

Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Dan Penerapan Nilai-Nilai Islam terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran

Muh. Afta Noer¹⁾, Sitti Fatimah²⁾, Nuraeni Gani³⁾.

¹⁾UIN Alauddin Makassar

muaftanur12@gmail.com

²⁾UIN Alauddin Makassar

nandafatmakeempat@yahoo.com

³⁾UIN Alauddin Makassar

hjnuraeni.gani@gmail.com

Artikel disubmit: 12 Mei 2025 artikel direvisi: 10 Desember 2025, artikel diterima: 30 Desember 2025

Abstrak

Di Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran, kualitas pelayanan frontliner dan penerapan nilai-nilai Islam adalah dua faktor utama yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Dengan meningkatnya ekspektasi nasabah terhadap layanan keuangan, bank syariah harus mengelola kedua aspek ini secara efektif untuk memastikan tingkat kepuasan yang tinggi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas pelayanan Frontliner dan Penerapan Nilai-Nilai Islam terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, dengan menggunakan pendekatan asosiatif dengan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 sampel. Teknik analisis data menggunakan uji koefisien determinasi, uji parsial dan simultan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan Frontliner berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, dengan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$ dan nilai t-hitung $3,085 > t$ -tabel 1,982, Penerapan Nilai-Nilai Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai t-hitung $4,484 > t$ -tabel 1,982, dan Kualitas Pelayanan Frontliner dan Penerapan Nilai-Nilai Islam secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai F-hitung $40,736 > F$ -tabel 3,090.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan Frontliner, Penerapan Nilai-Nilai Islam dan Kepuasan Nasabah.

Abstract

Abstrak At Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran, the quality of frontliner service and the implementation of Islamic values are two main factors that influence customer satisfaction. With the increasing expectations of customers towards financial services, Islamic banks must manage these two aspects effectively to ensure a high level of satisfaction. The purpose of this study was to determine the effect of Frontliner Service Quality and the Implementation of Islamic Values on Customer Satisfaction at Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran. The method used in this study is a quantitative research method, using an associative approach with a sample size of 100 samples. The data analysis technique uses the coefficient of determination test, partial and simultaneous tests. The results of this study indicate that Frontliner Service Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, with a significance value of $0.003 < 0.05$ and a t-count value of $3.085 > t$ -table 1.982, Implementation of Islamic Values has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, with a significance value of $0.000 < 0.05$ and a t-count value of $4.484 > t$ -tabel 1.982, and Frontliner Service

Quality and Implementation of Islamic Values simultaneously have a positive and significant effect on Customer Satisfaction, with a significance value of 0.000 <0.05 and an F-count value of 40.736> from F-table 3.090.

Keywords : *Frontliner Service Quality, Implementation of Islamic Values and Customer Satisfaction.*

1. PENDAHULUAN

Perbankan Syariah merupakan suatu sistem perbankan yang dikembangkan hukum Islam. Indonesia yang mayoritas penduduknya adalah muslim memberikan ruang yang cukup luas bagi perkembangan bank syariah. Perkembangan perbankan syariah di Indonesia telah menjadi tolak ukur keberhasilan eksistensi ekonomi syariah (Sri Kurnialis Et Al, 2022). Tujuan bank syariah bersumber dari prinsip-prinsip syariah yang dimiliki oleh bank syariah yaitu maqasid syariah sehingga keberadaan atau eksistensi dari bank syariah adalah untuk menggapai falah bagi seluruh stakeholdernya.

Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran merupakan salah satu Bank Syariah di kota Makassar yang mengedepankan kualitas pelayanan dan penerapan nilai-nilai Islam kepada para nasabahnya, sebagaimana yang kita ketahui bahwa pelayanan di sebuah bank merupakan hal yang sangat penting bagi nasabah karena dalam memikat hati nasabah adalah kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah terhadap bank itu sendiri. Salah satu aspek krusial yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh frontliner, yaitu staf bank yang berinteraksi langsung dengan nasabah. Frontliner memiliki peran penting dalam membentuk kesan pertama dan pengalaman keseluruhan nasabah saat berinteraksi dengan bank. Pelayanan yang berkualitas mencakup berbagai aspek, seperti keramahan, kecepatan pelayanan, ketepatan informasi yang diberikan, dan kemampuan menyelesaikan masalah nasabah. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan tingkat kepercayaan dan kenyamanan nasabah, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap kepuasan mereka.

Dalam upaya mendapatkan pelayanan dari teller, customer service dan security, nasabah sering menilai kualitas operasional suatu bank berdasarkan lamanya waktu menunggu atau kecepatan teller, customer service dan security dalam memberikan pelayanan kepada para nasabahnya. Selain daripada itu, tingkah laku dari para teller, customer service dan security dalam melakukan pelayanan harus mencerminkan bahwa mereka bekerja dalam sebuah lembaga keuangan yang menerapkan nilai-nilai Islam.

Pada kenyataannya pelayanan yang terjadi tidak memadai karena antrian yang panjang dan lamanya waktu menunggu. Sedangkan di dalam teori, pelayanan yang tidak baik akan membuat nasabah tidak puas sehingga dapat menyebabkan nasabah beralih ke bank lain yang memiliki pelayanan yang lebih baik. Sementara di sisi lain pada periode waktu yang sama menunjukkan indikasi yang berbeda, di mana dalam periode waktu yang sama nasabah bank BSI KCP Makassar Veteran justru mengalami peningkatan. Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk mengetahui lebih jauh lagi secara mendalam tentang bagaimana kualitas pelayanan frontliner dan penerapan nilai-nilai Islam terhadap kepuasan nasabah setelah menerima pelayanan dari Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran.

2. METODE PENELITIAN

Lokasi pada penelitian ini yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Makassar Veteran yang beralamatkan Jl. Veteran Utara Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Penelitian ini akan dilakukan selama

kurang lebih 1 bulan terhitung bulan Juli 2024. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitaif. yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2020).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang ada di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Makassar Veteran per Juli 2024 sebanyak 30.045 nasabah. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan menggunakan non-probability sampling, maka diperoleh jumlah sampel minimum adalah 99,66 yang dibulatkan menjadi 100 responden. Dalam memperoleh data dan informasi yang relevan dengan Penelitian ini menggunakan metode angket. Angket adalah daftar pernyataan yang disusun secara sistematis kepada responden dengan maksud agar orang yang diberi tersebut bersedia memberikan respon sesuai permintaan pengguna (Juliandi Azuar, 2014). Adapun variabel independen dalam penelitian ini yaitu:

1. Kualitas Pelayanan Frontliner

Kualitas Pelayanan Frontliner adalah Pelayanan yang di berikan oleh Perbankan yang bertugas sebagai customer service, teller, dan security yang berinteraksi langsung dengan nasabah.

2. Penerapan nilai-nilai Islam

Penerapan nilai-nilai Islam adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan syariah berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah.

3. Kepuasan nasabah

Kepuasan nasabah adalah upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu yang memadai. Dalam lingkup lembaga keuangan perbankan, kepuasan nasabah dirasakan saat nasabah telah merasakan manfaat dari pelayanan, produk dan jasa perbankan.

Adapun teknik pengolahan data dan analisis data yang digunakan yaitu uji kualitas data (uji validitas dan uji realibilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis (uji statistik t/ uji parsoal, uji statistik f/ uji simultan dan uji koefisien determinasi).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas sangat diperlukan untuk mengetahui sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Kriteria untuk penilaian uji validitas jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut valid, sedangkan apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r -Hitung	r-Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan Frontliner (X1)	X1.1	0,579	0,196	VALID
	X1.2	0,623		
	X1.3	0,509		
	X1.4	0,521		
	X1.5	0,677		
Penerapan Nilai-Nilai Islam (X2)	X2.1	0,657	0,196	VALID
	X2.2	0,698		
	X2.3	0,746		
	X2.4	0,710		
	X2.5	0,529		
Kepuasan Nasabah (Y)	Y.1	0,679	0,196	VALID
	Y.2	0,648		
	Y.3	0,785		

Berdasarkan *tabel 1* diatas menjelaskan bahwa pernyataan dalam kuesioner dikatakan valid karena r -hitung $>$ r -tabel, dimana r -tabel untuk jumlah responden sebanyak 100 orang adalah 0,196. Oleh karena itu pernyataan dapat digunakan untuk uji selanjutnya.

b. Uji Realibilitas

Uji realibilitas merupakan teknik yang dapat digunakan dalam mengukur variabel melalui pertanyaan atau pernyataan. Pengujian reliabilitas yaitu pengujian yang menggunakan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika menghasilkan nilai Cronbach Alpha > 0.60 (Ghozali, 2016).

Tabel 2. Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan Frontliner (X1)	0,755	RELIABEL
Penerapan Nilai-Nilai Islam (X2)	0,723	
Kepuasan Nasabah (Y)	0,784	

Hasil uji reliabilitas pada tabel 4.8 diatas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ dimana variabel Kualitas Pelayanan Frontliner (X1) sebesar 0,755, Penerapan Nilai-Nilai Islam (X2) sebesar 0,723, Kepuasan Nasabah (Y) sebesar 0,784. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengukuran yang dibuat oleh peneliti untuk masing-masing variabel dari kuisioner tersebut benar-benar reliabel, sehingga setiap pernyataan yang disebutkan dalam kuisioner yang berkaitan dengan variabel tersebut dapat digunakan untuk uji lanjutnya.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Dengan menggunakan one sample Kolmogorov-Smirnov, uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah nilai residual dari regresi berdistribusi normal. Nilai signifikan diatas 0,05 menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas (Agus Tri Basuki and Nano Prawoto, 2015).

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	100
Normal Parameters ^{a,b}	
Mean	.0000000
Std. Deviation	1.22593959
Most Extreme	
Absolute	.165
Differences	
Positive	.088
Negative	-.165
Test Statistic	.165
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Output SPSS 23

Berdasarkan hasil output tabel 4.9 diatas menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed)nya > 0,05 yaitu 0,200. Dengan demikian, dapat disimpulkan dari model regresi bahwa item yang diuji memiliki distribusi normal dan layak untuk digunakan

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk melihat apakah terdapat dua atau lebih variabel bebas yang berkorelasi secara linier (Ghozali, 2016). Hal ini dapat diidentifikasi dengan menggunakan tolerance yang tidak lebih dari 10 dan faktor keakuratan variabel (VIF) yang tidak kurang dari 0,1. Dengan demikian, model regresi dapat dianggap bebas dari masalah multikolinearitas.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas_Pelayanan_Frontliner	.583	1.715
Penerapan_Nilai_Nilai_Islam	.583	1.715

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.10 diatas memperlihatkan tidak terjadi multikolinearitas. Hal ini dapat dilihat dari hasil nilai Tolerance masing-masing variabel independen < 0,10, begitupun dengan nilai Variance Inflation Factor >10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah ada ketidaksamaan dalam varians dalam model regresi (Ghozali, 2016). Jika nilai signifikansi > 0,05 maka kesimpulannya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.673	.971		1.722	.088		
Kualitas_Pelayanan_Frontliner	-.027	.052	-.070	-.526	.600	.583	1.715
Penerapan_Nilai_Nilai_Islam	-.008	.050	-.021	-.162	.872	.583	1.715

Berdasarkan tabel 4.11 diatas maka hasil dari uji heteroskedastisitas menunjukkan signifikansi 0,600 pada variabel Kualitas Pelayanan Frontliner (X1), dan signifikansi 0,872 pada variabel Penerapan Nilai-Nilai Islam (X2). Oleh karena itu dapat diartikan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas karena nilai signifikansi > 0,05.

3. Uji Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis hubungan dan pengaruh antara satu variabel terikat terhadap dua atau lebih variable bebas (Sugiyono, 2020).

Tabel 6. Hasil Uji Analisis Berganda

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	.849	1.398		.607	.545
Kualitas_Pelayanan_Frontliner	.232	.075	.302	3.085	.003
Penerapan_Nilai_Nilai_Islam	.324	.072	.440	4.484	.000

Berdasarkan tabel 4.12 diatas maka persamaan Regresi Linear Berganda dapat dirumuskan: $Y = 0,849 + 0,232(X1) + 0,324(X2) + e$

- Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 0,849, hal tersebut dapat diartikan bahwa jika variabel bebas bernilai 0 (konstan), maka variabel terikat bernilai 0,849.
- Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan Frontliner (X1) bernilai positif (+) sebesar 0,232, maka dapat diartikan bahwa jika variabel X1 meningkat maka variabel Y juga meningkat, begitupun sebaliknya.
- Nilai koefisien regresi variabel Penerapan Nilai-Nilai Islam (X2) bernilai positif (+) sebesar 0,324, maka dapat diartikan bahwa jika variabel X2 meningkat maka variabel Y juga meningkat, begitupun sebaliknya.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi R^2 digunakan untuk mengetahui persentase perubahan pada variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independen (X) (Ghozali, 2016).

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.676 ^a	.456	.445	1.239

Sumber: Output SPSS 23

Tabel 7 menunjukkan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,676. Nilai tersebut menunjukkan adanya hubungan cukup kuat antara variabel independen dan variabel dependen. Kemudian, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,456. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kemampuan dari variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependennya cukup kuat yaitu, sebesar 45,6 persen dan sisanya sebesar 54,4 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di analisis dalam model ini.

b. Uji T (Parsial)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016). Tingkat signifikan dan penelitian ini adalah 5%. Dimana dengan asumsi jika angka probabilitas signifikansi besar dari lima persen ($> 5\%$) maka H_0 ditolak, jika angka probabilitas signifikansi kecil dari lima persen ($< 5\%$) maka H_1 diterima.

Tabel 8. Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	.849	1.398		.607	.545
Kualitas_Pelayanan_Frontliner	-.232	.075	.302	3.085	.003
Penerapan_Nilai_Nilai_Islam	-.324	.072	.440	4.484	.000

Sumber: Output SPSS 23

Berdasarkan tabel 8 diatas menunjukkan bahwa:

- 1) Kualitas Pelayanan Frontliner (X1) berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) dengan nilai sig. sebesar $0,003 < 0,05$ dan nilai t-hitung $3,085 > t$ -tabel 1,983. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yang artinya terdapat pengaruh variabel Kualitas Pelayanan Frontliner terhadap Kepuasan Nasabah.
H1: Kualitas Pelayanan Frontliner berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Makassar Veteran.
- 2) Penerapan Nilai-Nilai Islam (X2) berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) dengan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t-hitung $4,484 > t$ -tabel 1,983. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima yang artinya terdapat pengaruh variabel Penerapan Nilai-Nilai Islam terhadap Kepuasan Nasabah.
H2: Penerapan Nilai-Nilai Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Makassar Veteran.

c. Uji F (Simultan)

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi secara bersama-sama terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikan 0,05 (Ghozali, 2016). Adapun dasar pengambilan keputusan dapat dinyatakan, jika nilai sig. $< 0,05$ maka hipotesis diterima, tetapi jika nilai sig. $> 0,05$ maka hipotesis ditolak.

Tabel 9. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	124.9702		62.485	40.736	.000 ^b
Residual	148.79097		1.534		
Total	273.76099				

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Dari tabel 4.15 diatas diketahui nilai sig. untuk Kualitas Pelayanan Frontliner (X1) dan Nilai-Nilai Islam (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan F hitung sebesar $40,736 > F$ tabel sebesar 3,090. Ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan Frontliner (X1) dan Penerapan Nilai-Nilai Islam (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) secara bersamaan, sehingga H3 diterima, yaitu Kualitas Pelayanan Frontliner dan Penerapan Nilai-Nilai Islam berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah.

H3 : Kualitas Pelayanan Frontliner dan Penerapan Nilai-Nilai Islam berpengaruh Positif dan Signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Makassar Veteran.

3.2. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner (X1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Hasil pengolahan data dengan uji statistic IBM SPSS 23 menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan Frontliner (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y), dengan nilai signifikansi 0,003 lebih kecil dari 0,05 dan nilai t-hitung (3,085) lebih besar dari t-tabel (1,982). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 **diterima** yang artinya terdapat pengaruh variabel Kualitas Pelayanan Frontliner terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan frontliner di Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Bank harus terus meningkatkan pelatihan dan pengembangan frontliner mereka dalam aspek sikap, kecepatan pelayanan, kemampuan problem solving, dan pengetahuan produk. Peningkatan dalam aspek ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan nasabah secara keseluruhan dan memperkuat hubungan antara bank dan nasabahnya.

Menurut Kasmir Kualitas Pelayanan di definisikan sebagai Tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan (Kasmir, 2017). Sedangkan menurut Arianto Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis pelayanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di Perusahaan (Arianto, N., Patilaya, E, 2018).

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Khusnul Istiqomah, Ahsan Putra Hafiz, dan Abdul Hakim Saputra (2024) bahwa variable Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y) yang ditunjukkan oleh hasil t-hitung lebih besar dari t-tabel ($2,160 > 1,982$) dan nilai signifikansi 0,033 lebih kecil dari 0,05 ($0,033 < 0,05$). Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian Sumarno, Dapiyah, Sunardi Edirianto, Tarjono, dan Ikbal Maulana (2022) bahwa variable Kualitas Pelayanan Customer Service (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) yang ditunjukkan oleh hasil t-hitung lebih besar dari t-tabel ($4,176 > 2,010$) dan nilai signifikansi 0,000 kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).

Temuan ini juga berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Try Ramdani Rachmat (2019) bahwa variabel Pelayanan Teller (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) yang ditunjukkan oleh hasil t hitung -250 lebih kecil dari t tabel 1,662 dan nilai signifikansi 0,803 lebih besar dari 0,05 (Try Ramdhani Rachmat, 2019).

2. Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Hasil pengolahan data dengan uji statistic IBM SPSS 23 menunjukkan bahwa Penerapan Nilai-Nilai Islam (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y), dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai t-hitung (4,484) lebih besar dari t-tabel (1,982). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 **diterima** yang artinya terdapat pengaruh variabel Penerapan Nilai-Nilai Islam terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa Penerapan nilai-nilai Islam secara konsisten dalam operasional Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran berkontribusi secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Nilai-nilai seperti Siddiq, Amanah, Fatanah, Tabligh dan Prinsip Keadilan memperkuat kepercayaan nasabah dan meningkatkan pengalaman mereka dengan bank. Kepuasan nasabah meningkat ketika mereka merasa bahwa prinsip-prinsip syariah diterapkan secara efektif dalam produk, pelayanan, dan kegiatan sosial bank.

Menurut Depdibud Nilai-nilai Islam merupakan bagian dari nilai-nilai material yang terwujud dalam kenyataan pengalaman rohani dan jasmani. Nilai-nilai keIslam merupakan tingkat integritas kepribadian yang mencapai tingkat budi (insan kamil). Nilai-nilai keIslam bersifat mutlak kebenarannya, universal, dan suci. Kebenaran dan kebaikan agama mengatasi rasio, perasaan, keinginan dan nafsu-nafsu manusiawi dan mampu melampaui subyektifitas golongan, ras, bangsa, dan stratifikasi social (Depdibud, xx). Menurut Djamil bahwa penerapan nilai-nilai Islam dalam tiap aktivitas bank syariah yakni suatu akad ataupun perjanjian yang dilakukan oleh bank syariah dengan nasabahnya, sangat menunjang langkah dalam pegembangan perbankan syariah di masa yang akan datang kemudian dengan diterapkannya nilai-nilai Islam terhadap bank syariah dengan baik serta benar tentunya dapat berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah (Putri, Andini, 2023).

Penerapan prinsip-prinsip Islam pada perbankan syariah merupakan pelaksanaan pedoman-pedoman dalam operasional bisnis sehari-hari dengan berdasarkan nilai-nilai syariah terkait dengan bisnis perbankan (Putri, 2023). Perbankan Syariah memiliki tujuan utama yaitu menjalankan operasi perbankan sesuai dengan tujuan syariah (maqashid syariah). Oleh karena itu, bank Islam juga mengimplementasikan nilai-nilai Islam dalam operasinya. Apabila nilai-nilai Islam dijalankan, tentunya tujuan syariah itu sendiri juga akan tercapai. Bisnis perbankan syariah merupakan bisnis yang berlandaskan pada kepercayaan, maka dengan penerapan nilai-nilai Islam akan berdampak pada citra yang baik dan membangun kepercayaan masyarakat sehingga dapat menimbulkan keinginan masyarakat untuk menabung dan bertransaksi pada bank syariah (Reza, Muhammad, and Evony Silvino Violita, 2018).

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Andini Putri (2023) bahwa variable Penerapan Nilai-Nilai Islam (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah (Y) yang ditunjukkan oleh hasil t-hitung lebih besar dari t-tabel ($5,247 > 1,984$) dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian Retno Prayudati (2022) bahwa variable Penerapan Nilai-Nilai Islami (X2) berpengaruh positif dan

signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) yang ditunjukkan oleh hasil t-hitung lebih besar dari t-tabel ($2,300 > 1,984$) dan nilai signifikansi 0,024 kurang dari 0,05 ($0,024 < 0,05$).

Temuan ini juga berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Umy Masruroh (2018) bahwa variabel Penerapan Nilai-Nilai Islam seperti keadilan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y) yang ditunjukkan oleh hasil t hitung 0,923 lebih kecil dari t tabel 1,986 dan nilai signifikansi 0,363 lebih besar dari 0,05.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner (X1) dan Penerapan Nilai-Nilai Islam (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Hasil pengolahan data dengan uji statistic IBM SPSS 23 dalam uji F bahwa Kualitas Pelayanan Frontliner (X1) dan Penerapan Nilai-Nilai Islam (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y), dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai F-hitung (40,736) lebih besar dari F-tabel (3,090). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 **diterima** yang artinya terdapat pengaruh variabel Kualitas Pelayanan Frontliner (X1) dan Penerapan Nilai-Nilai Islam (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y), sehingga dapat diartikan bahwa H3 diterima yaitu Kualitas Pelayanan Frontliner dan Penerapan Nilai-Nilai Islam berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan frontliner dan penerapan nilai-nilai Islam memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran. Kualitas pelayanan frontliner berkontribusi pada kepuasan melalui interaksi langsung yang positif, sementara penerapan nilai-nilai Islam memperkuat kepuasan melalui prinsip-prinsip keadilan, transparansi, tanggung jawab sosial, dan kejujuran. Kedua faktor ini saling melengkapi dan penting untuk meningkatkan pengalaman nasabah.

Menurut Kotler & Amstrong kepuasan pelanggan atau customer satisfaction merupakan salah satu pendorong utama yang menghubungkan antara perusahaan dan pelanggan dalam jangka panjang. Dengan demikian kepuasan pelanggan ini juga berhubungan erat dengan loyalitas pelanggan yang dapat memberikan banyak nilai baik bagi konsumen maupun perusahaan sendiri (Kotler, P., & Armstrong, 2018). Sedangkan menurut Tjiptono, “kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya” (Fandy Tjiptono, 2019).

Hasil temuan penelitian tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Reto Prayudati (2022) bahwa Variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Penerapan Nilai-Nilai Islami (X2) mempengaruhi Kepuasan Nasabah (Y) secara Simultan, dibuktikan dengan nilai F-hitung $129,894 > F$ -tabel 3,090 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. bahwa berlanjut dengan penelitian dari Irma (2021) bahwa Variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Penerapan Nilai-Nilai Islam (X2) mempengaruhi Kepuasan Nasabah (Y) secara Simultan, dibuktikan dengan nilai F-hitung $18,512 > F$ -tabel 3,090 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Temuan ini juga berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Try Ramdani Rachmat (2019) bahwa variabel Pelayanan Teller (X1) dan Pelayanan CS (X2) tidak berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) yang ditunjukkan oleh hasil F hitung $0,135$ lebih kecil dari F table $3,100$ dan nilai signifikansi $0,874$ lebih besar dari $0,05$ (Rachmat, 2019).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diperoleh dan dipaparkan di bab sebelumnya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Kualitas Pelayanan Frontliner (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y), dengan nilai signifikansi 0,003 lebih kecil dari 0,05 dan nilai t-hitung (3,085) lebih besar dari t-tabel (1,982). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima.
- b. Penerapan Nilai-Nilai Islam (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y), dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai t-hitung (4,484) lebih besar dari t-tabel (1,982). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima.
- c. Kualitas Pelayanan Frontliner (X1) dan Penerapan Nilai-Nilai Islam (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y), dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai F-hitung (40,736) lebih besar dari F-tabel (3,090). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima.

SARAN

1. Bagi Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran
Perusahaan disarankan untuk memberikan Kualitas pelayanan dan sesuai dengan Nilai-Nilai Islami sehingga nasabah akan senantiasa loyal dan nyaman menggunakan produk dan jasa dari Bank Syariah Indonesia KCP Makassar Veteran.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
Bagi peneliti selanjutnya untuk lebih memperdalam serta memperluas teori dan meambahkan variabel dan/atau faktor-faktor lain yang berbeda sehingga dapat membuktikan apakah terdapat variabel lain yang dapat memberikan pengaruh terhadap peningkatan Kepuasan Nasabah. Hal ini dapat menjadi pertimbangan agar peneliti lebih objektif dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan Kualitas Pelayanan dan Penerapan Nilai-Nilai - Nilai Islam terhadap Kepuasan Nasabah.

REFERENSI

- Agus Tri Basuki and Nano Prawoto. Regresi Dalam Penelitian Ekonomi Dan Bisnis. Depok: Raja Grafindo Persada, 2015.
- Arianto, N., Patilaya, E. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Salt n Pepper Pada PT. Mitra Busana Sentosa Bintaro." KREATIF: Pemasaran, Sumberdaya Manusia dan Keuangan (2018).
- Azuar, Juliandi. Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep Dan Aplikasi: Sukses Menulis Skripsi. 1st ed. UMSU PRESS, 2014.
- Depdibud. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka, n.d.
- Djamil, Fathurrahman. Hukum Perjanjian Syariah Dalam Kompliasi Hukum Perikatan. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001.
- Fandy Tjiptono. Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. 1st ed. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2019.
- Ghozali, Imam. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: Universitas Diponegoro, 2016.
- Kasmir. Customer Service Excellent: Teori Dan Praktik. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017.
- . Pemasaran Bank. Jakarta: Kencana, 2017.
- Kotler, P., & Armstrong, G. Principles of Marketing Global. 17th ed. London: Pearson Education, 2018.
- Putri, Andini. "Peran Brand Image Dan Penerapan Nilai-Nilai Islam Dalam Memengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (Bsi) Kcp. Bulukumba." <https://repositori.uin-alauddin.ac.id/> (2023).
- Rachmat, Try Ramdhani. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah Pt Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.Cabang Parepare (Analisis Manajemen Syariah)" (2019).
- Reza, Muhammad, and Evony Silvino Violita. "Pengaruh Penerapan Nilai-Nilai Islam Terhadap Kinerja Bank Syariah Dengan Menggunakan Maqashid Index: Studi Lintas Negara." Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis 5, no. 1 (2018): 17–30.
- Sri Kurnialis, Zahrotul Uliya, Fitriani, Miftahul Aulasiska, and Muhammad Syahrul Nizam. "Perkembangan Perbankan Syariah Di Negara Muslim." Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah 5, no. 2 (2022): 109–119.
- Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan RAD. Edisi 2. Bandung: Alfabeta, 2020.