



Pengaruh *Servicescape* dan Kualitas Pelayanan *Frontliner* terhadap Kepuasan Nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Amanah Bangsa Sidamanik

Putri Shakinah

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Mustafa Kamal Rokan

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

M. Ikhsan Harahap

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Abstract. *The aim of this research is to determine the influence of servicescape and frontline service quality on customer satisfaction at Amanah Bangsa Sidamanik Sharia People's Financing Bank. This research uses quantitative research. In this research, a questionnaire was used to collect data, and 100 customers of the Amanah Bangsa Sidamanik Sharia People's Financing Bank were selected as samples using a simple random sampling method. Data analysis in this research is quantitative data analysis. Statistical tests known as Multiple Linear Regression Tests, T-tests, F-tests, and Coefficient of Determination (R²) are all components of this analysis, as well as the Classical Assumption Test. Based on hypothesis testing with the partial T test, it can be concluded that the Servicescape and Frontliner Service Quality variables partially have a significant effect on customer satisfaction. Based on simultaneous F test hypothesis testing, it can be concluded that the servicescape and frontline service quality variables together influence BPRS Amanah Bangsa customer satisfaction.*

Keywords: *Servicescape, Frontliner Service Quality, Customer Satisfaction*

Abstrak. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh *Servicescape* dan Kualitas Pelayanan *Frontliner* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Amanah Bangsa Sidamanik. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data, dan 100 nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Amanah Bangsa Sidamanik dipilih sebagai sampel menggunakan metode *simple random sampling*. Analisis data dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif. Uji statistik yang dikenal sebagai Uji Regresi Linear Berganda, uji-T, uji-F, dan Koefisien Determinasi (R²) adalah semua komponen dari analisis ini, dan juga Uji Asumsi Klasik. Berdasarkan pengujian hipotesis dengan uji T parsial dapat disimpulkan bahwa variabel *Servicescape* dan Kualitas Pelayanan *Frontliner* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Berdasarkan pengujian hipotesis uji F simultan dapat disimpulkan bahwa variabel *Servicescape* dan Kualitas Pelayanan *Frontliner* secara bersama sama berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Amanah Bangsa.

Kata Kunci: *Servicescape, Kualitas Pelayanan Frontliner, Kepuasan Nasabah*

PENDAHULUAN

Hingga saat ini, perbankan syariah masih terus bersaing, baik di pasar nasional maupun dalam pasar global. Cara yang dapat dilakukan untuk menghadapi persaingan yang ketat dan semakin tinggi ini, perusahaan diharuskan selalu memberikan inovasi, tujuannya untuk mempertahankan nasabah yang loyal terhadap bank. Adapun cara untuk mempertahankan nasabahnya dengan menggunakan konsep pelayanan, yaitu berkaitan dalam upaya memenuhi kebutuhan

dan keinginan konsumen. Hal tersebut merupakan salah satu tantangan yang harus dilawan dan juga diatasi bank syariah agar mampu memberikan partisipasi dalam pembangunan bangsa lewat pemberdayaan ekonomi manusia. Banyaknya jumlah bank syariah yang dibangun membuat nasabah memiliki banyak pilihan produk perbankan syariah yang ditawarkan. Dengan keadaan seperti itu, bank syariah diharuskan untuk memberikan yang terbaik kepada nasabahnya, agar nasabah tersebut tetap bertahan dengan bank lain yang ada di Indonesia

Tingkat kompetisi di sektor bank syariah tidak hanya melibatkan pesaing sesama bank syariah, melainkan juga bank konvensional. Oleh karena itu, strategi yang memiliki signifikansi besar bagi bank syariah adalah keunggulan dalam pelayanan. Kualitas layanan memegang peran kunci bagi kepuasan nasabah, dan memastikan kepuasan pelanggan serta pelayanan menjadi tujuan utama perusahaan. Kesadaran bahwa nasabah merupakan elemen krusial bagi kelangsungan perusahaan menjadi pokok penting, karena tanpa nasabah, aset perusahaan akan minim. Dengan demikian, menjaga keberlangsungan pelanggan menjadi fokus utama tugas perusahaan.

Perusahaan diminta untuk membuat nasabah puas dengan cara memberikan nasabah pelayanan dan penawaran yang jauh lebih baik, perusahaan juga harus bisa mempertahankan posisi pasarnya di tengah kompetisi yang semakin banyak dan semakin ketat. Salah satu faktor penentu kesuksesan dan kelangsungan hidup dalam berbisnis adalah adanya kepuasan nasabah. Semakin banyak nasabah setia yang dimiliki oleh perusahaan, perusahaan tersebut dapat dipastikan akan maju dan bertahan lama. Dalam perusahaan yang melakukan kegiatan operasional yang berkaitan langsung dengan nasabah, pastinya harus memiliki prinsip orientasi konsumen atau *consumer oriented*, dimana yang diutamakan adalah konsumen.

Dalam tengah persaingan yang semakin meningkat di industri perbankan saat ini, bank harus memiliki kemampuan untuk menarik dan mempertahankan sebanyak mungkin nasabah agar kelangsungan operasional bank dapat terjamin. Pada prinsipnya, kemampuan bank dalam mempertahankan nasabah menjadi krusial, mengingat mencari dan mendapatkan pelanggan merupakan salah satu tugas yang paling sulit. Adapun salah satu cara yang dapat dilakukan pihak bank untuk mempertahankan nasabah ataupun memikat calon nasabah adalah dengan cara memakai teori *Servicescape* (Lingkungan Layanan) dimana *servicescape* atau lingkungan fisik ini adalah Salah satu elemen yang dapat memengaruhi perilaku dan respons nasabah terhadap layanan yang disediakan oleh bank adalah *servicescape*. *Servicescape* mencakup segala aspek fasilitas fisik yang dimiliki oleh organisasi tersebut. Lingkungan layanan ini dapat diartikan sebagai tampilan

visual keseluruhan, mencakup fasilitas eksterior seperti desain bangunan, area parkir, halaman, atau taman, dan fasilitas interior seperti dekorasi, pencahayaan, peralatan, kualitas udara, suhu, dan suasana.

Untuk meningkatkan reputasi bank, penting bagi bank untuk memiliki karyawan yang dapat responsif terhadap keinginan dan kebutuhan nasabah. Karyawan yang diharapkan mampu memenuhi harapan dan kebutuhan nasabah ini disebut sebagai *frontliner*, yang memiliki peran krusial dalam industri perbankan. *Frontliner* terdiri dari *customer service*, teller, dan satpam, dan mereka merupakan lini pertama yang aktif terlibat dalam operasi inti bank serta memiliki interaksi langsung dengan nasabah. Penempatan *frontliner* memiliki dampak signifikan pada citra bank, karena pelayanan yang diberikan oleh *frontliner* dapat menciptakan kesan pertama yang baik atau buruk terhadap nasabah. Oleh karena itu, pelayanan kepada nasabah, khususnya oleh staf *frontliner*, harus dilakukan secara efisien dan efektif. Hanya dengan unit pelayanan yang dapat beroperasi dengan cepat dan sesuai dengan kebutuhan nasabah, bank dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

Secara umum, tugas seorang *frontliner* adalah membagikan informasi secara jelas dan lengkap kepada klien atau calon klien. Memiliki tenaga yang profesional yang bertanggung jawab terhadap kepuasan nasabah merupakan aspek yang sangat penting yang dapat meningkatkan loyalitas, dan keterikatan nasabah, serta memperkuat citra bank

Perbaikan layanan perbankan yang terus dilakukan antara lain interior kantor yang lebih menarik, area pelayanan yang bersih, ruang tunggu yang nyaman, peralatan dan fasilitas kantor yang berkualitas yang memberikan kecepatan dan kemudahan pelayanan nasabah serta staf yang ramah dan sopan, penampilan rapi.

Melalui perbaikan layanan bank ini, dapat diciptakan kepuasan nasabah yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas nasabah dan mengurangi kemungkinan berpindah ke bank lain. Selain *Servicescape* dan kualitas layanan *frontliner*, kepuasan nasabah juga berdampak pada peningkatan reputasi bank itu sendiri.

Melihat fakta yang ada saat ini, sebagian besar nasabah merasa tidak puas dengan pelayanan bank konvensional maupun bank syariah. Hal ini dikarenakan adanya beberapa keluhan nasabah yang belum bisa dilayani dan diatasi sepenuhnya oleh pihak bank. Sementara itu, bank syariah juga perlu membenahi sistem operasionalnya, baik di bidang penyaluran dana maupun layanan keuangan syariah yang tingkat kepuasannya pas-pasan. Artinya, bank syariah harus

mampu melampaui layanan perbankan konvensional sekaligus menjamin kepuasan nasabah. melampaui apa yang diharapkan.

Dalam pengamatan awal peneliti di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Amanah Bangsa Sidamanik bahwa kualitas pelayanan *frontliner* yang diberikan oleh PT. BPRS Amanah Bangsa Sidamanik belum optimal dan terjadinya antrian yang cukup panjang, dan juga *servicescape* belum terlalu diterapkan di BPRS Amanah Bangsa Sidamanik, seperti tidak adanya simbol/petunjuk arah menuju toilet, tanda toilet, tempat duduk masih sedikit, dan area parkir sempit.

Berlandaskan latar belakang diatas maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Servicescape* dan Kualitas Pelayanan *Frontliner* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Amanah Bangsa Sidamanik”

KAJIAN TEORI DAN TELAAH LITERATUR

Servicescape

Servicescape ini merupakan gabungan dari kata ‘layanan’ dan ‘pemandangan’. *Servicescape* ini telah ada dan sudah dipelajari selama puluhan tahun di berbagai pengaturan layanan, seperti restoran, hotel, dll. Dalam lingkungan layanan (*Servicescape*) ini produk serta jasa dikemas menjadi satu kesatuan dimana *servicescape* ini dapat mempengaruhi kepuasan akhir nasabah (Bitner, 1992, p. 57). Lingkungan layanan atau yang biasa disebut *servicescape* ini adalah bentuk dan gaya lingkungan fisik, yang meliputi fasilitas dalam dan luar ruangan (tata letak, kualitas udara, suhu) serta lansekap, desain eksterior, parkir, sekitar lingkungan. selain bukti nyata lainnya seperti kartu nama, alat tulis, laporan penagihan, laporan, karyawan gaun, seragam, brosur, halaman web dan bentuk fisik, *Servicescape* ditampilkan dalam pemasaran jasa (Rita Ambarwati, 2021, p. 582). Adapun menurut Bitner (1992) indikator *servicescape* ada 3 yaitu *ambient conditions, spatial layout and functionality*, dan *signs, symbol, and artifact*.

Kualitas Pelayanan *Frontliner*

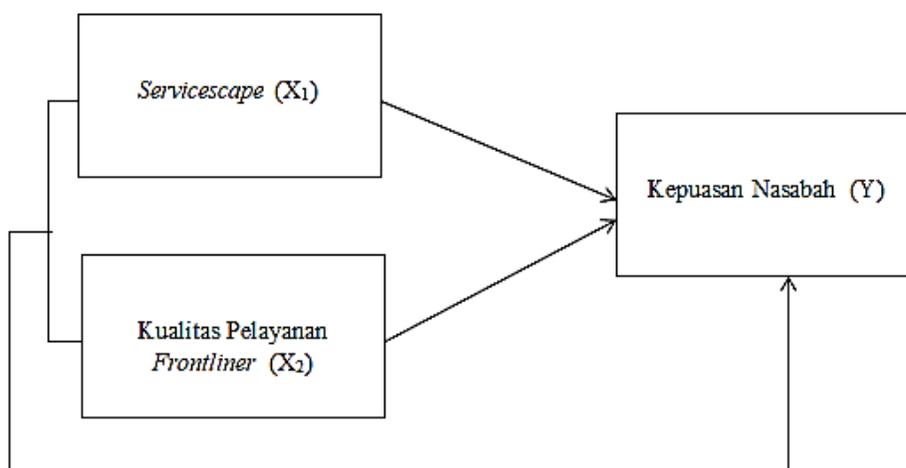
Lewis dan Booms berpendapat bahwa Kualitas pelayanan adalah evaluasi sejauh mana tingkat pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan. kualitas pelayanan yaitu keseluruhan karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya dalam memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang terlihat maupun yang tersembunyi (Andri et al., 2021, p. 311). Keunggulan dalam pelayanan akan menciptakan kepuasan pelanggan, terutama ketika pelayanan tersebut sesuai dengan harapan mereka. (Mustafa Kamal Rokan et al., 2022, p. 2). Nasabah

mengalami tingkat kepuasan atau ketidakpuasan setelah merasakan setiap layanan sesuai dengan sejauh mana harapan mereka terpenuhi atau terlampaui (Saparuddin et al., 2021, p. 2500). Jika pelayanan yang diterima atau dialami (*perceived service*) memenuhi harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dapat disimpulkan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melebihi harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dapat disimpulkan sebagai kualitas yang ideal. Sedangkan jika layanan yang diterima rendah dari yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dianggap buruk Yang termasuk dalam *Frontliner* adalah : *Customer service, Teller*, dan *Satpam* (Semil, 2018, p. 108) . Indikator kualitas pelayanan terletak pada lima dimensi yaitu: dimensi *reliability, responsiveness, assurance, empathy* dan *tangible* (Sulistiyowati, 2018, p. 28)

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah atau pelanggan dapat diartikan secara sederhana, yaitu : suatu keadaan dimana keinginan, kebutuhan dan harapan nasabah dapat terpenuhi melalui jasa atau produk yang digunakan dan dikonsumsi (Nasution, 2001, p. 45). Konsep kepuasan pelanggan menjadi hal terpenting yang digunakan untuk menarik minat konsumen. Memberikan layanan dengan kualitas terbaik sangat penting bagi perusahaan untuk bertahan dan menjaga kepercayaan pelanggan (Nurbaiti et al., 2021, p. 260). Sebuah produk dianggap memiliki kualitas apabila mampu memberikan kepuasan sepenuhnya kepada nasabah, sesuai dengan harapan yang mereka miliki terhadap produk tersebut. (Nur, 2005, p. 3). Dalam menentukan tingkat kepuasan nasabah, bank harus memperhatikan lima faktor utama yaitu (Karim, 2020, p. 32) : kualitas produk, pelayanan, faktor emosional, harga, dan biaya kemudahan. Menurut Sellnes et.al dalam Saputra dan Alvi (2017) indikator kepuasan nasabah yaitu : *experience, expectation, overall satisfaction*

Model Empiris



METODE PENELITIAN

Populasi yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah tabungan di bank pembiayaan rakyat syariah Amanah Bangsa Sidamanik yang berjumlah 486 orang nasabah sedangkan jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 nasabah dari jumlah populasi yang berjumlah 486 orang nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Amanah Bangsa Sidamanik. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *probability sampling* dimana memberikan peluang yang sama bagi seluruh anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Metode yang diterapkan adalah menggunakan metode *simple random sampling*, yang merupakan teknik pengambilan sampel secara acak tanpa mempertimbangkan strata yang mungkin ada dalam populasi. Penelitian ini menggunakan skala likert 5. Teknik analisis data yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan program SPSS 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No	Pernyataan	Variabel	R-Hitung	R-Tabel (Taraf Sig. 5%)	Keterangan
1	Pencahayaan dalam ruangan BPRS Amanah Bangsa Sidamanik memadai	<i>Servicescape</i> (X ₁)	.529**	0.1966	VALID
2	Kebersihan di dalam ruangan BPRS Amanah Bangsa Sidamanik terjaga		.542**	0.1966	VALID
3	Tata letak ruangan memudahkan nasabah untuk bertransaksi		.715**	0.1966	VALID
4	Tempat parkir BPRS yang memadai		.759**	0.1966	VALID
5	Tanda/petunjuk arah yang dibuat oleh BPRS Amanah Bangsa Sidamanik membantu nasabah dengan baik		.685**	0.1966	VALID
1	Petugas <i>frontliner</i> dapat menyelesaikan masalah nasabah	Kualitas Pelayanan <i>Frontliner</i> (X ₂)	.895**	0.1966	VALID

2	Petugas <i>frontliner</i> mampu memberikan solusi yang tepat kepada nasabah		.900**	0.1966	VALID
3	Petugas <i>frontliner</i> menjamin kerahasiaan data nasabah		.823**	0.1966	VALID
4	Nasabah diperhatikan dengan baik oleh petugas <i>frontliner</i>		.852**	0.1966	VALID
5	Petugas <i>frontliner</i> mengenakan pakaian yang rapi dan menarik		.839**	0.1966	VALID
1	Secara keseluruhan nasabah puas oleh pelayanan yang diberikan petugas <i>frontliner</i>		.830**	0.1966	VALID
2	Saya merasa puas menggunakan produk tabungan yang tersedia di BPRS Amanah Bangsa Sidamanik	Kepuasan Nasabah (Y)	.873**	0.1966	VALID
3	Saya puas dengan kenyamanan dan keamanan yang diberikan oleh BPRS Amanah Bangsa Sidamanik		.899**	0.1966	VALID
4	Saya merasa puas dengan kemudahan dalam setiap transaksi di BPRS Amanah Bangsa Sidamanik		.803**	0.1966	VALID
5	Pelayanan yang diberikan petugas <i>frontliner</i> telah memenuhi harapan nasabah		.833**	0.1966	VALID

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS

Terlihat dari tabel di atas bahwa semua nilai r hitung untuk masing-masing variabel X dan Y lebih besar dari r tabel dengan taraf signifikansi 5%. Sehingga setiap item pernyataan yang berkaitan dengan setiap variabel adalah valid dan dapat digunakan untuk memenuhi persyaratan validitas.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas Reliabilitas	Keterangan
<i>Servicescape</i> (X_1)	0,658	0,6	RELIABEL
Kualitas Pelayanan <i>Frontliner</i> (X_2)	0,913	0,6	RELIABEL
Kepuasan Nasabah (Y)	0,903	0,6	RELIABEL

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS

Berdasarkan tabel di atas, semua pertanyaan dan pernyataan pada semua faktor pengujian dinyatakan dapat diandalkan atau reliabel karena memiliki nilai *alfa cronbach* lebih tinggi dari 0,6

Uji Statistik

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,578 ^a	,334	,320	1,87346
a. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan <i>frontliner</i> , <i>Servicescape</i>				
b. Dependent Variable: Kepuasan nasabah				

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS

Koefisien determinasi *adjusted R*² sebesar 0,320, hal ini dapat diartikan bahwa variabel independent (*servicescape* dan kualitas pelayanan *frontliner*), memberikan kontribusi atau pengaruh terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah) sebesar 32% dan sisanya sebesar (100% - 32% = 68%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 4. Hasil Uji Signifikansi Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	170,384	2	85,192	24,272	,000 ^b
	Residual	340,456	97	3,510		
	Total	510,840	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah						
b. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan <i>frontliner</i> , <i>Servicescape</i>						

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS

Berdasarkan tabel ANOVA diatas, dapat diketahui F_{hitung} sebesar (24,272) adapun untuk nilai F_{tabel} sebesar (3,09). Maka F_{hitung} (24,272) > F_{tabel} (3,09) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. sehingga H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa *servicescape* dan kualitas pelayanan *frontliner* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah

Tabel 5. Hasil Uji Statistik t

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	4,478	2,521		1,776	,079		
	<i>Servicescape</i>	,335	,102	,279	3,283	,001	,954	1,049
	Kualitas pelayanan <i>frontliner</i>	,481	,091	,449	5,294	,000	,954	1,049

a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS

Berdasarkan tabel 5 dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel *servicescape* dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 3,283 dengan signifikansi sebesar 5%. Karena t_{hitung} (3,283) > t_{tabel} (1,985) dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak, artinya bahwa variabel *servicescape* berpengaruh secara signifikan dan parsial terhadap kepuasan nasabah.
2. Variabel kualitas pelayanan *frontliner* dapat diketahui bahwa t_{hitung} sebesar 5,294 dengan signifikansi sebesar 5%. Karena t_{hitung} (5,294) > t_{tabel} (1,985) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak, artinya bahwa variabel kualitas pelayanan *frontliner* berpengaruh secara signifikan dan parsial terhadap kepuasan nasabah.

Persamaan Regresi Kedua

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,478	2,521		1,776	,079
	<i>Servicescape</i>	,335	,102	,279	3,283	,001
	Kualitas pelayanan <i>frontliner</i>	,481	,091	,449	5,294	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah

Sumber : Data primer yang diolah dengan SPSS

Berdasarkan tabel 6 diatas, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 4,478 + 0,335X_1 + 0,481X_2$$

Persamaan linear tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 4,478 artinya jika variabel X_1 (*servicescape*), X_2 (kualitas pelayanan *frontliner*), tidak ada atau nilai nya 0 (nol), maka Y (kepuasan nasabah) adalah sebesar 4,478
2. Koefisien regresi X_1 (*servicescape*) sebesar 0,335 ditingkatkan 1 satuan, maka *servicescape* akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,335. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara *servicescape* dengan kepuasan nasabah, semakin baik faktor *servicescape* maka akan semakin meningkatkan kepuasan nasabah.
3. Koefisien regresi X_2 (kualitas pelayanan *frontline*) sebesar 0,481 ditingkatkan 1 satuan, maka kualitas pelayanan *frontliner* akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,481. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara kualitas pelayanan *frontliner* dengan kepuasan nasabah, semakin baik faktor kualitas pelayanan *frontliner* maka akan semakin meningkatkan kepuasan nasabah.

Pembahasan

Variabel *servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank pembiayaan rakyat syariah amanah bangsa sidamanik. Adanya pengaruh *servicescape* terhadap kepuasan nasabah, hal ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan *servicescape* semakin meningkat kepuasan nasabah. hal ini sejalan dengan data responden, bahwa sebagian besar pengunjung di dominasi oleh pensiunan (lainnya) yang sering kali menggunakan fasilitas BPRS Amanah Bangsa untuk melakukan beberapa transaksi di BPRS tersebut.

Variabel kualitas pelayanan *frontliner* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank pembiayaan rakyat syariah amanah bangsa sidamanik. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan *frontliner* maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah. Hasil dari kuesioner menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki penilaian yang tinggi terhadap variabel kualitas pelayanan *frontliner*. Hal ini berarti responden sadar akan kualitas pelayanan *frontliner* yang dirasakan dalam bertransaksi.

PENUTUP DAN SARAN

Variabel *servicescape* (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan *servicescape* maka tingkat kepuasan nasabah akan semakin meningkatkan. Kesimpulannya, *servicescape* di BPRS Amanah Bangsa sudah baik

Variabel kualitas pelayanan *frontliner* (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan *frontliner* maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah. Kesimpulannya, kualitas pelayanan *frontliner* di BPRS Amanah Bangsa Sidamanik sudah baik

Variabel *servicescape* (X_1) dan kualitas pelayanan *frontliner* (X_2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan lebih kepada pembaca dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi kepentingan keilmuan dan juga pengetahuan lebih kepada pembaca tentang *servicescape* dan kualitas pelayanan *frontliner* dalam memberikan kepuasan kepada nasabah. dan dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian dan mampu mendukung teori-teori penelitian berikutnya. Dan peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk meneliti variabel lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.

REFERENSI

- Andri, S., Afrizal, Amin, al jawi, Juliana, N., Iskandar, M., & Sugianto. (2021). *Factor Analysis of Reliability , Responsiveness , Assurance , Empathy and Tangibles To Satisfaction and Sharia Bank Customer Loyalty (Case Study of Islamic Commercial Banks in North Sumatera Province , Indonesia)*. IX(7), 308–319.
- Bitner, M. J. (1992). The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees. *Journal of Marketing*.
- Karim, K. (2020). *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan*. CV Jakad Media Publishing.
- Mustafa Kamal Rokan, Nur Ahmadi Bi Rahmani, & Nurfatimah Munthe. (2022). Pengaruh Peran Manajer, Kualitas Pelayanan Islami Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pasien Bekam Sebagai Variabel Intervening Pada Mitra Sehat Thibun Nabawi Di Masa Covid-19. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* , 8(3), 3728–3736. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie>
- Nasution, M. . (2001). *Manajemen Mutu Terpadu*. Ghalia Indonesia.
- Nur, N. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Ghalia Indonesia.

- Nurbaiti, Muslimatul, H., & Nia, A. (2021). *The Effect of Purchases on Comparison and Level of Service Quality in the E-Commerce Web Area (Case Study of Tokopedia and Bukalapak)*. 1(2), 257–262.
- Rita Ambarwati, S. (2021). *Manajemen Operasional dan Implementasi dalam Industri*. Pustaka Rumah C1nta.
- Saparuddin, S., Yenni, samri juliati nasution, & Rafia, hafni harahap. (2021). *Analysis of the Influence of Service Quality , Facilities and Value Rates on Patient Interest through Inpatient Satisfaction at Islam Malahayati Hospital*. 4, 2497–2508.
- Semil, N. (2018). *PELAYANAN PRIMA INSTANSI PEMERINTAH Kajian Kritis Pada Sistem Pelayanan Publik di Indonesia*. KENCANA.
- Sulistiyowati, W. (2018). *KUALITAS LAYANAN: TEORI DAN APLIKASINYA*. UMSIDA Press.