable (3,105).

PENDAHULUAN

Pendirian dari bank syariah merupakan upaya penciptaan kemaslahatan umat islam, maka dalam setiap kegiatan yang ada sudah harus sesuai dengan syariat tidak boleh sama sekali bertentangan dengan ajaran-ajaran islam (Ismail, 2021). Bank merupakan lembaga intermediasi bagi nasabah penyimpan dana dan pembiayaan, disamping fungsi-fungsi lain dalam pelayanan jasa keuangan (Darwis Harahap, dkk, 2017).

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang kegiatannya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat (Budi Gautama Siregar, dkk, 2017). Bank syariah adalah salah satu intitusi keuangan yang berbasis syariat islam (Sarmiana Batubara, dkk, 2020). Perkembangan perbankan syariah di Indonesia telah menjadi tolak ukur keberhasilan eksistensi ekonomi

*Corresponding author

E-mail addresses: ekal0146@gmail.com, budigautama@uinsyahada.ac.id

syariah (Nofinawati, dkk, 2016). Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut bank syariah dan unit syariah, mencakup kelembagaan kegiatan usaha (Eva Indah, dkk, 2021).

Kemudian bisnis dan usaha yang dilaksanakan bank syariah, tidak terlepas dari kriteria syariah. Hal tersebut menyebabkan bank syariah tidak mungkin membiayai usaha yang mengandung unsur-unsur yang diharamkan (Nofinawati, 2020). Salah satu hal yang ada pada bank konvensional dan tidak ada pada bank syariah adalah riba, riba sangat dilarang dalam islam. Perbuatan bisnis secara riba adalah memperoleh untung dari hasil kepayahan dan kesusahan orang lain (Irham Fahmi, 2016).

Semua produk dan jasa yang ada pada bank syariah tentu sudah terjamin dan pasti akan kehalalannya sehingga tidak perlu diragukan lagi. Namun, persaingan dunia perbankan tidak semudah pada zaman dahulu kala karena tidak hanya sesama bank syariah yang bersaing tetapi juga dengan bank konvensional (Kasmir, 2014).

Pada prinsipnya pelayanan yang baik harus diberikan oleh semua unsur yang terlibat. Semua harus mau dan mampu memberikan pelayanan yang sama. Disisi lain para nasabah semakin kritis akan kualitas pelayanan yang diharapkan dapat diperoleh dari jasa perbankan yang dipergunakannya (Zuhri, 2015).

Salah satu cara yang dapat dilakukan *manager* dalam mempertahankan nasabah maupun menarik nasabah baru dengan menggunakan teori *servicescape*. *Servicescape* adalah lingkungan fisik organisasi tempat dimana dilaksanakannya pelayanan kepada para nasabah. Lingkungan fisik meliputi kondisi *ambient*, tata spasial dan fungsi serta tanda, symbol dan artefak (Stefhanie Sahanggamu, 2018).

Dalam hal ini perbankan menggunakan lingkungan layanan sebagai salah satu cara untuk menunjukkan kualitas yang dimiliki oleh perbankan, dengan tujuan untuk membuat nasabah merasa puas atau kualitas dan jasa yang diberikan perbankan kepada nasabah. Kemudian untuk meningkatkan citra perbankan maka bank perlu mempersiapkan karyawan yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Karyawan yang diharapkan mampu melayani keinginan dan kebutuhan nasabah ini disebut dengan *frontliner* yang mempunyai peranan sangat penting dalam dunia perbankan (Haryo Gumilang, 2020).

Kepuasan nasabah dipengaruhi oleh *Servicescape* dan kualitas pelayanan *Frontliner*. Dengan adanya *servicescape* dan kualitas pelayanan petugas *frontliner* yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, maka berpengaruh juga dalam peningkatan bank itu sendiri. PT. Bank Muamalat KCU Padangsidimpuan merupakan satu-satunya bank muamalat yang ada di padangsidimpuan yang wilayah kerjanya mencakup padangsidimpuan dan tapanuli selatan. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh peneliti dengan mewawancarai salah satu karyawan PT. Bank Muamalat Padangsidimpuan dari jumlah nasabah yang diberikan oleh pak Rusdi dari tahun 2019 sampai 2022 mengalami penurunan yang signifikan. Hal tersebut menunjukkan bahwa masih banyak orang yang tidak tertarik menggunakan Bank Muamalat Padangsidimpuan. Kemudian minimnya minat masyarakat untuk menggunakan Bank Muamalat dikarenakan kurangnya kualitas pelayanan.

Kemudian dari beberapa fenomena yang ditemukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa pelayanan dan fasilitas sangat mempengaruhi proses aktivitas perbankan dalam menarik minat nasabah dan mempertahankan nasabah. bahwa terjadi penurunan jumlah nasabah dari tahun ketahun yang dapat disimpulkan masih kurangnya minat masyarakat dalam menggunakan pelayanan ataupun jasa Bank Muamalat Padangsidimpuan. Maka dari itu peneliti merasa perlu melakukan penelitian mengenai pengaruh *serviscape* dan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah. Dimana dari beberapa wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan beberapa nasabah banyak mengatakan bahwa pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan kurang memuaskan dimana pelayanan yang mereka berikan sangat kurang tepat dan terlalu berbelit-belit.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, fenomena dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Maka peneliti tertarik dan merasa perlu untuk melakukan penelitian pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan dan peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul **"Pengaruh *Servicescape* Dan Kualitas Pelayanan *Fronliner* Terhadap Kepuasan Nasabah"** (Studi Kasus Pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidimpuan).

TINJAUAN TEORISTIK

Servicescape

Menurut Rambat Lupiyoadi, *Servicescape* adalah lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan dan tempat penyediaan jasa dan konsumen berinteraksi, ditambah unsur berwujud apapun yang digunakan untuk mengkomunikasikan atau mendukung peranan jasa itu (Rambat Lupiyoadi, 2014). Komunikasi dalam *servicescape* juga dapat menciptakan hubungan antar konsumen dengan perusahaan menjadi lebih baik, baik secara langsung maupun tidak. Menurut Lovelock dan Wirtz, *Servicescape* berhubungan dengan gaya dan penampakan dari lingkungan fisik dan elemen lainnya yang berdasarkan pengalaman yang dihadapi oleh pelanggan.

Pelanggan dengan pengalaman positif dari suatu *servicescape* cenderung untuk mengevaluasi layanan penuh secara positif. Kemampuan lingkungan fisik mempengaruhi perilaku dan memberikan gambaran yang sangat jelas untuk bisnis jasa seperti hotel, restoran, kantor profesional, bank, toko ritel, dan rumah sakit. Hal ini dikarenakan suatu layanan umumnya diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan (Buchari Alma, 2014).

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggannya. Kualitas lebih menekankan aspek kepuasan pelanggan yang diberikan oleh perusahaan yang menawarkan jasa. Keberhasilan suatu perusahaan yang bergerak disektor jasa tergantung kualitas pelayanan yang ditawarkan (Mu'ah, 2021). Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Pada umumnya pelayanan yang tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi, serta pembelian ulang yang lebih sering.

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan pelayanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surah *Al- Ĥujurāt* ayat 10 : Ayat tersebut menjelaskan bahwa orang-orang mukmin itu bernasab kepada satu pokok, yaitu iman yang menyebabkan terjadinya hubungan yang baik dan dianjurkan untuk memperbaiki hubungan jika terjadi perselisihan serta bertakwalah kepada Allah dalam segala hal sehingga Allah akan memberikan rahmat (Ahmad Musafa, 2016).

Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan sangat bergantung pada tiga hal yaitu: sistem, teknologi, dan manusia. Faktor manusia memegang kontribusi terbesar sehingga kualitas layanan lebih sulit ditiru dibandingkan dengan kualitas produk dan harga. Salah satu konsep kualitas layanan yang populer adalah *ServQual*. Berdasarkan konsep ini, kualitas layanan diyakini memiliki lima dimensi, yaitu dimensi *reability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangible* (Tony Sitingjak, 2004).

Ciri-ciri Pelayanan yang Baik dan Berkualitas

1. Tersedia karyawan yang baik : karyawan yang melayani pelanggan
2. Tersedia Sarana Prasarana
3. Bertanggung jawab
4. Mampu melayani secara cepat dan tepat
5. Mampu berkomunikasi (Kasmir, 2016).

Frontliner

Frontliner adalah sumber daya manusia penting dalam perusahaan berinteraksi langsung dengan pelanggan. Secara langsung dapat ditangkap oleh pelanggan melalui *frontliner*. Mereka harus memiliki kemampuan melayani nasabah secara tepat dan cepat serta memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik.

Pengertian customer service

Customer service secara umum ialah setiap aktivitas yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang bisa memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. CS juga harus bisa menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah bank (Mulkan Fadli , 2020).

Fungsi dan tugas customer service

Kita perlu mengetahui beragam fungsi dan tugas yang harus diemban oleh seorang *customer service* untuk menjaga citra perusahaan. Fungsi *customer service* yang harus dijalankan setiap waktu adalah sebagai berikut :

1. Deskman
2. Salesman
3. *Customer Relation Officier*
4. Komunikator (Kasmir, 2018).

Pengertian Teller

Teller adalah petugas bank yang pekerjaan sehari-harinya berhadapan dengan nasabah dan masyarakat umum. Berdasarkan pengertian yang lain *teller* merupakan seorang petugas dari pihak bank yang berfungsi untuk melayani nasabah dalam hal transaksi keuangan perbankan kepada semua nasabahnya (Zulkifli Rusby, 2017).

Fungsi dan Job Description Teller

1. Seorang *Teller* yang baik harus datang tepat waktu sesuai jam masuk
2. Jika ada nasabah maka harus bersikap ramah
3. Menjaga penampilan berbusana sesuai standar bank

4. Jika ada nasabah ingin setor atau tarik tunai maka teller wajib menghitung uang
5. Melakukan pembayaran non tunai atau tunai kepada nasabah yang bertransaksi (Izzun Khoirun Nissa, 2022).

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan refleksi penilaian nasabah terhadap jasa yang mereka rasakan pada waktu tertentu atau bisa dikatakan sebagai pengalaman sejati atau keseluruhan kesan nasabah atas pengalamannya menggunakan jasa perbankan. Menurut Kasmir, Kepuasan pelanggan adalah harapan atau perasaan seseorang atas pembelian suatu barang ataupun jasa (Kasmir, 2017). Kepuasan konsumen adalah respon atau reaksi atas ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah penggunaan atau pemakaian (Freddy Rangkuti, 2014).

Dampak Kepuasan Nasabah

Tujuan utama strategi pemasaran yang dijalankan adalah untuk meningkatkan jumlah nasabahnya, baik secara kuantitas maupun kualitasnya. Kepuasan nasabah menjadi sangat bernilai bagi bank atau perusahaan sehingga tidak heran selalu ada slogan bahwa pelanggan adalah raja, yang perlu dilayani dengan sebaik-baiknya.

Hal-hal yang perlu dilakukan untuk kepuasan nasabah

1. Memerhatikan kualitas pelayanan
2. Faktor pendekatan dan kedekatan untuk berinteraksi dengan staf bank tersebut
3. Harga yang ditawarkan
4. Kenyamanan dan keamanan lokasi bank
5. Kemudahan memperoleh produk bank
6. Penanganan komplain atau keluhan
7. Kelengkapan dan kegunaan produk (Kasmir, 2013).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Muamalat KCU Padangsidempuan. Adapun waktu penelitian ini dilakukan pada tahun 2022 sampai dengan selesai. Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah jenis penelitian kuantitatif. Analisa data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji dan menjelaskan pengaruh servicescape dan kualitas pelayanan frontliner terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan.

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan yang berjumlah 685 nasabah. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam menentukan sampel penelitian ini adalah *simple random sampling*. Jadi yang menjadi sampel dari penelitian ini adalah 87 nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan.

Instrumen penelitian yaitu alat yang digunakan dalam proses pengumpulan data penelitian untuk mengukur fenomena ataupun sosial yang sedang diamati. Instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan wawancara secara langsung, pengisian kuesioner (angket), dan dokumentasi. Patokan yang digunakan skala likert yang memiliki gradasi dari yang paling negatif sampai dengan yang positif dengan 5 jawaban alternative.

HASIL

Hasil Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Servicescape (X1)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Servicescape 1	0,485	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n - 2 = 87 - 2 = 85$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1775$	Valid
Servicescape 2	0,662		Valid
Servicescape 3	0,379		Valid
Servicescape 4	0,476		Valid
Servicescape 5	0,590		Valid
Servicescape 6	0,384		Valid
Servicescape 7	0,673		Valid
Servicescape 8	0,567		Valid

Tabel 2. Hasil Uji Frontliner(X2)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Frontliner 1	0,320	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n - 2 =$	Valid
Frontliner 2	0,708		Valid
Frontliner 3	0,618		Valid

Frontliner 4	0,655	87-2= 85. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel}=0,1775$	Valid
Frontliner 5	0,394		Valid
Frontliner 6	0,440		Valid
Frontliner 7	0,764		Valid
Frontliner 8	0,808		Valid

Tabel 3. Hasil Uji Kepuasan Nasabah(Y)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
KepuasanNasabah 1	0,610	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df= n-2= 87-2= 85$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel}=0,1775$	Valid
KepuasanNasabah 2	0,449		Valid
KepuasanNasabah 3	0,662		Valid
KepuasanNasabah 4	0,518		Valid
KepuasanNasabah 5	0,662		Valid
KepuasanNasabah 6	0,507		Valid
KepuasanNasabah 7	0,735		Valid
KepuasanNasabah 8	0,702		Valid

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Servicescape(X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,626	8

Tabel 5. Hasil Uji Frontliner (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,735	8

Tabel 6. Hasil Uji Kepuasan Nasabah (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,753	8

Uji Normalitas

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		87
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.96428138
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.081
	Negative	-.052
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

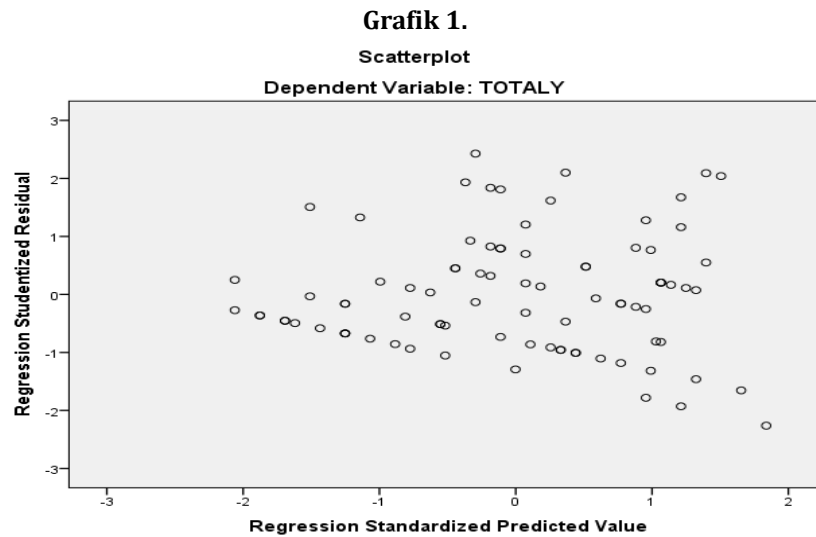
Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	0,968	1,033
	X2	0,968	1,033

a. Dependent Variable: Y

Uji Heteroskedastisitas



Uji Autokorelasi

Tabel 9.
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.262 ^a	.069	.058	1.87908442	1.976

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 10.
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.786	5.544		2.306	.024
	X1	.181	.109	.165	1.666	.099
	X2	.435	.096	.448	4.520	.000

Y

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Tabel 11.
Hasil Uji Parsial

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.786	5.544		2.306	.024
	X1	.181	.109	.165	1.666	.099
	X2	.435	.096	.448	4.520	.000

a. Dependent Variable: Y

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Tabel 12. Hasil Uji Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	83.695	2	41.847	10.594	.000 ^b
	Residual	331.823	84	3.950		
	Total	415.517	86			

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel IV.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.449 ^a	.201	.182	1.988
a. Predictors: (Constant), TotalX2, TotalX1				
b. Dependent Variable: totally				

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan analisa data yang dilakukan dalam penelitian pengaruh *servicescape* dan kualitas pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan Bank Muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan maka dapat diketahui bahwa $t_{hitung} X_1 = 1,666 > t_{tabel} = 1,663$ artinya terdapat pengaruh *servicescape* (X_1) terhadap kepuasan nasabah (Y) secara parsial. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwasanya *servicescape* mempunyai pengaruh dari pengurangan nasabah dari tahun ke tahun yang ada pada latar belakang masalah.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Michael Tumbelaka dan Sjendry Loindong yang menyatakan bahwa *servicescape* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Jadi Kesimpulannya *servicescape* berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank muamalat Indonesia KCU Padangsidempuan.

2. Pengaruh *frontliner* terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan analisa data yang dilakukan dalam penelitian pengaruh *servicescape* dan kualitas pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan bank muamalat indonesia kcu padangsidempuan maka dapat diketahui bahwa $t_{hitung} X_2 = 4,520 > t_{tabel} = 1,663$ artinya terdapat pengaruh *frontliner* (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y) secara parsial.

Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwasanya *frontliner* mempunyai pengaruh dari pengurangan nasabah dari tahun ke tahun yang ada pada latar belakang masalah Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wiwik yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan juga signifikan antara pelayanan *frontliner* dan kepuasan nasabah.

3. Pengaruh *servicescape* dan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan hasil analisis data uji F menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($10,594 > 3,105$) artinya terdapat pengaruh *servicescape* dan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah secara simultan pada penelitian pengaruh *servicescape* dan kualitas pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan bank muamalat indonesia kcu padangsidempuan. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwasanya *servicescape* dan *frontliner* mempunyai pengaruh dari pengurangan nasabah dari tahun ke tahun yang ada pada latar belakang masalah Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putri Wulan yang menyatakan bahwa *servicescape* dan *frontliner* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai Pengaruh *servicescape* dan kualitas pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah dapat ditarik kesimpulan yaitu:

- Hasil analisis regresi berganda diketahui nilai konstan dalam persamaan penelitian ini adalah sebagai berikut:
 - Nilai konstanta sebesar 12,786 artinya jika variabel *Servicescape* (SC) dan *Frontliner* (FT) nilai 0, maka Kepuasan Nasabah (KN) nilainya 12,786.

- b. Koefisien Servicescape sebesar 0,181 artinya apabila variabel Servicescape ditambah 1 satuan maka variabel kepuasan nasabah naik sebesar 0,181. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Servicescape dengan kepuasan nasabah.
 - c. Koefisien Frontliner sebesar 0,435 artinya apabila variabel Frontliner ditambah 1 satuan maka variabel kepuasan nasabah naik sebesar 0,435. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Frontliner dengan kepuasan nasabah.
2. Hasil analisis uji t pada variabel *servicescape* dengan tingkat kesalahan 10%, kemudian nilai $t_{hitung} = 1,666$ dan nilai $t_{tabel} = 1,663$ yang diperoleh dari t_{tabel} df = n-k-1 atau 87-2-1= 84 dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel, maka nilai $t_{hitung} 1,666 > t_{tabel} = 1,663$ artinya H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Dapat disimpulkan bahwa pada *servicescape* terdapat pengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Kcu Padangsidimpuan.
3. Hasil analisis uji t pada variabel *frontliner* dengan tingkat kesalahan 10%, kemudian nilai $t_{hitung} = 4,520$ dan nilai $t_{tabel} = 1,663$ yang diperoleh dari t_{tabel} df = n-k-1 atau 87-2-1= 84 dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel, maka nilai $t_{hitung} 4,520 > t_{tabel} = 1,663$ artinya H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak. Dapat disimpulkan bahwa pada *frontliner* terdapat pengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Kcu Padangsidimpuan.
4. Hasil uji F diketahui nilai F_{hitung} adalah sebesar 10,594 dan nilai F_{tabel} 3,105 yang diperoleh dari tabel statistik dengan derajat kebebasan df = n-k-1 atau 87-2-1= 84 dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel bebas. Berdasarkan nilai tersebut penelitian $F_{hitung} 10,594 > F_{tabel} 3,105$ artinya H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak maka dapat disimpulkan bahwa pada variabel *servicescape* dan *frontliner* terdapat pengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Kcu Padangsidimpuan.
5. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa nilai R square sebesar 0,449 artinya bahwa variabel Servicescape dan Frontliner menunjukkan presentase pengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar 20,1% sedangkan sisanya 79,9% di pengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Musafa. (2016). *Tafsir Al- Maraghi 12*. Semarang: CV. Toha Putra .
- Buchari Alma. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Budi Gautama Siregar, Hamni Fadlillah Nasution, Siti Aisyah. (2017). Pengaruh Produk Domestik Bruto (PDB) Terhadap Pembiayaan Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) Tahun 2010-2014 (Penerapan Analisis Regresi Data Pooling). *Jurnal Of Sharia Banking* , 5 (2).
- Darwis Harahap, Muhammad Yafiz. (2017). Determinan Dana Pihak Ketiga Bank Syariah di Indonesia: Model Vector Autoregresif. *Jurnal Of Sharia Banking* , 10 (1).
- Eva Indah, Abdul Nasser Hasibuan, Ali Hardana, Rahmat Anam. (2021). Determinats Of Customer loyalty. *Jurnal Of Syariah Banking* , 2.
- Freddy Rangkuti . (2014). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisi SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Haryo Gumilang. (2020). Analisis Kualitas layanan Frontliner Terhadap Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga Studi pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Bekasi Pondok Gede. 17 (2).
- Irham Fahmi. (2016). *Manajemen Pengambilan Keputusan Teori dan Aplikasi*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Ismail. (2021). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Izzun Khoirun Nissa. (2022). *Manajemen Perbankan Syariah*. Jakarta: Tahta Media Grup.
- Kasmir. (2017). *customer service excellent :teori dan praktik*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada .
- Kasmir. (2016). *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pres.
- Kasmir. (2014). *Manajemen Perbankan Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kasmir. (2018). *Pemasaran Bank*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2013). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Mu'ah. (2021). *Loyalitas Pelanggan Tinjauan Aspek Kualitas Pelayanan dan Biaya Peralihan*. Sidoarjo: Zifatama Jawa.
- Mulkan Fadli . (2020). *Keterampilan Manajerial Efektif*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Nofinawati. (2020). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Nofinawati, Nurul Izzah Lubis. (2016). Perkembangan Perbankan Syariah Indonesia. *Jurnal Of Syariah Banking* , 14 (2).
- Rambat Lupiyoadi . (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sarmiana Batubara, Muhammad Wandisyah R. Hutagalung. (2020). Produk dan Akad Akad Perbankan Syariah. *Journal Of Sharia Banking* , 1.

- Stefhanie Sahanggamu. (2018). Analisis Kualitas Layanan, servicescape dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sinarmas Bitung. *Jurnal Manajemen*, 3 (1).
- Tony Sitinjak. (2004). *Model Matriks Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Zuhri. (2015). *Akuntansi Penghimpun Dana Bank Syariah*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Zulkifli Rusby. (2017). *Manajemen Perbankan Syariah*. Pekanbaru: Pusat Kajian FAI UIR.