

LAPORAN PENELITIAN TERAPAN
STUDI EFEKTIVITAS *FRONTLINER* DALAM MENANGANI KELUHAN NASABAH
DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK
PADA PT BANK RAKYAT INDONESIA (Persero) Tbk.



Disusun oleh:

Maylina Dewi Prabaningrum

20211110

PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL SARJANA TERAPAN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2024

**STUDI EFEKTIVITAS *FRONTLINER* DALAM MENANGANI KELUHAN NASABAH
DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK
PADA PT BANK RAKYAT INDONESIA (Persero) Tbk.**

Laporan Penelitian Terapan

**Laporan penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan
jenjang Sarjana Terapan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia**

Disusun oleh:

Maylina Dewi Prabaningrum

20211110

PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL SARJANA TERAPAN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2024

PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

"Saya yang bertanda tangan di bawah ini mengindikasikan bahwa tidak ada bagian dari laporan penelitian terapan ini yang merupakan hasil jiplakan dari orang lain. Apabila pernyataan ini ternyata tidak benar, saya setuju untuk menerima hukuman dan sanksi sesuai dengan hukum yang berlaku."

Yogyakarta, 5 Juni 2024

Penulis



A handwritten signature in black ink, appearing to read "Maylina Dewi Prabaningrum".

Maylina Dewi Prabaningrum

HALAMAN PENGESAHAN
STUDI EFEKTIVITAS FRONTLINER DALAM MENANGANI KELUHAN NASABAH
DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK
PADA PT BANK RAKYAT INDONESIA (Persero) Tbk.



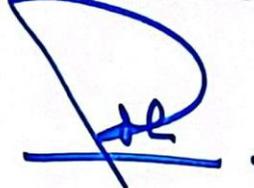
Disusun oleh:

Maylina Dewi Prabaningrum

20211110

Telah disetujui oleh dosen pembimbing
Pada tanggal: **23 MEI 2024**

Dosen Pembimbing



(Sukardi, SE., M.Si)



BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

Bismillahirrahmannirrahim,

Pada Semester Genap 2023/2024, hari Jumat, 28 Juni 2024, Program Studi Bisnis Digital Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian **TUGAS AKHIR** yang disusun oleh :

Nama : Maylina Dewi Prabaningrum
NIM : 20211110
Judul : Studi Efektivitas Frontliner dalam Menangani Keluhan Nasabah dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Bank pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.
Dosen Pembimbing : Sukardi, S.E., M.Si.

Berdasarkan hasil rapat Panitia Ujian, maka mahasiswa tersebut dinyatakan:

LULUS / ~~TIDAK LULUS~~

Nilai : **A**

Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan, akan diadakan pembetulan dan perbaikan sebagaimana mestinya.

Dosen Penguji
Sukardi, S.E., M.Si.

Arief Darmawan, S.E., M.M.

Mengetahui
Universitas Islam Indonesia – Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Ketua Prodi D4 Bisnis Digital



Arief Darmawan, S.E., M.M.

ABSTRAK

Penelitian ini melihat seberapa baik petugas frontliner menangani keluhan dan bagaimana itu memengaruhi kepuasan pelanggan. Ini juga menganalisis dan mendiskusikan dampak faktor empati, faktor kecepatan, dan faktor kenyamanan terhadap kepuasan pelanggan Bank BRI di Unit Nusukan Surakarta. Penelitian ini mengadopsi pendekatan eksplanatori dengan menggunakan data primer melalui survei yang berfokus pada pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian terdiri dari pelanggan dewasa yang telah mengajukan keluhan di Bank BRI Unit Nusukan Surakarta. Teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah non-probability sampling, lebih tepatnya purposive sampling, yang melibatkan 115 responden sebagai sampel. Penelitian ini bertujuan untuk menguji tiga hipotesis: kenyamanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (H3), kecepatan memiliki dampak terhadap kepuasan pelanggan (H2), dan empati memengaruhi kepuasan pelanggan (H1). Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala Likert sebagai instrumen utama, sedangkan analisis data dilakukan menggunakan pendekatan partial least squares (PLS) dalam model SEM (Structural Equation Modeling). Untuk menguji hipotesis, teknik kuantitatif digunakan dengan alat statistik untuk menganalisis data yang terkumpul dari populasi atau sampel yang diteliti. Menurut temuan studi, kepuasan pelanggan (Y) secara signifikan dipengaruhi oleh faktor kecepatan (X2), faktor kenyamanan (X3), dan faktor empati (X1), namun tidak oleh faktor lainnya. Sebagai hasilnya, H1 dibantah, tetapi H2 dan H3 yang disarankan divalidasi. Staf *frontline* Bank BRI Unit Nusukan Surakarta perlu menyesuaikan pendekatan mereka terhadap klien dengan memperhatikan lebih dekat dan menyempurnakan teknik manajemen keluhan mereka berlandaskan faktor kenyamanan, kecepatan, dan empati.

Kata kunci: Efektivitas, Penanganan Keluhan, Kepuasan Nasabah

ABSTRACT

This research looks at how well frontliners handle complaints and how that affects customer satisfaction. It also analyses and discusses the impact that empathy factors, speed factors, and convenience factors have on customer satisfaction of BRI Bank in Nusukan Unit Surakarta. Primary data are gathered for this type of research using explanatory research methods based on quantitative surveys; adult customers who have complained to Bank BRI Nusukan Unit Surakarta make up the study's population; non-probability sampling with purposive sampling is the technique employed, and the sample size is 115. The present study posits the following hypotheses: that customer satisfaction is significantly influenced by the convenience factor (H3), the speed factor (H2), and the empathy component (H1). A questionnaire with Likert scales was used as the research tool in this study. Both structural equation modelling (SEM) and the partial least squares (PLS) approach were used in the data analysis. In order to investigate a particular population or sample, a quantitative technique was utilised, which included the use of research tools for data collecting and statistical analysis to assess predetermined hypotheses. The study's conclusions show that elements like convenience (X3), quickness (X2), and empathy (X1) significantly influence customer satisfaction (Y), while other factors do not exhibit any impact. As a result, H1 is disproved, but the suggested H2 and H3 are validated. The frontline staff of Bank BRI Unit Nusukan Surakarta will need to adjust their approach to clients by paying closer attention and refining their complaint management techniques based on the factors of convenience, quickness, and empathy.

Keywords: *Effectiveness, Complaint Handling, Customer Satisfaction*

KATA PENGANTAR

Dengan rasa terima kasih yang mendalam, penulis ingin mengucapkan penghargaan kepada Tuhan YME atas kehadiran-Nya yang melimpahkan berkah, anugerah, serta izin-Nya yang telah memungkinkan penulis menyelesaikan penelitian dan laporan yang berjudul “STUDI EFEKTIVITAS *FRONTLINER* DALAM MENANGANI KELUHAN NASABAH DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT BANK RAKYAT INDONESIA (Persero) Tbk.”.

Penelitian ini dilakukan di Bank BRI Unit Nusukan Kota Surakarta yang terletak di Jalan Kapten Piere Tendean No. 124, Nusukan, Kecamatan Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa Tengah, dengan rentang waktu pelaksanaan dari bulan Maret hingga April 2024. Hasil dari penelitian ini membahas mengenai efektivitas pelayanan langsung kepada nasabah dalam menangani keluhan dan implikasinya terhadap tingkat kepuasan klien Bank BRI di cabang Nusukan Surakarta.

Penulis mengakui bahwa penyelesaian penelitian ini telah dimungkinkan berkat dukungan yang diberikan oleh berbagai pihak, termasuk doa, bantuan, arahan, semangat, dan panduan. Saya sangat ingin menyampaikan rasa terima kasih saya kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Ta’ala yang Maha Pemurah atas segala anugerah dan kesempatan yang diberikan-Nya.
2. Diri saya sendiri yang selalu berjuang tanpa lelah hingga saat ini.
3. *My Family*, yang senantiasa memberikan dukungan, nasihat, dan

doa bagi perjalanan saya.

4. Bapak Arief Darmawan, SE, MM sebagai Ketua Program Studi Bisnis Digital Diploma 4 di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Sukardi, SE, Msi sebagai pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan support dalam proses penelitian ini.
6. Seluruh instruktur dan staf Program Studi Bisnis Digital yang telah berkolaborasi memberikan informasi dan ilmu yang sangat bermanfaat.
7. Para pimpinan, manajer, dan seluruh tim di Bank BRI Unit Nusukan atas bantuan dan bimbingan yang diberikan selama proses penelitian.
8. Teman-teman dan sahabat yang senantiasa memberikan doa serta mendukung dengan memberikan semangat untuk saya.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki potensi untuk ditingkatkan. Oleh karena itu, kami dengan penuh keterbukaan menerima segala kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan ke depannya. Harapannya, hal ini dapat memberikan manfaat serta menjadi sumber referensi yang berharga bagi pembaca.

Yogyakarta, 5 Juni 2024

Penulis



Maylina Dewi Prabaningrum

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iv |
| HALAMAN PENGESAHAN UJIAN | v |
| ABSTRAK | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 7 |
| 1.3 Batasan Penelitian | 7 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 8 |
| 1.5 Manfaat Penelitian..... | 8 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 10 |
| 2.1 Bank..... | 10 |
| 2.2 Efektivitas..... | 11 |
| 2.3 Kriteria Efektivitas Organisasi | 12 |
| 2.4 Penanganan Keluhan (<i>Complaint Handling</i>)..... | 12 |
| 2.5 Kepuasan Pelanggan (<i>Customers Satisfaction</i>)..... | 16 |
| 2.6 <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)..... | 18 |
| 2.7 Hipotesis Penelitian | 19 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 20 |
| 3.1 Tipe Penelitian..... | 20 |
| 3.2 Populasi dan Sampel | 20 |
| 3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data | 21 |
| 3.4 Definisi dan Pengukuran Operasional Variabel | 22 |
| 3.5 Kerangka Teoritis | 23 |

| | | |
|---|---|-----------|
| 3.6 | Metode Analisis Data | 24 |
| BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN..... | | 25 |
| 4.1 | Keluhan Nasabah (<i>Customer Complaint</i>)..... | 25 |
| 4.2 | Persepsi Nasabah Bank BRI Unit Nusukan terhadap Penanganan Keluhan | 27 |
| 4.2.1 | Faktor Empati..... | 27 |
| 4.2.2 | Faktor Kecepatan | 27 |
| 4.2.3 | Faktor Kemudahan..... | 28 |
| 4.2.4 | Kepuasan Nasabah | 29 |
| 4.3 | Analisis Data | 29 |
| 4.3.1 | Uji <i>Measurement Model (Outer Model)</i> | 29 |
| 4.3.2 | Uji <i>Structural Model (Inner Model)</i> | 36 |
| 4.4 | Pembahasan | 43 |
| 4.4.1 | Pengaruh Faktor Empati <i>Frontliner</i> Dalam Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah..... | 43 |
| 4.4.2 | Pengaruh Faktor Kecepatan <i>Frontliner</i> Dalam Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah..... | 44 |
| 4.4.3 | Pengaruh Faktor Kemudahan yang Diberikan <i>Frontliner</i> Dalam Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah..... | 45 |
| 4.4.4 | Efektivitas <i>Frontliner</i> dalam Menangani Keluhan Nasabah dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah | 47 |
| BAB V PENUTUP | | 48 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 48 |
| 5.2 | Keterbatasan Penelitian | 49 |
| 5.3 | Saran | 50 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 51 |
| LAMPIRAN..... | | 56 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 3.1 Definisi Operasional variabel dan Indikator | 22 |
| Tabel 4.1 Faktor Empati <i>Frontliner</i> Dalam Menangani Keluhan Nasabah | 27 |
| Tabel 4.2 Faktor Kecepatan <i>Frontliner</i> Dalam Menangani Keluhan Nasabah..... | 28 |
| Tabel 4.3 Faktor Kemudahan Dalam Penyampaian Keluhan | 29 |
| Tabel 4.4 Kepuasan Nasabah Bank BRI Unit Nusukan Surakarta Terhadap Penanganan Keluhan | 29 |
| Tabel 4.5 <i>Outer Loading</i> | 31 |
| Tabel 4.6 Korelasi Antar Konstruk | 33 |
| Tabel 4.7 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> | 34 |
| Tabel 4.8 Nilai <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> | 35 |
| Tabel 4.9 <i>Collinearity Statistics (VIF)</i> | 36 |
| Tabel 4.10 Analisis <i>R-Square</i> | 38 |
| Tabel 4.11 Analisis <i>f-square</i> | 39 |
| Tabel 4.12 Analisis <i>t-test</i> | 40 |
| Tabel 4.13 <i>Path Coefficient</i> | 41 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Grafik Bank dengan Pengaduan Konsumen Terbanyak 2021 | 3 |
| Gambar 3.1 Paradigma Pemikiran..... | 23 |
| Gambar 4.1 <i>Outer Model</i> | 30 |
| Gambar 4.2 <i>Inner Model</i> | 37 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian..... | 56 |
| Lampiran 2 Hasil Analisis <i>Outer Model</i> | 60 |
| Lampiran 3 Hasil Analisis <i>Inner Model</i> | 62 |
| Lampiran 4 Hasil Uji <i>Bootstrapping</i> | 63 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Instransi perusahaan, entitas pemerintah, institusi pendidikan, serta sektor keuangan semuanya tengah menghadapi transformasi digital yang memberikan konsekuensi yang signifikan bagi operasi mereka. Salah satu pendorong utama perkembangan ekonomi digital adalah sektor keuangan yang menempati posisi kedua setelah telekomunikasi (Schepinin & Bataev, 2019). Di seluruh dunia teknologi digital menjamur di semua bidang, termasuk sektor perbankan (Shyu, 2020). Khususnya teknologi baru yang dikembangkan dan diimplementasikan telah mengubah gaya hidup dan kebiasaan konsumsi masyarakat. Hal tersebut berdampak besar pada sifat hubungan perusahaan-pelanggan. Selain itu, hal ini disebabkan dengan evolusi ekspektasi konsumen digital yang paham teknologi saat ini menantikan adanya solusi digital oleh bank mereka (Zouari & Abdelhedi, 2021).

Perkembangan transformasi digital dalam industri perbankan diyakini akan terus mengalami peningkatan yang signifikan, mengingat kondisi pasar pasca krisis yang spesifik. Bersaing di era digital, bank-bank dituntut untuk mengintegrasikan teknologi digital yang lebih besar sebagai tanggapan terhadap pergeseran dalam dinamika pasar dan tuntutan yang berkembang dari pelanggan. Selain itu, mereka harus tekun dalam

mengumpulkan kemampuan digital untuk membawa layanan nasabah mereka ke tingkat berikutnya, demikianlah, hal ini dapat memperbaiki tingkat kepuasan klien dan menghasilkan profitabilitas yang lebih besar, sebagaimana yang disebutkan oleh Zouari & Abdelhedi (2021) pada saat yang sama memastikan otomatisasi yang efektif dan biaya terkait (Shyu, 2020).

Pada masa kini, kebanyakan institusi keuangan menghadapi tantangan dari dinamika lingkungan bisnis yang terus berubah dengan cepat. Disamping itu, semua lembaga keuangan, tidak peduli seberapa besar atau kecilnya, menempatkan perhatian yang besar pada strategi pemasaran dan retensi nasabah komersial, mengingat dinamika persaingan dan kondisi pasar yang terus berubah. Dalam persaingan industri perbankan, nasabah memainkan peran sentral dengan melaksanakan perbandingan antara layanan yang ditawarkan oleh berbagai bank berlandaskan aspek teknologi, kecepatan layanan, dan tingkat keahlian teknis yang dimiliki (Li et al., 2021).

Faktor lain yang memiliki signifikansi sebanding dengan dedikasi serta usaha para pegawai dalam menyuguhkan layanan yang optimal kepada klien adalah penetapan standar pelayanan bank yang transparan dalam menyajikan layanan kepada klien. Standar pelayanan adalah suatu referensi utama yang dijadikan acuan oleh karyawan dalam menjalankan tugas mereka. Dengan begitu, jika karyawan menunjukkan komitmen dalam mematuhi standar pelayanan, hasilnya dapat berupa kepuasan yang

dirasakan oleh nasabah saat melaksanakan transaksi di institusi perbankan. Evaluasi kesuksesan sebuah lembaga keuangan seringkali bergantung pada tingkat kepuasan yang dirasakan oleh para klien terkait dengan layanan yang mereka terima (Edi & Suherniyatin, 2022). Meskipun begitu, para klien cenderung melaksanakan perbandingan terhadap tingkat kesesuaian dari kualitas pelayanan yang diberikan.



Sumber:
Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI)

Informasi Lain:

Sumber: Databoks Katadata (2022)

Gambar 1.1 **Grafik Bank dengan Pengaduan Konsumen Terbanyak 2021**

Dikutip dari Databoks, sebanyak 15,9% dari 535 pengaduan secara keseluruhan, Sesuai dengan penjelasan dipaparkan oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, berasal dari nasabah lembaga keuangan. Pada tahun 2021, Bank Mandiri menerima pengaduan terbanyak. YLKI mencatat

bahwa nasabah Bank Mandiri menyumbang 16% dari seluruh pengaduan bank. Selanjutnya, 10% dari seluruh pengaduan nasabah bank terkait dengan BCA, BNI, dan BRI. Kemudian, nasabah Bank Mega menyumbang 7% dari semua pengaduan dan 5% dari seluruh pengaduan terkait dengan BTN, BTPN, dan Bank DBS. YLKI menerima total 535 pengaduan pada tahun 2021. Jumlah pengaduan ini meningkat dari 404 pengaduan pada tahun 2020.

Komunikasi yang efektif antara penyedia layanan dan nasabahnya juga dapat menjadi pendukung utama dalam mencapai kepuasan nasabah yang tinggi. Kemudian, penanganan keluhan nasabah juga dapat berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Hasil yang diperoleh oleh Nofal Supriaddin dan rekan-rekannya pada tahun 2019 mendukung argumen bahwa perlakuan terhadap keluhan pelanggan memiliki dampak yang besar dan menguntungkan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Menemukan solusi yang efektif terhadap keluhan pelanggan adalah tahap penting untuk meningkatkan kepuasan mereka yang sebelumnya merasa tidak puas dengan layanan yang disediakan. Tindakan ini memungkinkan mereka untuk merasa puas kembali.

BRI, sebuah institusi keuangan yang dimiliki oleh pemerintah Indonesia, menempati posisi sebagai bank dengan jumlah nasabah terbanyak di Indonesia, mencapai angka 70 juta nasabah. BRI, yang dulunya dikenal sebagai "Bank Bantuan dan Simpanan Miliki Priyayi Purwokerto," berdiri di Purwokerto, Jawa Tengah. Institusi ini didirikan secara resmi pada

tahun 1895 bulan desember tepatnya pada tanggal 16, suatu kejadian yang kemudian dianggap sebagai momen penting dalam pendirian Bank Rakyat Indonesia. PT BRI (Persero) Tbk memiliki unit di Nusukan, Surakarta, yang menyajikan berbagai program menarik kepada masyarakat, yang mengundang minat dan ketertarikan mereka dalam menggunakan layanan perbankan, terutama di lembaga ini. Oleh karenanya, Perseroan ini Unit Nusukan Surakarta menghadapi tantangan untuk meningkatkan standar pelayanan guna memastikan kepuasan pelanggan mencapai titik tertinggi.

Salah satu strategi perbankan dalam mempertahankan kepuasan nasabahnya adalah melalui kinerja *frontliner*. Oleh karena itu, *frontliner* merupakan bagian utama dari suatu bank yang bertugas memberikan kesan positif kepada nasabah di garis depan layanan. *Frontliner* memiliki peran penting dalam dalam upaya menangani keluhan nasabah. Namun, faktanya sebagian nasabah masih belum puas terhadap kualitas pelayanan *frontliner* khususnya dalam menangani pengaduan atau keluhan nasabah.

Ketidakcukupan perhatian yang dipertunjukkan oleh PT BRI (Persero) Tbk. tercermin dari kinerja staf *frontliner* di Unit Nusukan Surakarta dalam menangani keluhan pelanggan. Beberapa pelanggan masih mengindikasikan ketidakpuasan terhadap layanan yang diberikan oleh staf *frontliner* Bank BRI di sana, khususnya dalam menangani keluhan. Mayoritas dari pelanggan yang mengungkapkan ketidakpuasan mereka sebenarnya memiliki kepedulian terhadap perusahaan. Dengan adanya komplain, perusahaan dapat mengetahui dengan pasti area mana yang harus

diperbaiki, baik dari segi kemasan, rasa, maupun pelayanan. Dengan demikian, perusahaan akan lebih mudah untuk memperbaiki produk atau layanannya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan (Nofal Supriaddin et al., 2019).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dolinsky (1994), Goodwin dan Ross (1990), dan juga Hart, Hesket, serta Sasser (1990), bersama dengan studi yang disebutkan oleh Kelley dan Davis (1994) yang diacu dalam karya Nofal Supriaddin et al. (2019), menekankan pentingnya perusahaan mendukung pelanggan dalam menyampaikan komplain mereka. Hal ini disebabkan oleh dua alasan utama: pertama, perusahaan memiliki kesempatan untuk memperbaiki kesalahan yang dilakukan, dan kedua, mereka dapat menghindari dampak negatif dari *word-of-mouth* yang dapat merugikan reputasi mereka atau menyebabkan pelanggan beralih ke pesaing. Hasil penelitian lain yang berasal dari studi yang dilakukan oleh Yap B.W. et al. dan Ndubisi (disebutkan dalam karya yang sama, Nofal Supriaddin et al., 2019) juga menunjukkan bahwa penanganan yang baik terhadap komplain pelanggan dapat mengubah tingkat kepuasan dari ketidakpuasan menjadi kepuasan yang melebihi ekspektasi sebelumnya.

Studi ini menjadi penting untuk dilaksanakan karena tenaga kerja yang berada di garis depan perbankan memiliki peran utama dalam menangani aduan dari para nasabah. Permasalahan dalam penelitian ini adalah peran *frontliner* yang kurang responsif dalam menangani keluhan nasabah Bank BRI Unit Nusukan Surakarta. Di samping itu, penelitian ini

juga diselenggarakan karena keberadaan nasabah yang tidak merasa puas dengan layanan dari staf *frontliner* di Bank BRI Unit Nusukan Surakarta, termasuk dalam penanganan keluhan nasabah (*customer's complaint*).

1.2 Rumusan Masalah

Dengan berfokus pada permasalahan tersebut, diharapkan penelitian ini dapat menghasilkan wawasan dan analisis yang dapat membantu menentukan seberapa baik *frontliner* di PT BRI (Persero) Tbk. Unit Nusukan Surakarta pada saat menangani keluhan pelanggan. Maka dari itu, tertera dibawah perumusan masalah yang dapat diselidiki:

1. Apakah faktor empati *frontliner* dalam penanganan keluhan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI ?
2. Apakah faktor kecepatan *frontliner* dalam penanganan keluhan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI ?
3. Apakah faktor kemudahan yang diberikan *frontliner* dalam penanganan keluhan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI ?

1.3 Batasan Penelitian

Fokus penelitian ini akan ditujukan pada sektor industri perbankan, dengan Bank BRI Unit Nusukan Kota Surakarta sebagai subjek utama yang akan diselidiki. Penelitian ini juga akan berfokus dalam menganalisis apakah kepuasan nasabah bank dipengaruhi secara signifikan oleh

penanganan keluhan.

1.4 Tujuan Penelitian

Dengan mempertimbangkan perumusan masalah yang ada diatas, langkah berikutnya adalah menetapkan tujuan penelitian, yakni:

1. Melakukan analisis dan pembahasan mengenai dampak empati *frontliner* terhadap tingkat kepuasan pelanggan Bank BRI dalam menangani keluhan.
2. Menganalisis dan membahas pengaruh kecepatan pelayanan *frontliner* terhadap tingkat kepuasan pelanggan Bank BRI dalam menangani keluhan.
3. Melakukan analisis dan pembahasan terhadap pengaruh kemudahan yang diberikan oleh *frontliner* terhadap kepuasan pelanggan Bank BRI dalam menangani keluhan.

1.5 Manfaat Penelitian

Berikut adalah beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini, sebagaimana dijelaskan di bawah ini:

1) Manfaat Teoritis

- a. Studi ini dimaksudkan untuk meningkatkan pemahaman kita. mengenai Efektivitas *Frontliner* dalam Menangani Keluhan dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah
- b. Sebagai sebuah rujukan esensial, sumber informasi ini memainkan peran yang krusial dalam membantu peneliti berikutnya dalam mengembangkan pemahaman yang lebih

mendalam terhadap subjek tersebut.

2) Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

- 1) Maksudnya penelitian ini ada ialah untuk mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh selama perjalanan akademis ke dalam konteks praktis yang lebih luas.
- 2) Diharapkan bahwa ini akan diimplementasikan secara cermat dan produktif sebagai titik referensi yang bernilai dalam pengembangan penelitian lanjutan, terutama dalam ranah efektivitas pelayanan *frontliner* di PT BRI (Persero) Tbk. dalam menangani keluhan dari nasabah.

b. Bagi Perusahaan

- 1) Dalam rangka memperluas basis pengetahuan dan memberikan landasan yang berguna untuk menilai kinerja pihak Bank, terutama divisi operasional (*frontliner*).
- 2) Dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan dapat mempertimbangkan saran dan masukan untuk menangani keluhan pelanggan dengan sebaik mungkin atau semaksimal mungkin.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Bank

Seperti yang telah disebutkan oleh Ktut Silvanita (sebagaimana dikutip oleh Hermawati 2022), Bank diakui sebagai salah satu entitas utama dalam sektor keuangan, yang memiliki peran yang signifikan dalam proses penghimpunan dan penyaluran dana. Bank bertujuan untuk mengumpulkan dana dari masyarakat dalam skala besar melalui berbagai jenis tabungan, lalu menyediakannya kembali melalui berbagai instrumen keuangan seperti kredit, dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan sosial. UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan telah menetapkan bahwa bank di Indonesia harus mengikuti prinsip-prinsip syariah dalam menjalankan operasional bisnis mereka. Terdapat beberapa jenis bank syariah di Indonesia, seperti Bank Umum Syariah, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah, dan Unit Usaha Syariah. Di sisi lain, dalam ranah konvensional, terdapat Bank Umum Konvensional dan Bank Perkreditan Rakyat, yang mengoperasikan bisnis mereka sesuai dengan prinsip-prinsip konvensional. Regulasi yang mengatur sektor perbankan syariah di Indonesia dijelaskan dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

2.2 Efektivitas

Peningkatan kualitas penanganan keluhan nasabah oleh *frontliner* adalah keharusan yang mendesak, memerlukan strategi yang efektif untuk hasil optimal baik secara sementara maupun jangka panjang. Evaluasi efektivitas penanganan keluhan nasabah oleh *frontliner* di bank menjadi kunci dalam membenah mutu layanan ini, mengingat perlunya peningkatan yang berkelanjutan. Penting untuk mengevaluasi kinerja suatu organisasi dalam menangani masalah tertentu dengan merujuk pada berbagai teori perilaku organisasi yang terkait, terutama yang berkaitan langsung dengan efektivitas organisasi. Sebelumnya, penting untuk mendefinisikan efektivitas organisasi agar dapat memahami dengan jelas kerangka kerja evaluasi yang digunakan.

Seperti yang tercantum dalam KBBI (*Badan Pengembangan Dan Pembinaan Bahasa, Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan RI, 2023*), kata efektif berarti berhasil guna; juga berarti ada efeknya (akibatnya, kesannya, kesudahannya). Sementara itu, keberhasilan, daya ingat, dan keadaan berpengaruh adalah definisi dari efektivitas. Efektivitas, yang asalnya dari bahasa Latin "*effectus*," mengacu kepada tingkat keberhasilan dalam mencapai tujuan tertentu, usaha yang diperlukan untuk menggapai hasil atau tujuan tersebut, serta tingkat kepuasan terhadap pencapaian tersebut, seperti yang diungkapkan oleh Soedijanto (dalam Aziz, 2019). Efektivitas menunjukkan seberapa jauh suatu tujuan telah tercapai. Sebaliknya, pendapat yang telah disampaikan oleh Hasanah & Setiawati

(2022), efektivitas berasal dari konsep efektif yang mencerminkan pencapaian yang berhasil dari tujuan yang telah ditetapkan.

2.3 Kriteria Efektivitas Organisasi

Teori sistem berfungsi sebagai landasan bagi gagasan efektivitas organisasi. Teori sistem menyoroti dua hal penting: fokus manajemen haruslah pada keseluruhan siklus input-proses-output, dan kemampuan organisasi untuk beradaptasi dengan lingkungannya sangat penting untuk kelangsungan hidupnya. Jika organisasi dipahami sebagai komponen dari sistem yang lebih besar, maka dimensi waktu diperkenalkan pada teori sistem. Hasilnya, sebuah organisasi dapat bertahan dan tumbuh dalam lingkungan yang lebih luas. (Aziz, 2019).

2.4 Penanganan Keluhan (*Complaint Handling*)

Setiap perusahaan dengan pendekatan yang berfokus pada pelanggan (*customer oriented*) harus memberikan cara yang mudah dan dapat diakses oleh klien untuk menyuarakan ide, kritik, saran, dan keluhan mereka. (Tjiptono, 2005). Seperti yang telah disampaikan oleh Barnes James (2003) komplain adalah manifestasi negatif yang muncul karena ketidakcocokan dan perbedaan antara apa yang diharapkan seseorang dengan kenyataan yang dialami. Frasa “perilaku keluhan pelanggan” mengacu pada tindakan apa pun yang dilakukan pelanggan untuk menyuarakan ketidakpuasan mereka terhadap suatu produk atau layanan.

Dalam kasus ketidakpuasan, setidaknya ada lima kemungkinan respon pelanggan (Fandy Tjiptono, 2006), yakni:

Pertama, tidak ada yang bisa dilakukan. Artinya, mereka menyimpan keluhan mereka sendiri. Sebaliknya, mereka langsung beralih ke penyedia lain. tidak melaksanakan apa-apa.

Kedua, mengambil keputusan untuk tidak membeli barang dan/atau merekomendasikannya kepada teman, keluarga, dan kenalan lainnya (tindakan pribadi). Biasanya disebarkan dengan cepat, informasi ini mempengaruhi posisi perusahaan. Akibatnya, bisnis dapat kehilangan klien yang baru saja diakuisisi dan calon klien.

Ketiga, berbicara dengan perusahaan secara langsung dan/atau meminta kompensasi. Pada kenyataannya, perusahaan masih menerima “keuntungan” dalam skenario ini. Paling tidak, korporasi dapat belajar banyak dari berbagai keluhan yang telah diajukan, dan terdapat peluang untuk menyelesaikan masalah tersebut sebelum menjadi lebih kompleks. Jika keluhan tersebut ditangani dengan efektif dan memuaskan pelanggan, maka pelanggan yang sebelumnya tidak puas dapat berubah menjadi puas dan cenderung melaksanakan pembelian produk dari perusahaan tersebut kembali. Lain halnya dengan pelanggan yang langsung berhenti menggunakan produk dan berpindah ke kompetitor lain tanpa memberikan keluhan. Sehingga, perusahaan tidak mengetahui penyebab ketidakpuasan tersebut. Sayangnya, hanya 4% konsumen yang tidak puas yang mengajukan keluhan; 96% lainnya tetap tidak puas dan memberi tahu sekitar 12 orang lain tentang ketidakpuasan mereka (Kotler, 2000).

Keempat, pengaduan yang disampaikan melalui dewan konsumen,

organisasi pemerintah yang relevan, atau media; atau tindakan hukum yang diambil terhadap produsen. Bagi organisasi mana pun, ini adalah jenis keluhan yang paling menakutkan. Hubungan masyarakat dan komunikasi pemasaran sangat penting dalam meramalkan dan menangani potensi keluhan semacam ini.

Kelima, pelanggan yang tidak puas melaksanakan sesuatu yang bertujuan untuk menyakiti atau balas dendam kepada perusahaan. Tindakan yang dilakukan bisa dalam berbagai bentuk, misalnya merusak pajangan produk, menyembunyikan atau memindahkan barang/produk dari tempat semula.

Dengan penanganan yang efektif terhadap keluhan, perusahaan memiliki peluang untuk mengubah pelanggan yang awalnya tidak puas menjadi pelanggan yang puas dan bahkan dapat menjadi pelanggan setia. Selain itu, tindakan dan penyelesaian keluhan dengan efisien memberikan kesempatan kepada penyedia layanan untuk memperbaiki hubungan dengan klien yang tidak puas; (2) melindungi mereka dari pemberitaan yang buruk; (3) mengidentifikasi bidang-bidang penawaran mereka yang dapat ditingkatkan untuk memenuhi kebutuhan klien; (4) mengidentifikasi akar masalah dalam operasi mereka; dan (5) menginspirasi karyawan untuk memberikan layanan yang lebih baik (Mudie & Cottam dalam Nofal Supriaddin et al., 2019). Tidak diragukan lagi, Transformasi konsumen dari tidak puas menjadi puas, bahkan menjadi pendukung jangka panjang, dapat dicapai melalui manajemen keluhan yang efektif dan terampil.

Sesuai dengan penjelasan yang diberikan oleh Tjiptono (2015), mengindikasikan bahwa terdapat setidaknya lima elemen kunci dalam penanganan keluhan. Komponen tersebut adalah seperti yang telah tertera dibawah ini:

- a. Empati kepada pelanggan yang marah (*empathy*),
- b. Efisiensi atau kecepatan tanggapan dalam menangani keluhan (*quickly handle complaints*),
- c. Keadilan atau kesetaraan dalam menyelesaikan masalah atau keluhan (*fair and reasonable handling of complaints*),
- d. Kemudahan akses pelanggan untuk dapat menghubungi perusahaan dengan cepat (*ease of customers submitting complaints*),
- e. Kemampuan untuk mendiskusikan solusi ketika masalah muncul (*solutive*).

Sementara itu, variabel penanganan keluhan diukur dengan hal-hal berikut, Sesuai dengan penjelasan yang diberikan oleh Carvajal (2011):

1. Bank menanggapi keluhan secara tepat waktu,
2. Bank menunjukkan kepedulian yang besar dalam menangani keluhan atau masalah yang muncul,
3. Bank berkomitmen untuk menyelesaikan keluhan dan masalah yang diajukan pelanggan dengan tujuan memenuhi kepuasan mereka,

4. Bank memiliki prosedur yang terstruktur dan khusus dalam mengelola serta menyelesaikan pengaduan atau masalah yang disampaikan oleh pelanggan,
5. Bank dapat membicarakan solusi ketika masalah muncul.

Menurut penelitian yang berbeda oleh Hermawati (2022), keluhan dari pelanggan adalah manifestasi emosional dari apa yang tidak dapat mereka terima, baik itu berkaitan dengan barang atau jasa yang diberikan. Ketidakpuasan pelanggan terhadap pembelian barang atau penggunaan layanan mengarah pada perilaku keluhan pelanggan. Prosedur sistematis harus diikuti saat menangani keluhan nasabah untuk mencegah terulangnya kesalahan dan untuk memastikan bahwa masalah tersebut sepenuhnya dan berhasil diperbaiki.

Namun indikator penanganan komplain dalam penelitian ini hanya mengadopsi tiga indikator dari penelitian yang dilakukan oleh Tjiptono (2015) dan Sara Arancibia Carvajal (2011), yakni: kepedulian terhadap pelanggan yang melaksanakan komplain, cepat dalam menangani komplain, kemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi perusahaan. Penanganan keluhan telah menjadi fokus utama dari sejumlah penelitian sebelumnya, termasuk yang dilakukan oleh Nurhayati (2020), Ditta Nur Hidayanti (2020), Kurniyawati & Ratno (2019), Setyadi & Ali (2017), Octavia & Ali (2017), Larasetiati & Ali (2019), Hermawati (2023).

2.5 Kepuasan Pelanggan (*Customers Satisfaction*)

Sesuai dengan penjelasan yang diberikan oleh Andreassen (Nofal

Supriaddin et al., 2019) kepuasan penanganan/penyelesaian keluhan adalah tingkat dimana pelanggan merasa puas terhadap apa yang mereka ajukan kepada perusahaan. Kepuasan penanganan keluhan menunjukkan seberapa puas pelanggan terhadap penanganan/penyelesaian keluhan secara menyeluruh dan seberapa jauh pengukuran ideal pelanggan terhadap proses penanganan keluhan dari perusahaan.

Kotler (2003) mendefinisikan kepuasan dalam paradigma ini sebagai pengalaman individu akan kepuasan atau ketidakpuasan sebagai hasil dari evaluasi terhadap kinerja yang dirasakan dari produk yang dipertimbangkan (atau hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasinya. Kepuasan pelanggan merujuk pada tingkat kepuasan atau ketidakpuasan seseorang terhadap kinerja suatu produk, yang dibandingkan dengan harapan atau persepsi mereka terhadap produk tersebut. Kepuasan pelanggan timbul ketika kinerja produk mencapai atau bahkan melampaui harapan yang mereka miliki, sedangkan ketidakpuasan muncul ketika kinerja produk tidak memenuhi harapan yang telah ditetapkan. Sebaliknya, pelanggan akan merasa puas jika kinerjanya dinilai melebihi ekspektasi yang mereka miliki. Dari berbagai definisi tentang kepuasan yang disebutkan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan merupakan hasil dari perbandingan antara kualitas layanan yang diberikan dengan persepsi yang dimiliki oleh pelanggan. Ketika anggota staf memiliki keterampilan yang memadai dalam menangani keluhan klien dan bisnis mampu menyelesaikan masalah pelanggan secara cepat dan akurat, hal ini

akan menyebabkan pelanggan merasa puas.

2.6 Structural Equation Modeling (SEM)

SEM ini merupakan suatu metode analisis statistik multivariat, digunakan untuk mengeksplorasi hubungan yang kompleks antara berbagai variabel. Ini membantu dalam mengevaluasi dan memahami hubungan struktural yang mungkin ada antara variabel-variabel yang ada dalam suatu model. Metode ini mengevaluasi keterkaitan antara variabel yang dapat diukur dan konstruk laten dengan mengintegrasikan teknik analisis regresi berganda dan analisis faktor. SEM digunakan untuk menilai hubungan antara variabel laten, yang merupakan faktor yang diidentifikasi melalui analisis faktor, serta untuk menentukan tingkat korelasi di antara mereka, yang dikenal sebagai koefisien jalur (Edeh et al., 2023). Model ini terdiri dari dua komponen utama: model struktural, yang menjelaskan keterkaitan antara konstruk, dan model pengukuran, yang mencerminkan teori yang menetapkan cara variabel-variabel yang diukur digabungkan untuk merepresentasikan teori tersebut. SEM juga disebut pemodelan kausal karena menguji hubungan sebab akibat yang diusulkan (Fukumoto et al., 2021).

Dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM), peneliti dapat secara bersamaan menggambarkan dan mengevaluasi interaksi yang kompleks antara berbagai variabel independen dan dependen. Ide-ide yang sedang dibahas biasanya tidak dapat diamati dan sebaliknya diukur secara tidak langsung dengan menggunakan berbagai indikasi.

Dalam mengestimasi hubungan, SEM memperhitungkan kesalahan pengukuran pada variabel yang diamati. Hasilnya, metode ini mendapatkan pengukuran yang lebih tepat dari konsep teoritis yang diminati (Edeh et al., 2023).

2.7 Hipotesis Penelitian

Berikut ini adalah hipotesis yang didasarkan pada temuan dari tinjauan literatur pada penelitian sebelumnya dan keahlian para ahli:

H1: Faktor empati (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

H2: Faktor kecepatan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

H3: Faktor kemudahan (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Dalam konteks penelitian ini, faktor-faktor seperti empati (X1), kecepatan (X2), dan kemudahan (X3) digunakan sebagai variabel-variabel hipotesis yang diperkirakan akan memengaruhi kepuasan pelanggan (Y).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Studi ini menerapkan metode riset kuantitatif, yang melibatkan penggunaan kuesioner sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data dengan memilih sampel yang mewakili populasi. Pendekatan kuantitatif memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data numerik yang dapat dianalisis secara statistik, memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai fenomena yang sedang diselidiki serta mengungkapkan *insight* yang lebih mendalam.

3.2 Populasi dan Sampel

Keseluruhan dari ciri-ciri yang menjadi subjek penelitian disebut sebagai populasi. Oleh karena itu, seluruh nasabah Bank BRI yang pernah mengajukan pengaduan di Unit Nusukan Surakarta termasuk dalam populasi penelitian ini.

Seperti yang telah disampaikan oleh Cooper & Schindler (2014), Sampel mengacu pada segmen populasi yang dipilih secara khusus untuk mewakili populasi secara keseluruhan dalam penelitian. Peneliti menggunakan metode pengambilan sampel nonprobabilistik, yakni *purposive sampling*, yang memfasilitasi penentuan sampel berdasarkan kriteria yang relevan dengan maksud penelitian. Dengan metode ini, peneliti dapat mengumpulkan data yang sesuai dan relevan dengan tujuan studi.

Berikut adalah kriteria nasabah dengan sifat-sifat berikut yang akan digunakan sebagai sampel:

- (1) Nasabah yang pernah menyampaikan keluhan,
- (2) Nasabah kategori dewasa.

Nasabah yang telah mencapai kedewasaan atau berusia di atas 17 tahun diharapkan dapat mengevaluasi berlandaskan pengalaman mereka sejak membuka rekening di Bank BRI Unit Nusukan Surakarta. Hal inilah yang menjadi dasar pemikiran di balik pemilihan kriteria tersebut.

3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Informasi primer merujuk pada data yang dikumpulkan untuk pertama kalinya dan bersifat asli serta baru (Mazhar, 2021). Dalam kerangka penelitian ini, data primer diperoleh melalui distribusi kuesioner kepada pelanggan Bank BRI di Cabang Nusukan Surakarta. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data langsung dari sumbernya, yakni nasabah bank tersebut, sehingga memberikan informasi yang relevan dan spesifik terkait dengan tujuan penelitian.

Di sisi lain, informasi yang dikumpulkan dan diperiksa oleh peneliti lain disebut sebagai data sekunder (Mazhar, 2021). Dalam penelitian ini, untuk mengumpulkan data sekunder, penelitian mengenai penanganan keluhan pelanggan dan teori-teori efikasi yang berkaitan dengan teori kepuasan pelanggan (*customers complaint handling*) dilakukan secara *online* dan melalui literatur. Penelitian lapangan dapat dimulai dengan menggunakan data dari studi kepustakaan sebagai fondasi utama. (Mardalis,

2006). Pendekatan ini membantu peneliti dalam memahami konteks dan konsep yang telah diteliti sebelumnya terkait dengan topik penelitian mereka. Dengan memanfaatkan data literatur, peneliti dapat merumuskan pertanyaan penelitian, mengembangkan hipotesis, dan merencanakan metode penelitian yang sesuai. Ini juga membantu dalam mendapatkan wawasan yang relevan sebelum memasuki tahap pengumpulan data lapangan.

Nasabah Bank BRI Unit Nusukan Surakarta diberikan kuesioner sebagai alat penelitian untuk tujuan pengumpulan data penelitian ini. Selain itu, buku, jurnal, makalah, dan penelitian online dari berbagai studi akademis dan ekonomi juga digunakan untuk mengumpulkan data.

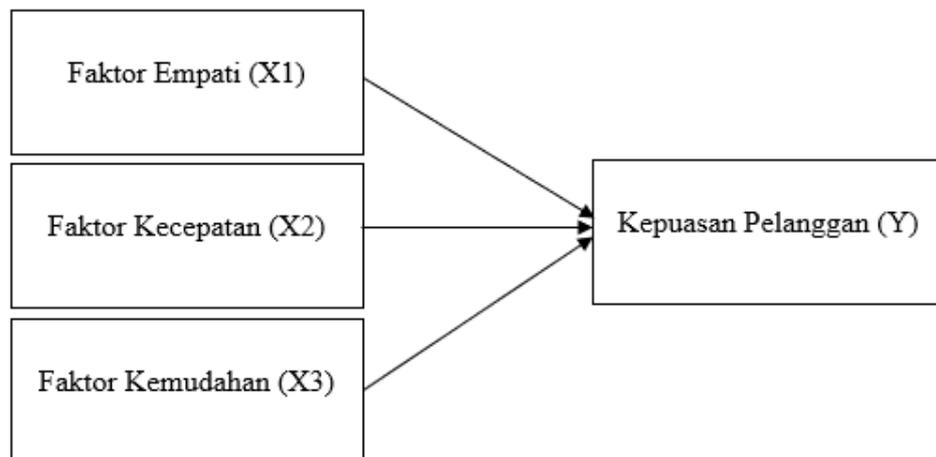
3.4 Definisi dan Pengukuran Operasional Variabel

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel dan Indikator

| Variabel | Definisi Operasional Variabel | Dimensi / Indikator |
|-----------------|---|--|
| Empati | Memahami pengalaman orang lain dengan memasukkan diri sendiri ke dalam situasi orang tersebut: Seseorang dapat memahami pengalaman orang lain seolah-olah dia mengalami sendiri, namun tanpa benar-benar mengalami pengalaman tersebut. | Mendengarkan keluhan Memahami kebutuhan |
| Kecepatan | Tindakan yang cepat dan efisien yang diambil sebagai respons cepat dan tepat waktu untuk mengatasi kebutuhan atau masalah tertentu. Hal ini menyiratkan reaksi yang cepat atau waktu penyelesaian yang | Kecepatan menangani Kecepatan pemberian informasi |

| | | |
|--------------------|---|--|
| | cepat, yang sering kali menunjukkan tingkat responsif dan ketangkasan yang tinggi. | |
| Kemudahan | Suatu keadaan bebas dari kesulitan, ketidaknyamanan, atau usaha. Hal ini menyiratkan rasa nyaman, santai, atau tenang ketika menyampaikan keluhan atau permasalahan, tidak adanya hambatan atau batasan, sehingga memungkinkan adanya kelancaran dan keluwesan dalam tindakan atau gerakan. | Secara langsung Media sosial Website |
| Kepuasan Pelanggan | Kepuasan atau ketidakpuasan seseorang sering kali muncul ketika mereka membandingkan kinerja layanan yang mereka terima dengan harapan atau persepsi yang mereka miliki. | Kepuasan terhadap empati Kepuasan terhadap kecepatan Kepuasan terhadap kemudahan |

3.5 Kerangka Teoritis



Sumber: Diolah Penulis (2024)

Gambar 3.1
Paradigma Pemikiran

3.6 Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kuantitatif ini bertujuan untuk menyelidiki hubungan sebab-akibat antara variabel laten yang berpengaruh dan yang dipengaruhi dalam suatu model, menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM). Sesuai dengan penjelasan oleh Santoso (2012), SEM adalah sebuah teknik statistik multivariat yang menggabungkan analisis faktor dengan analisis regresi (korelasi), yang digunakan untuk menguji hubungan antara variabel dalam suatu model, baik itu antara indikator dengan konstraknya maupun antar konstruk itu sendiri. Dengan demikian, SEM memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang dinamika hubungan antarvariabel dalam suatu kerangka kerja analisis.

Partial Least Square (PLS), sebagai alternatif teknik SEM, mampu menangani situasi di mana terdapat korelasi kompleks antara variabel saat jumlah sampel data terbatas, berkisar antara 30 hingga 100. Teknik ini dipilih dalam penelitian ini, terutama dalam kaitannya dengan alat analisis SEM (Yamin dan Kurniawan, 2009).

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Keluhan Nasabah (*Customer Complaint*)

Keluhan konsumen adalah manifestasi emosional dari apa yang dianggap tidak dapat diterima oleh pelanggan (atau pelanggan) sehubungan dengan layanan atau produk yang disediakan. Ketidakpuasan pelanggan terhadap pembelian barang atau penggunaan layanan mengarah pada perilaku keluhan pelanggan. Prosedur yang sistematis harus diikuti saat menangani keluhan nasabah untuk mencegah kesalahan yang berulang dan memberikan resolusi yang komprehensif dan efektif.

Keluhan nasabah mungkin merupakan cara yang paling efektif dalam mengumpulkan informasi untuk memperbaiki situasi. Sayangnya, banyak nasabah yang tidak mengajukan keluhan setelah mengalami kegagalan layanan, namun terlibat dalam kegiatan seperti *word-of-mouth* negatif (menginfeksi orang lain dengan laporan negatif) dan perpindahan merek (pembelotan). Ini berarti banyak organisasi yang mungkin kehilangan kesempatan. Diakui bahwa keluhan diperlukan untuk melembagakan pemulihan layanan. Tanpa adanya keluhan, perusahaan mungkin tidak menyadari bahwa ada masalah dan tidak dapat menenangkan nasabah yang tidak puas.

Ketika bank melaksanakan manajemen keluhan yang sangat baik (*excellent complaint management*), ada beberapa manfaat yang akan

diperoleh seperti:

- Peringkat kepuasan kumulatif yang lebih tinggi dari sebelumnya terhadap gangguan layanan dapat dicapai melalui manajemen keluhan yang sangat baik.
- Manajemen keluhan yang sangat baik tidak hanya akan meningkatkan kepuasan secara keseluruhan tetapi juga promosi *word-of-mouth* yang positif. Ini berarti nasabah yang berhasil dipulihkan akan merekomendasikan bank kepada orang lain.
- Nasabah yang loyal dapat menurunkan biaya pemasaran karena mempertahankan nasabah biasanya jauh lebih hemat daripada menarik nasabah baru.
- Manfaat utama dari manajemen keluhan adalah bahwa keluhan dapat digunakan untuk mendukung upaya perbaikan berkelanjutan dengan memfokuskan perhatian manajerial pada area masalah tertentu.
- Sistem yang baik untuk mengurangi keluhan termasuk ‘melaksanakan sesuatu dengan benar pada kali pertama’. Hal ini membutuhkan pemberdayaan karyawan, khususnya *frontliner*. Pekerja harus bertanggung jawab atas lingkungan kerja mereka. Hal ini akan menurunkan stres, yang akan meningkatkan kepuasan kerja, dedikasi terhadap perusahaan, kinerja, dan kesehatan kerja. Semua faktor ini

secara langsung akan mempengaruhi kinerja organisasi.

4.2 Persepsi Nasabah Bank BRI Unit Nusukan terhadap Penanganan

Keluhan

Hasil pengumpulan data primer mengenai persepsi nasabah Bank BRI Unit Nusukan Surakarta terhadap penanganan keluhan yang dilakukan oleh *frontliner*, dari 115 responden diperoleh hasil seperti yang telah tertera dibawah ini:

4.2.1 Faktor Empati

Hasil pengumpulan data dari persepsi nasabah Bank BRI Unit Nusukan Surakarta terhadap penanganan keluhan dari aspek faktor empati yang diberikan oleh *frontliner* Bank BRI Unit Nusukan Surakarta, di lokasi penelitian nasabah memberikan penilaian sangat baik untuk *frontliner* dalam mendengarkan keluhan/*complaint* dan menilai baik dalam hal memahami kebutuhan yang disampaikan oleh nasabah.

Tabel 4.1
Faktor Empati *Frontliner* Dalam Menangani Keluhan Nasabah

| No | Pernyataan | Pendapat | | | | | | | | | |
|----|--|----------|-------|----|-------|----|------|----|---|----|---|
| | | SB | % | B | % | CB | % | KB | % | TB | % |
| 1 | <i>Teller & Customer Service (CS) mendengarkan keluhan/complaint</i> yang disampaikan oleh nasabah | 66 | 57,39 | 44 | 38,26 | 5 | 4,35 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2 | <i>Teller & Customer Service (CS) memahami kebutuhan</i> yang disampaikan oleh nasabah | 47 | 40,87 | 65 | 56,52 | 3 | 2,61 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Sumber: data primer diolah dari kuesioner (2024)

4.2.2 Faktor Kecepatan

Hasil pengumpulan data dari persepsi nasabah Bank BRI Unit Nusukan Surakarta terhadap penanganan keluhan dari aspek faktor kecepatan yang diberikan oleh *frontliner* Bank BRI Unit Nusukan Surakarta, di lokasi penelitian nasabah memberikan penilaian baik untuk *frontliner* dalam menangani keluhan/*complaint* dan menilai sangat baik dalam hal penyampaian informasi kepada nasabah.

Tabel 4.2
Faktor Kecepatan *Frontliner* Dalam Menangani Keluhan Nasabah

| No | Pernyataan | Pendapat | | | | | | | | | |
|----|---|----------|-------|----|-------|----|------|----|---|----|---|
| | | SB | % | B | % | CB | % | KB | % | TB | % |
| 1 | Kecepatan respon <i>Teller & Customer Service</i> (CS) dalam menangani keluhan/ <i>complaint</i> nasabah | 47 | 40,87 | 61 | 53,04 | 7 | 6,09 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2 | Kecepatan respon <i>Teller & Customer Service</i> (CS) dalam penyampaian informasi kepada nasabah | 59 | 51,30 | 51 | 44,35 | 5 | 4,35 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Sumber: data primer diolah dari kuesioner (2024)

4.2.3 Faktor Kemudahan

Hasil pengumpulan data dari persepsi nasabah Bank BRI Unit Nusukan Surakarta terhadap penanganan keluhan dari aspek faktor kemudahan dalam penyampaian keluhan di Bank BRI Unit Nusukan Surakarta, di lokasi penelitian nasabah memberikan penilaian sangat baik untuk kemudahan penyampaian keluhan secara langsung dan melalui media sosial, sedangkan kemudahan penyampaian keluhan melalui *website* dinilai baik oleh nasabah.

Tabel 4.3
Faktor Kemudahan Dalam Penyampaian Keluhan

| No | Pernyataan | Pendapat | | | | | | | | | |
|----|--|----------|-------|----|-------|----|------|----|---|----|---|
| | | SB | % | B | % | CB | % | KB | % | TB | % |
| 1 | Kemudahan penyampaian keluhan/ <i>complaint</i> secara langsung | 61 | 53,04 | 46 | 40 | 8 | 6,96 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2 | Kemudahan penyampaian keluhan/ <i>complaint</i> melalui media sosial | 58 | 50,43 | 47 | 40,87 | 10 | 8,70 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 3 | Kemudahan penyampaian keluhan/ <i>complaint</i> melalui website | 48 | 41,74 | 56 | 48,70 | 11 | 9,56 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Sumber: data primer diolah dari kuesioner (2024)

4.2.4 Kepuasan Nasabah

Dari segi kepuasan nasabah terhadap empati *frontliner* dalam menangani keluhan di Bank BRI Unit Nusukan Surakarta, data yang terkumpul menunjukkan bahwa nasabah di lokasi penelitian memberikan penilaian yang sangat memuaskan. Selanjutnya untuk faktor kecepatan *frontliner* dalam menangani keluhan, nasabah memberikan nilai puas, begitu juga dengan kepuasan terhadap kemudahan penyampaian keluhan.

Tabel 4.4
Kepuasan Nasabah Bank BRI Unit Nusukan Surakarta Terhadap Penanganan Keluhan

| No | Pernyataan | Pendapat | | | | | | | | | |
|----|--|----------|-------|----|-------|----|------|----|---|----|---|
| | | SP | % | P | % | CP | % | KP | % | TP | % |
| 1 | Seberapa puas Bp/Ibu/Sdr/i terhadap empati <i>Teller & Customer Service</i> (CS) dalam menangani keluhan/ <i>complaint</i> | 56 | 48,69 | 54 | 46,96 | 5 | 4,35 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2 | Seberapa puas Bp/Ibu/Sdr/i terhadap kecepatan respon <i>Teller & Customer Service</i> (CS) dalam menangani keluhan/ <i>complaint</i> | 53 | 46,09 | 59 | 51,30 | 3 | 2,61 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 3 | Seberapa puas Bp/Ibu/Sdr/i terhadap kemudahan penyampaian keluhan/ <i>complaint</i> | 52 | 45,22 | 60 | 52,17 | 3 | 2,61 | 0 | 0 | 0 | 0 |

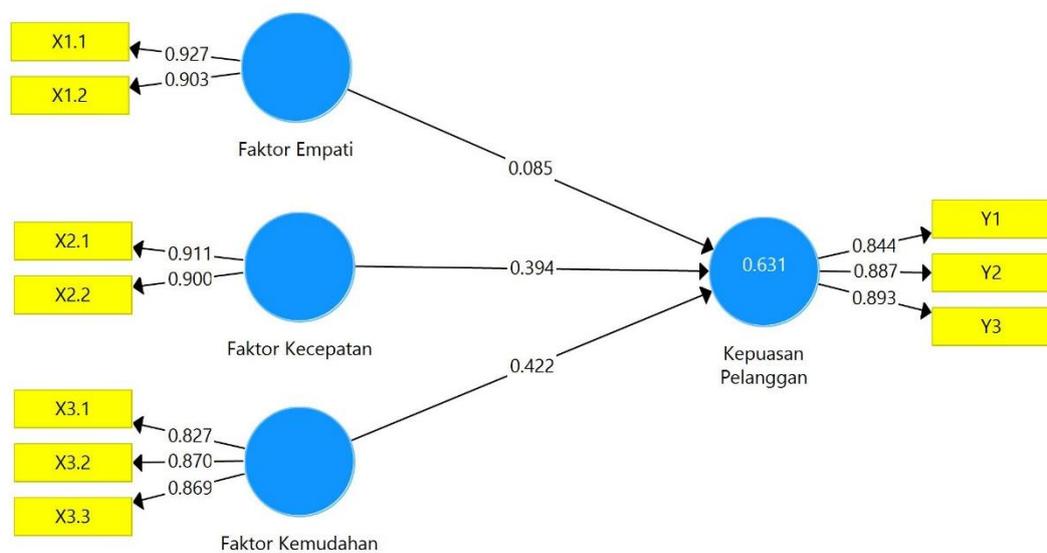
Sumber: data primer diolah dari kuesioner (2024)

4.3 Analisis Data

4.3.1 Uji Measurement Model (Outer Model)

Penjelasan tentang hubungan antara variabel laten dan indikatornya diatur melalui sebuah model pengukuran yang biasa disebut sebagai *outer model*. Uji validitas, reliabilitas, dan multikolinieritas adalah sebagian dari analisis yang dilakukan.

Berlandaskan hasil pengujian, diagram jalur tersebut menghubungkan variabel-variabel, seperti Faktor Empati, Faktor Kecepatan, serta Faktor Kemudahan sebagai variabel tersembunyi eksogen, sementara Kepuasan Pelanggan sebagai variabel tersembunyi endogen.



Sumber: data primer diolah (2024)

Gambar 4.1
Outer Model

1) *Convergent Validity*

Validitas konvergen memiliki tujuan untuk mengevaluasi

keabsahan hubungan antara indikator dan konstruk atau variabel tersembunyi dalam sebuah penelitian. Untuk memverifikasi validitas konvergen, dilakukan pengecekan terhadap nilai beban luar (*outer loading*). Jika nilai *outer loading* melebihi nilai ambang batas 0,7, maka indikator tersebut dianggap memiliki validitas konvergen yang kuat, sesuai dengan penjelasan oleh (Ghozali, 2018:51). Dengan demikian, validitas konvergen menjadi landasan penting dalam memastikan integritas dan keandalan data dalam model analisis yang digunakan.

Hasil uji *outer loading* pada Faktor Empati, Faktor Kecepatan, dan Faktor Kemudahan menunjukkan bahwasannya seluruh indikator memiliki nilai *outer loading* yang melebihi ambang 0,7. Hasil ini mengindikasikan bahwasannya seluruh variabel tersembunyi eksogen dianggap valid. Mirip dengan itu, setiap indikator untuk variabel tersembunyi endogen, Kepuasan Pelanggan memiliki nilai *outer loading* melebihi 0,7, dan tidak ada nilai indikator variabel yang kurang dari 0,7. Maka dari itu, semua indikator dianggap valid atau dapat digunakan secara layak untuk penelitian dan analisis lebih lanjut.

Tabel 4.5
Outer Loading

| Variabel/Konstruk | Indikator | Nilai <i>Outer Loading</i> | Keterangan |
|--------------------------|------------------|-----------------------------------|-------------------|
| Faktor Empati (X1) | X1.1 | 0,927 | Valid |
| | X1.2 | 0,903 | Valid |

| | | | |
|------------------------|------|-------|-------|
| Faktor Kecepatan (X2) | X2.1 | 0,911 | Valid |
| | X2.2 | 0,900 | Valid |
| Faktor Kemudahan (X3) | X3.1 | 0,827 | Valid |
| | X3.2 | 0,870 | Valid |
| | X3.3 | 0,869 | Valid |
| Kepuasan Pelanggan (Y) | Y1 | 0,844 | Valid |
| | Y2 | 0,887 | Valid |
| | Y3 | 0,893 | Valid |

Sumber: data primer diolah (2024)

2) *Discriminant Validity*

Langkah selanjutnya adalah melaksanakan uji validitas diskriminan pada model pengukuran. Fornell dan Larcker (1981) (dalam Ghozali, 2008) merekomendasikan suatu metode untuk mengevaluasi validitas diskriminan dengan membandingkan korelasi antara setiap konstruk dalam model dengan konstruk lainnya, dengan memperhatikan nilai akar kuadrat Average Varians Ekstrak (AVE) dari setiap konstruk. Kualitas diskriminan dari model dianggap memadai apabila nilai akar kuadrat AVE dari setiap konstruk lebih tinggi daripada korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya. Dengan menggunakan pendekatan ini, peneliti dapat menilai sejauh mana variabilitas antara konstruk saling terpisah, memastikan kecocokan dan keandalan model yang digunakan dalam analisis data.

Hasil pengujian kriteria Fornell-Larcker pada tabel 4.6 menunjukkan bahwa nilai akar kuadrat AVE untuk Faktor Empati adalah sebesar 0,915, yang mengungguli nilai korelasi antara

konstruk tersebut dengan konstruk lain dalam model. Hal ini menandakan bahwa konstruk Faktor Empati memiliki validitas diskriminan yang baik, karena nilai AVE-nya lebih tinggi daripada korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya. Hal yang sama terjadi pada Faktor Kecepatan dengan nilai **0,906**, Faktor Kemudahan dengan nilai **0,856**, dan Kepuasan Pelanggan dengan nilai **0,875**. Sehingga, kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa model ini memperlihatkan validitas diskriminan yang sangat baik. Dapat diamati bahwa nilai akar kuadrat AVE untuk setiap konstruk melebihi korelasi antar konstruk, yang menunjukkan bahwa model ini menunjukkan validitas diskriminan yang baik. Data menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki validitas diskriminan yang kuat karena nilai AVE-nya lebih tinggi daripada korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya.

Tabel 4.6
Korelasi Antar Konstruk

| | Faktor Empati | Faktor Kecepatan | Faktor Kemudahan | Kepuasan Pelanggan |
|---------------------------|----------------------|-------------------------|-------------------------|---------------------------|
| Faktor Empati | 0,915 | | | |
| Faktor Kecepatan | 0,508 | 0,906 | | |
| Faktor Kemudahan | 0,597 | 0,642 | 0,856 | |
| Kepuasan Pelanggan | 0,537 | 0,708 | 0,726 | 0,875 |

Sumber: data primer diolah (2024)

Sebagai alternatif, untuk menilai validitas, kita dapat memeriksa nilai AVE, yang seharusnya melebihi 0,5 (Ghozali, 2018:51). Berdasarkan pada tabel 4.7 yang terlampir di bawah ini, dari hasil analisis, terlihat bahwa nilai AVE untuk Faktor Empati

adalah **0,837**, untuk Faktor Kecepatan adalah **0,820**, untuk Faktor Kemudahan adalah **0,732**, dan untuk Kepuasan Pelanggan adalah **0,766**. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel yang diteliti dalam penelitian ini memiliki nilai AVE yang melebihi ambang batas 0,5. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel tersebut dapat dianggap valid dan dapat **diterima** dalam konteks penelitian ini.

Tabel 4.7
Average Variance Extracted (AVE)

| Variabel | Average Variance Extracted (AVE) | Keterangan |
|--------------------|---|-------------------|
| Faktor Empati | 0,837 | Valid |
| Faktor Kecepatan | 0,820 | Valid |
| Faktor Kemudahan | 0,732 | Valid |
| Kepuasan Pelanggan | 0,766 | Valid |

Sumber: data primer diolah (2024)

3) Uji Reliabilitas

Tahap berikutnya adalah menguji reliabilitas konstruk, secara spesifik, dilakukan pengujian terhadap nilai *Cronbach's alpha* dan keandalan komposit dari setiap konstruk. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengevaluasi kekonsistenan kuesioner, yang berfungsi sebagai petunjuk untuk variabel atau konsep yang sedang diteliti. Ini membantu memastikan bahwa alat pengukuran yang digunakan dapat diandalkan dalam menggambarkan fenomena yang ingin diselidiki, sehingga hasil penelitian menjadi lebih dapat dipercaya dan relevan. *Composite reliability* dipakai untuk

mengevaluasi nilai keseluruhan reliabilitas suatu konstruk, sementara *Cronbach's alpha* digunakan untuk menentukan batasan bawah reliabilitas konstruk. Jika nilai *composite reliability* suatu variabel melebihi 0,7, variabel tersebut dianggap reliabel, sesuai dengan penjelasan oleh (Ghozali, 2018s:46).

Dari Tabel 4.8, terlihat bahwa setiap konstruk menunjukkan reliabilitas yang baik. Faktor Empati menunjukkan tingkat keandalan komposit sebesar 0,911 dan nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,807. Begitu juga, Faktor Kecepatan menunjukkan tingkat keandalan komposit sebesar 0,901 dengan nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,781. Faktor Kemudahan menunjukkan tingkat keandalan komposit sebesar 0,891 dengan nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,817. Selain itu, Kepuasan Pelanggan memiliki tingkat keandalan komposit sebesar 0,907 dengan nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0,847. Berdasarkan data ini, dapat disimpulkan bahwa setiap konstruk yang diselidiki dalam penelitian ini dapat dianggap memiliki reliabilitas yang baik, karena nilainya melebihi standar ambang yang umumnya diterima untuk reliabilitas.

Tabel 4.8
Nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*

| Variabel | <i>Composite Reliability</i> | <i>Cronbach's Alpha</i> | Keterangan |
|--------------------|-------------------------------------|--------------------------------|-------------------|
| Faktor Empati | 0,911 | 0,807 | Reliabel |
| Faktor Kecepatan | 0,901 | 0,781 | Reliabel |
| Faktor Kemudahan | 0,891 | 0,817 | Reliabel |
| Kepuasan Pelanggan | 0,907 | 0,847 | Reliabel |

Sumber: data primer diolah (2024)

4) Uji Multikolinearitas

Dalam penelitian ini, uji multikolinearitas juga dilakukan untuk mengevaluasi apakah terdapat korelasi antar variabel. Kriteria yang relevan untuk uji multikolinearitas adalah nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yang kurang dari 10 dan nilai *tolerance* yang lebih besar dari 0,1 (Ghozali, 2018:107).

Dari tabel 4.9 yang telah tertera dibawah ini, terlihat bahwa nilai koefisien regresi antara Faktor Empati dan Kepuasan Pelanggan adalah 1,620, antara Faktor Kecepatan dan Kepuasan Pelanggan adalah 1,774, dan antara Faktor Kemudahan dan Kepuasan Pelanggan adalah 2,043. Hasil analisis menunjukkan bahwa tidak ada indikasi pelanggaran terhadap asumsi multikolinearitas. Ini menandakan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini tidak secara signifikan berkorelasi satu sama lain.

Tabel 4.9
Collinearity Statistics (VIF)

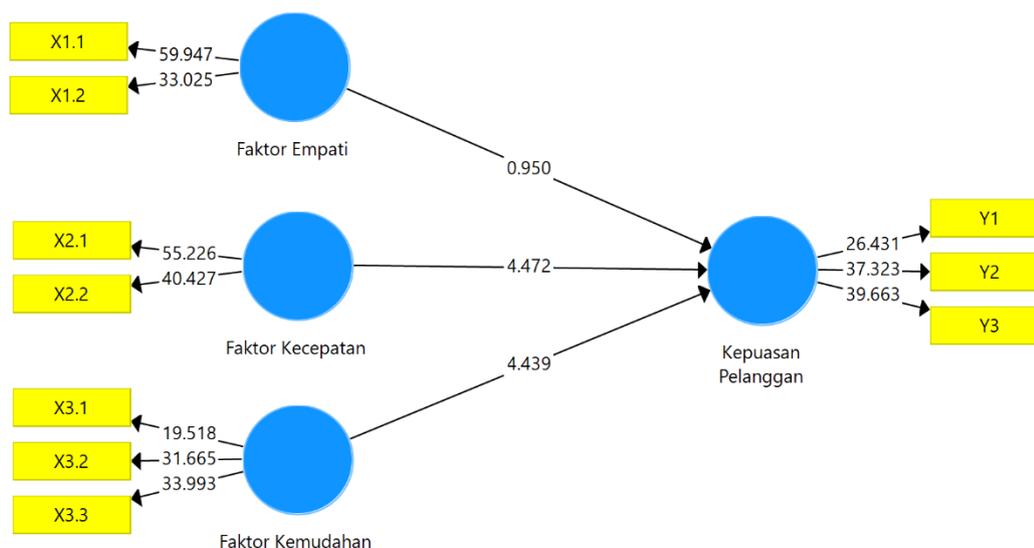
| | Faktor Empati | Faktor Kecepatan | Faktor Kemudahan | Kepuasan Pelanggan |
|--------------------|---------------|------------------|------------------|--------------------|
| Faktor Empati | | | | 1,620 |
| Faktor Kecepatan | | | | 1,774 |
| Faktor Kemudahan | | | | 2,043 |
| Kepuasan Pelanggan | | | | |

Sumber: data primer diolah (2024)

4.3.2 Uji *Structural Model (Inner Model)*

Pengaruh antara satu variabel tersembunyi terhadap variabel tersembunyi lainnya dievaluasi melalui model struktural, juga

dikenal sebagai *inner model*. Berikut ini merupakan hasil analisis *inner model* yang dijalankan dengan menggunakan metode *bootstrapping* untuk memperkuat keandalan hasil:



Sumber: data primer diolah (2024)

Gambar 4.2
Inner Model

1) *Coefficient Determination (R²)*

Koefisien determinasi, yang dikenal sebagai metrik paling umum dalam mengevaluasi inner model (R^2), menggambarkan korelasi kuadrat antara nilai aktual dan nilai yang diprediksi dari suatu konstruk pada variabel endogen tertentu. Hal ini digunakan untuk menilai kekuatan prediksi model, atau R^2 . Dampak kombinasi dari faktor laten eksogen terhadap variabel laten endogen dipresentasikan oleh R^2 . Sehingga, R^2 menggambarkan sejauh mana

varians dalam konstruk endogen dapat dijelaskan oleh semua konstruk eksternalnya. Berlandaskan klasifikasi yang diberikan, nilai koefisien korelasi dapat dikelompokkan seperti yang telah tertera dibawah ini: 0 (tidak ada korelasi), 0 - 0,49 (korelasi lemah), 0,50 (korelasi moderat), 0,51 - 0,99 (korelasi kuat), dan 1,00 (korelasi sempurna) (Ghozali, 2018, p. 27). Berikut adalah hasil dari nilai *R-square* dalam penelitian yang disajikan di bawah ini:

Tabel 4.10
Analisis R-Square

| | R Square | R Square Adjusted |
|---------------------------|-----------------|--------------------------|
| Kepuasan Pelanggan | 0,631 | 0,621 |

Sumber: data primer diolah (2024)

Dalam analisis yang tercantum dalam tabel 4.10, ditemukan bahwa nilai *R-Square* adalah 0,621 (kuat). Ini berarti kontribusi yang diberikan oleh model variabel Faktor Empati, Faktor Kecepatan, dan Faktor Kemudahan dalam menjelaskan faktor-faktor yang menyebabkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,621 atau sekitar 62,1%, sementara itu, sekitar 37,9% dari variasi dalam variabel lain masih belum dijelaskan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, model yang diterapkan dalam penelitian ini memberikan kontribusi yang penting dalam memahami fenomena yang diteliti.

2) Uji *Effect Size* (f^2)

Uji *Effect Size* (f^2) digunakan untuk mengevaluasi seberapa besar pengaruh variabel eksogen tertentu terhadap variabel endogen. Nilai-nilai f^2 yang direkomendasikan oleh para ahli adalah 0,02

(kecil), 0,15 (moderat), dan 0,35 (besar) (Ghozali, 2018:98). Berikut ini merupakan hasil dari analisis f^2 dalam penelitian ini:

Tabel 4.11
Analisis f-square

| Kepuasan Pelanggan | |
|---------------------------|-------|
| Faktor Empati | 0,012 |
| Faktor Kecepatan | 0,237 |
| Faktor Kemudahan | 0,236 |

Sumber: data primer diolah (2024)

Menurut analisis yang terdokumentasi dalam Tabel 4.14 di atas, hasil yang diperoleh adalah seperti yang telah tertera dibawah ini:

- 1) Nilai f^2 untuk Variabel Faktor Empati adalah 0,012, yang menunjukkan bahwa nilainya $< 0,02$, $< 0,15$, dan $< 0,35$. Oleh karena itu, pengaruh Variabel Faktor Empati terhadap Kepuasan Pelanggan adalah kecil atau sangat lemah (*small effect*).
- 2) Variabel Faktor Kecepatan memiliki nilai f^2 sebesar 0,237, yang menunjukkan bahwa nilainya $> 0,02$ dan $> 0,15$, namun $< 0,35$. Oleh karena itu, pengaruh Variabel Faktor Kecepatan terhadap Kepuasan Pelanggan adalah cukup atau sedang (*medium effect*).
- 3) Variabel Faktor Kemudahan memiliki nilai f^2 sebesar 0,236, yang menunjukkan bahwa nilainya $> 0,02$ dan $> 0,15$, namun $< 0,35$. Oleh karena itu, pengaruh Variabel Faktor Kemudahan terhadap Kepuasan Pelanggan adalah cukup atau sedang (*medium effect*).

4.3.3 Uji Hipotesis

1) Uji t (*t-test*)

Uji t merupakan sebuah teknik analisis yang digunakan

untuk mengevaluasi sejauh mana variasi dari variabel endogen dapat dijelaskan oleh satu variabel eksogen. Suatu variabel dikatakan memiliki dampak yang signifikan terhadap variabel lainnya jika nilai t-hitungnya melebihi 1,96, dengan tingkat signifikansi yang digunakan adalah 5%. Sehingga, suatu variabel dianggap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel lainnya jika nilai t-hitungnya melebihi 1,96 (Ghozali, 2018:98).

Dari Tabel 4.12, dapat disimpulkan bahwa konstruk Faktor Empati memiliki nilai sebesar **0,950**, yang berada di bawah nilai 1,96, menunjukkan bahwa konstruk tersebut tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Namun, konstruk Faktor Kecepatan memiliki nilai sebesar 4,472, yang melebihi nilai 1,96, menandakan adanya pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Demikian pula, konstruk Faktor Kemudahan memiliki nilai sebesar 4,439, menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Tabel 4.12
Analisis t-test

| | T statistics (O/STDEV) | Sig |
|---------------------------------------|---|------------------|
| Faktor Empati → Kepuasan Pelanggan | 0,950 | Tidak Signifikan |
| Faktor Kecepatan → Kepuasan Pelanggan | 4,472 | Signifikan |
| Faktor Kemudahan → Kepuasan Pelanggan | 4,439 | Signifikan |

Sumber: data primer diolah (2024)

2) Analisis Jalur (*Path Coefficient*)

Koefisien jalur (*path coefficient*) adalah metrik yang

digunakan untuk mengevaluasi dampak, baik secara langsung maupun tidak langsung, dari sekelompok variabel independen terhadap variabel dependen dalam sebuah model. Dengan memeriksa pola hubungan antara variabel tersebut, peneliti dapat merujuk pada tabel koefisien jalur yang dihasilkan dari proses *bootstrapping* di SmartPLS. Ini membantu dalam mengevaluasi hasil uji hipotesis terkait dampak langsung maupun tidak langsung. Ketika nilai *p-value* sebuah variabel kurang dari 0,05, itu menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan. Sebaliknya, jika nilai *p-value* lebih besar dari 0,05, variabel tersebut dianggap tidak memiliki pengaruh yang signifikan (Ghozali, 2018:245).

Tabel 4.13
Path Coefficient

| | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | T statistics (O/STDEV) | P Values | Sig |
|---------------------------------------|----------------------------|------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|-----------------|------------------|
| Faktor Empati → Kepuasan Pelanggan | 0,085 | 0,095 | 0,090 | 0,950 | 0,343 | Tidak Signifikan |
| Faktor Kecepatan → Kepuasan Pelanggan | 0,394 | 0,386 | 0,088 | 4,472 | 0,000 | Signifikan |
| Faktor Kemudahan → Kepuasan Pelanggan | 0,422 | 0,422 | 0,095 | 4,439 | 0,000 | Signifikan |

Sumber: data primer diolah (2024)

Hasil dibawah ini adalah hasil dari pengujian hipotesis, yang dapat dilihat pada Tabel 4.13:

- 1) Pengujian Hipotesis 1: Faktor Empati (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Hasil pengujian hipotesis 1 menunjukkan bahwa nilai asli sampel (O) Faktor Empati terhadap Kepuasan Pelanggan adalah 0,085 (positif). Pengujian juga menunjukkan bahwa *T-Statistics* bernilai 0,950, dan *p-value* sebesar 0,343. Temuan ini mengindikasikan bahwa hipotesis tidak signifikan karena nilai *T-Statistics* di bawah 1,96 dengan *p-value* lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, simpulannya adalah bahwa Faktor Empati tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, sehingga H1 **ditolak**.

- 2) Pengujian Hipotesis 2: Faktor Kecepatan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Dari hasil pengujian hipotesis 2, didapati bahwa nilai asli sampel (O) Faktor Kecepatan terhadap Kepuasan Pelanggan adalah 0,394 (positif). Pengujian juga mengindikasikan bahwa *T-Statistics* memiliki nilai 4,472, dan nilai *p-value* sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis tersebut memiliki dampak yang signifikan karena nilai *T-Statistics* melebihi 1,96 dengan *p-value* kurang dari 0,05. Oleh karena itu, simpulannya adalah bahwa Faktor Kecepatan memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, sehingga H2 dapat **diterima**.

- 3) Pengujian Hipotesis 3: Faktor Kemudahan (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Dari hasil pengujian hipotesis 3, terlihat bahwa nilai sampel asli (O) Faktor Kemudahan terhadap Kepuasan Pelanggan adalah 0,422 (positif). Pengujian menunjukkan nilai *T-Statistics* sebesar 4,439, dan nilai *p-value* adalah 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis tersebut memiliki dampak yang signifikan karena nilai *T-Statistics* melebihi 1,96 dengan *p-value* kurang dari 0,05. Sehingga, simpulannya adalah bahwa Faktor Kemudahan memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, sehingga H3 dapat **diterima**.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Pengaruh Faktor Empati *Frontliner* Dalam Penanganan

Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil analisis menunjukkan bahwa Faktor Empati (X1), yang merupakan bagian dari upaya *frontliner* dalam menangani keluhan, tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Nilai *t-statistic* sebesar 0,950 lebih rendah dari nilai kritis 1,96 (sesuai dengan *t-table*), sedangkan nilai *p-value* sebesar 0,343, melebihi tingkat signifikansi 0,05. Hasil ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sondakh et al., (2019), Adha et al., (2021), dan Anjeliza (2020) yang juga menemukan bahwa faktor empati dalam menangani keluhan tidak memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dalam konteks studi ini, tidak ditemukan bukti signifikan terkait

pengaruh faktor empati terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran faktor empati dalam upaya *frontliner* menangani keluhan tidak terbukti secara signifikan dalam meningkatkan kepuasan nasabah di Bank BRI Unit Nusukan Surakarta. Hal ini konsisten dengan temuan Gea & Mendrofa (2022) yang juga menemukan bahwa faktor empati dalam penanganan keluhan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian lainnya oleh Syahfitri & Kusnanto (2021) juga menyoroti variasi hasil di antara para ahli mengenai hubungan antara faktor empati dalam penanganan keluhan dan kepuasan pelanggan.

4.4.2 Pengaruh Faktor Kecepatan *Frontliner* Dalam Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil analisis penelitian menegaskan bahwa Faktor Kecepatan (X2) dalam penanganan keluhan oleh *frontliner* memiliki dampak yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Ini terlihat dari nilai *t-statistic* yang signifikan, $4,472 > 1,96$ (tabel t), dan nilai *p-value* sebesar $0,000 < 0,05$. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya oleh Sibadia (2017), Samsir, (2020), Kurnia & Suwiknyo (2018), dan Yuniar et al., (2019) yang juga menunjukkan bahwa faktor kecepatan dalam menangani keluhan secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian yang telah dilakukan dapat menjelaskan bahwa faktor kecepatan dalam penanganan keluhan oleh *frontliner* menjadi

faktor yang berkontribusi terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Unit Nusukan Surakarta. Ini memperkuat keyakinan bahwa terjadi karena *frontliner* Bank BRI Unit Nusukan Surakarta mampu menangani keluhan secara cepat dan tepat waktu, begitu juga dengan kecepatan dalam penyampaian informasi kepada nasabah.

Ada dukungan bagi temuan tersebut dalam studi yang dilakukan oleh Lincincia et al., (2022) yang menegaskan bahwasannya respons cepat dalam menangani keluhan berdampak pada kepuasan pelanggan. Temuan ini konsisten dengan riset oleh Kurnia & Suwiknyo (2018), yang menegaskan bahwa penanganan keluhan dengan cepat memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel ini merupakan kandidat yang layak untuk diuji, sesuai dengan teori dari Parasuraman et al., (1985) yang menekankan bahwa respons cepat merupakan hasil dari perhatian dan kesediaan yang ditunjukkan kepada pelanggan. Ketika pelanggan merasa diperhatikan, direspons dengan cepat, dan diberikan pelayanan dengan tanggap, mereka cenderung merasa puas. Selain itu, tingkat respons juga bisa menjadi ukuran seberapa lama pelanggan harus menunggu untuk memenuhi kebutuhan mereka.

4.4.3 Pengaruh Faktor Kemudahan yang Diberikan Frontliner

Dalam Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah

Analisis penelitian menegaskan bahwa keterlaksanaan Faktor Kemudahan (X3) dalam menangani keluhan oleh *frontliner* memiliki

dampak yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Bukti untuk ini terlihat dari nilai t-statistik sebesar 4,439, yang melebihi nilai 1,96 yang tercantum di tabel-t, dan nilai *p-value* sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Penemuan ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fransiska & Aquinia, (2023), Khasanah & Aswad (2024), serta Putra & Raharjo (2021) yang menunjukkan bahwa faktor kemudahan memengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan.

Hasil penelitian dapat menunjukkan bahwa kenyataan faktor kemudahan dalam penanganan keluhan oleh *frontliner* menjadi kontributor penting dalam memengaruhi tingkat kepuasan nasabah Bank BRI Unit Nusukan Surakarta. Hal tersebut terjadi karena *frontliner* Bank BRI Unit Nusukan Surakarta memberikan kemudahan dengan baik kepada nasabah dalam penyampaian keluhan/*complaint* secara langsung, melalui media sosial, dan *website*.

Terdapat konsistensi temuan dari penelitian lain yang menunjukkan bahwa faktor kemudahan dalam menangani keluhan secara positif dan signifikan memengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Kemudahan dalam proses penyampaian keluhan diyakini dapat meningkatkan kepuasan nasabah, membangkitkan keinginan untuk menggunakan layanan bank secara berulang, dan pada gilirannya, membantu memenuhi kebutuhan masyarakat secara lebih efektif (Kamarudin et al., 2022).

4.4.4 Efektivitas *Frontliner* dalam Menangani Keluhan Nasabah dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah

Penelitian ini menekankan pada bagaimana kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kemampuan *frontliner* dalam menangani keluhan nasabah dengan efektif. Oleh karena itu, efektivitas penanganan keluhan oleh *frontliner* harus tercermin dalam tingkat kepuasan nasabah. Meskipun penanganannya dianggap efektif, jika nasabah tidak puas, oleh karena itu, seharusnya penanganan yang efektif tersebut berkorelasi positif dengan tingkat kepuasan nasabah.

Penelitian yang telah dilakukan mengadopsi variabel dari Tjiptono (2015) dan Carvajal (2011) yakni empati kepada pelanggan yang marah (*empathy*), kecepatan dalam penanganan keluhan (*quickly handle complaints*), dan kemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi perusahaan (*ease of customers submitting complaints*). Penelitian ini membuktikan bahwa kepuasan nasabah secara signifikan dipengaruhi oleh efektivitas *frontliner* dalam menangani keluhan dilihat dari Faktor Kecepatan dan Faktor Kemudahan. Berlandaskan hal tersebut artinya *frontliner* Bank BRI Unit Nusukan Surakarta mampu menangani keluhan/*complaint* nasabah secara efektif dari segi kecepatan (daya tanggap) dan kemudahan yang diberikan kepada nasabah dalam menyampaikan keluhan/*complaint*. Faktor empati dalam penanganan keluhan oleh *frontliner* tidak berkontribusi pada tingkat kepuasan nasabah di Bank BRI Unit Nusukan Surakarta.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk menyelidiki dan mengevaluasi dampak dari faktor-faktor empati, kecepatan, dan kenyamanan dalam layanan *frontliner* terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank BRI di Unit Nusukan Surakarta. Berikut adalah simpulan yang ditarik oleh peneliti berlandaskan analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya:

1. Variabel faktor empati tidak berdampak secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI di Unit Nusukan Surakarta.
2. Variabel faktor kecepatan berdampak secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI di Unit Nusukan Surakarta.
3. Variabel faktor kemudahan berdampak secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI di Unit Nusukan Surakarta.

Adanya hasil dari penelitian tersebut dapat menjadi landasan evaluasi bagi pihak *frontliner* Bank BRI di Unit Nusukan Surakarta. Lebih lanjut lagi dapat menjadi masukan kepada Bank BRI agar dalam menangani keluhan nasabah dapat dilakukan secara maksimal agar lebih meningkatkan kepuasan nasabah. Hal tersebut sesuai dengan manfaat dari adanya penelitian ini.

Untuk menjaga agar nasabah tetap puas dengan kualitas layanan yang diberikan, perusahaan harus terus melaksanakan penilaian atau

evaluasi. Adanya keluhan/*complaint* yang disampaikan oleh nasabah dapat menjadi bahan evaluasi perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanannya. Oleh karena itu efektivitas penanganan keluhan dalam hal ini sangat diperlukan. Pihak operasional, khususnya *frontliner* harus lebih fokus dalam meningkatkan faktor empati ketika menangani keluhan nasabah. Di sisi lain, meskipun faktor kecepatan dan kemudahan dalam penanganan keluhan sudah baik, langkah-langkah untuk meningkatkan hal tersebut harus terus dilakukan agar klien Bank BRI tetap merasa puas dengan mutu layanan yang diberikan oleh bank, terutama dalam penanganan keluhan. Kepuasan nasabah harus tercermin dalam efektivitas yang diterapkan oleh *frontliner* untuk menangani keluhan nasabah. Dilihat dari faktor kecepatan dan faktor kemudahan yang diberikan kepada nasabah, *frontliner* Bank BRI Unit Nusukan Surakarta mampu menyelesaikan keluhan dan pengaduan nasabah secara efektif. Namun, kepuasan nasabah Bank BRI Unit Nusukan Surakarta tidak dipengaruhi oleh Faktor Empati *frontliner* dalam menangani keluhan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penerapan proses penelitian masih memiliki kelemahan atau pembatasan yang perlu diperhatikan, seperti:

1. Studi yang telah dilakukan belum mampu mengidentifikasi semua aspek penanganan keluhan yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan Bank BRI di Unit Nusukan Surakarta.

Dalam penelitian ini, sekitar 37,9% faktor lain masih belum dipahami atau terungkap.

2. Pertanyaan yang tercantum dalam kuesioner bersifat terbatas, yang mengakibatkan peneliti kesulitan dalam memperoleh informasi yang lebih rinci tentang pendapat para responden.
3. Kriteria sampel yang dipilih tidak melihat batasan waktu nasabah yang menyampaikan keluhan/*complaint*.

5.3 Saran

Diharapkan bahwa penelitian di masa mendatang akan mengatasi kelemahan dan pembatasan pada penelitian. Yang tertera dibawah ini merupakan beberapa saran yang bisa diajukan:

1. Penelitian berikutnya diharapkan mampu mengidentifikasi variasi variabel lain yang masih belum terungkap dalam penelitian ini.
2. Di penelitian yang akan datang, disarankan untuk memasukkan pertanyaan terbuka dalam kuesioner agar dapat mendapatkan informasi lebih mendalam mengenai tanggapan responden terhadap pertanyaan kuesioner, dan juga memperluas pengetahuan peneliti tentang hal tersebut.
3. Penelitian mendatang dapat memberikan batasan waktu dalam kriteria pengambilan sampel yakni selama tiga atau dua tahun terakhir.

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, A. M. M., Soegiarto, E., & Kulsum, U. (2021). *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV. Bengawann Motor Samarinda*. 1–12.
- Anjeliza. (2020). *ANALISIS KUALITAS LAYANAN YANG MEMENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN JASA*.
- Aziz, A. (2019). Studi Efektivitas Penanganan Gangguan Frekuensi Radio di Balai Monitor Spektrum Frekuensi Radio. *Buletin Pos Dan Telekomunikasi*, 12(3). <https://doi.org/10.17933/bpostel.2014.120301>
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI. (2023). Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, Dan Teknologi Republik Indonesia. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/efektif>
- Barnes, J. G. (2003). *Secrets of Customer Relationship Management*. <https://onesearch.id/Record/IOS2863.JATEN00000000024606>
- Cooper, D., & Schindler, P. (2014). *The Twelfth Edition of Business Research Methods reflects a thoughtful revision of a market standard*. www.mhhe.com
- Ditta Nur Hidayanti. (2020). *PENGARUH ISLAMIC MARKETING, PENANGANAN KELUHAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA PT. BPRS SEPROVINSI LAMPUNG*. <http://repository.radenintan.ac.id/11581/>
- Edeh, E., Lo, W.-J., & Khojasteh, J. (2023). Review of Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook. In *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal* (Vol. 30, Issue 1). <https://doi.org/10.1080/10705511.2022.2108813>
- Edi, A. S., & Suherniyatin, S. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Peningkatan Intimacynasabah Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Nasabah melalui Minat Menabung Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Kcp Wiyung Surabaya. *WORLDVIEW (Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Sosial Sains)*, 1(1), 63–80. <https://doi.org/10.38156/worldview.v1i1.114>
- Fandy Tjiptono ; Gregorius Chandra. (2015). *Service Quality & Satisfaction*. <https://onesearch.id/Record/IOS18684.slims-2504?widget=1>
- Fandy Tjiptono. (2006). *Manajemen Jasa*. ANDI. <https://onesearch.id/Record/IOS17607.slims-12252?widget=1>
- Fransiska, & Aquinia, A. (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan , Kemudahan Penggunaan , dan*. 4(1), 56–64.

- Fukumoto, Y., Todo, M., Bizen, H., Kimura, D., & Suzuki, T. (2021). Precision pinch force control via brain and spinal motor neuron excitability during motor imagery. *Neuroscience Letters*, 754(December 2020), 135843. <https://doi.org/10.1016/j.neulet.2021.135843>
- Gea, N. E., & Mendrofa, C. P. (2022). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan JNE. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 152–159. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.26>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*. http://slims.umn.ac.id/lib/phpthumb/phpThumb.php?src=../images/docs/Aplikasi_Analisis_Multivariate_Dengan_Program_IBM_SPSS_
- Hasanah, W. S., & Setiawati, B. (2022). Efektivitas Penerapan Praktek Pengelolaan Keuangan Desa Berbasis Sistem Keuangan Desa (Siskeudes) Di Desa Solan Kecamatan Jaro Kabupaten Tabalong. *Jurnal Mahasiswa Administrasi Publis & Administrasi Bisnis*, 5(1), 215–228. <http://jurnal.stiatabalong.ac.id/index.php/JAPB>
- Hermawati, A. (2022). The Influence of Complaint Handling, Marketing Communication and Trust on Loyalty (Marketing Management Literature Review). *Dinasti International Journal of Management Science*, 4(2), 286–296.
- Hermawati, A. (2023). Pengaruh Penanganan Keluhan, Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan terhadap Loyalitas (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 1(1), 14–28. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v1i1.18>
- Kamarudin, J., Nursiah, N., & ... (2022). Pengaruh Faktor Kemudahan, Keamanan, dan Resiko Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Kabupaten Mamuju). *FORECASTING: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(2), 11–18. <https://stiemmamuju.e-journal.id/FJIIM/article/view/123%0Ahttps://stiemmamuju.e-journal.id/FJIIM/article/download/123/63>
- Khasanah, K., & Aswad, M. (2024). Pengaruh Kemudahan Transaksi dan Kepercayaan Pengguna terhadap Kepuasan Pengguna Fitur Shopee Paylater E - Commerce Shopee. 21(1), 23–36.
- Kotler, P. (2000). Marketing Management: The Millennium Edition. In *Marketing Management: The Millennium Edition*. www.pearsoncustom.com
- Kurnia, M., & Suwiknyo, M. (2018). Kepuasan Konsumen: Faktor-Faktor Yang

- Mempengaruhi. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 15(01). <https://doi.org/10.30651/blc.v15i01.1264>
- Kurniyawati & Ratno. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus BPRS Suriyah Cabang Salatiga). *Jurnal Baabu Al Ilmi Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(2), 142–152.
- Larasetiati, M., & Ali, H. (2019). Model of consumer trust: analysis of perceived usefulness and toward repurchase intention in online travel agent. *Journal of Economics and Finance*, 3(8), 350–357.
<https://doi.org/10.21276/sjef.2019.3.8.5>
- Li, F., Lu, H., Hou, M., Cui, K., & Darbandi, M. (2021). Customer satisfaction with bank services: The role of cloud services, security, e-learning and service quality. *Technology in Society*, 64(July 2020).
<https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101487>
- Lincincia, B., Tinneke, K., & Tumbel, M. (2022). Pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Tateli. *Productivity*, 3(3), 272–275.
- Mahaputra, M. R. (2017). Pengaruh Kepercayaan dan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI Cabang Soetomo Jambi. *Studi Bisnis Dan Manajemen Taudi*, Vol-2, 737–743. <https://doi.org/10.21276/sjbms>
- Mardalis. (2006). *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=661799>
- Mazhar, S. A. (2021). Methods of Data Collection: A Fundamental Tool of Research. *Journal of Integrated Community Health*, 10(01), 6–10.
<https://doi.org/10.24321/2319.9113.202101>
- Nofal Supriaddin, Alida Palalati, Hasanuddin Bua, Patwayati, & Hayat Jusuf. (2019). The Effect Of Complaint Handling Towards Customers Satisfaction, Trust And Loyalty To Bank Rakyat Indonesia (Bri) Southeast Sulawesi. *The International Journal Of Engineering And Science (IJES)*, 4(6), 1–10.
www.theijes.com
- Nurhayati, S. (2020). *Pengaruh Penanganan Keluhan dan Corporate Image Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT Bank Syariah KCP Magelang)*
<http://repository.radenfatah.ac.id/id/eprint/21639%0Ahttp://repository.radenfatah.ac.id/21639/4/dapuss.pdf>
- Octavia, A., & Ali, H. (2017). International Review of Management and

Marketing The Model of Market Orientation, Entrepreneurial Orientation and Business Performance of Small and Medium Enterprises. *International Review of Management and Marketing*, 7(3), 331–337.
<http://www.econjournals.com>

Parasuraman, A. P., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). *A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research (SERVQUAL)*.
https://www.researchgate.net/publication/225083670_A_Conceptual_Model_of_Service_Quality_and_its_Implication_for_Future_Research_SERVQUAL

Prof. Dr. Imam Ghozali, M.Com, A. (2008). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. <https://digilib.undip.ac.id/2012/10/04/structural-equation-modeling-metode-alternatif-dengan-partial-least-square/>

Putra, D. N. G., & Raharjo, S. T. (2021). Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan, dan Persepsi Manfaat Terhadap Loyalitas Pengguna dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 10(1), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

Samsir, N. (2020). Pengaruh Keandalan Dan Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Jasa Di Mahakarya Photography. *Jurnal Respositori Universitas Negeri Makassar, Februari 2021*, Hal. 5.
http://eprints.unm.ac.id/18997/1/JURNAL_NUR_SAMSIR.pdf

Sara Arancibia Carvajal. (2011). The impact of personalization and complaint handling on customer loyalty. *African Journal of Business Management*, 5(34), 13187–13196. <https://doi.org/10.5897/ajbm11.1162>

Schepinin, V., & Bataev, A. (2019). Digitalization of financial sphere: Challenger banks efficiency estimation. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 497(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/497/1/012051>

Shyu, J. (2020). International Journal of Bank Marketing Building customer loyalty in digital banking: a study of bank staff's perspectives on the challenges of digital CRM and loyalty. *The Eletronic Library*, 7(411), 397–412.

Sibadia, G. (2017). PENGARUH DAYA TANGGAP (RESPONSIVENESS) DAN JAMINAN (ASSURANCE) JASA PERBANKAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK SUMUT KCP KRAKATAU. *Экономика Региона*, 32.

Singgih Santoso. (2012). *Analisis SEM menggunakan AMOS*. Jakarta : Elex Media Komputindo.

<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=814200>

Sofyan Yamin, H. K. (2009). *Structural equation modeling : belajar lebih mudah teknik analisis data kuesioner dengan lisrel - PLS*. Jakarta : Salemba Infotek.
<https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=13080>

Sondakh, B. R., Tampi, J. R. E., & Tumbel, T. M. (2019). Pengaruh Bukti Langsung, Keandalan, Jaminan, Daya Tanggap dan Empati, Terhadap Kepuasan Pasien pada Puskesmas. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3), 101.
<https://doi.org/10.35797/jab.9.3.2019.25520.101-111>

Syahfitri, M. N., & Kusnanto, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Loyal. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(2), 216–237. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i1.567>

Tjiptono. (2005). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media Publish.
<https://onesearch.id/Record/IOS13409.INLIS000000000021121>

Yunior, K., Prima, U., & Medan, I. (2019). *PENGARUH DAYA TANGGAP DAN JAMINAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT . SURIATAMA MAHKOTA KENCANA MEDAN*.

Zouari, G., & Abdelhedi, M. (2021). Customer satisfaction in the digital era: evidence from Islamic banking. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-021-00151-x>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN "**STUDI EFEKTIVITAS *FRONTLINER* DALAM MENANGANI KELUHAN NASABAH DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT BANK RAKYAT INDONESIA (Persero) Tbk.**"

Kepada Yth,

Bapak/Ibu/Saudara/i Nasabah Bank BRI Unit Nusukan Surakarta

Di tempat

Dengan hormat,

Saya Maylina Dewi Prabaningrum (20211110)

Mahasiswa Program Studi Bisnis Digital Sarjana Terapan, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

Untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam penyelesaian pendidikan pada Program Studi Bisnis Digital Sarjana Terapan, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, sebagai bahan penulisan Tugas Akhir Skripsi kami melaksanakan penelitian dengan melakukan survei kepada nasabah Bank BRI Unit Nusukan Surakarta.

Adapun kriteria responden seperti yang telah tertera dibawah ini:

- **Nasabah Bank BRI Unit Nusukan Surakarta yang pernah menyampaikan keluhan/*complaint***
- **Nasabah kategori dewasa (>17 tahun)**

Dalam rangka tersebut, kami memohon kesediaan Bapak/Ibu/Yang Terhormat, untuk melengkapi kuesioner ini sesuai arahan yang disediakan. Kami ingin menegaskan bahwa hasil riset ini semata-mata untuk keperluan akademik dan tidak akan memengaruhi status Bapak/Ibu/Yang Terhormat sebagai nasabah Bank BRI Unit Nusukan Surakarta.

Rahasia identitas dan tanggapan Bapak/Ibu/Yang Terhormat akan kami jaga dengan sungguh-sungguh, sesuai dengan prinsip etika riset, dan hanya akan dimanfaatkan untuk keperluan penelitian. Kerjasama dari Bapak/Ibu/Yang Terhormat dalam mengisi kuesioner ini dengan jujur, objektif, dan sejujur-jujurnya sangat berarti bagi kelancaran riset ini. Kami mengucapkan terima kasih atas partisipasi Anda.

Peneliti,

MAYLINA DEWI PRABANINGRUM

20211110

maylina.dewi78@gmail.com [Switch account](#)

Not shared

* Indicates required question

NAMA*

Your answer

USIA*

18 - 44 tahun

45 - 64 tahun

PETUNJUK PENGISIAN

1. Terdapat 10 pertanyaan
2. Mohon Bp/Ibu/Sdr/i membaca pertanyaan dengan seksama
3. Pengisian ini dilakukan dengan cara memilih pada salah satu jawaban yang menurut Bp/Ibu/Sdr/i paling tepat
4. Setiap pertanyaan hanya memiliki satu jawaban
5. Setelah mengisi jawaban pada kuesioner ini, mohon diperiksa kembali agar pertanyaan yang belum terisi tidak terlewat (kosong)

Teller & Customer Sevice (CS) **mendengarkan** keluhan/*complaint* yang disampaikan oleh nasabah*

Sangat Baik

Baik

Cukup Baik

Kurang Baik

Tidak Baik

Teller & Customer Sevice (CS) **memahami kebutuhan** yang disampaikan oleh nasabah*

Sangat Baik

Baik

Cukup Baik

Kurang Baik

Tidak Baik

Kecepatan respon *Teller & Customer Sevice (CS)*

dalam **menangani** keluhan/*complaint* nasabah*

Sangat Baik
Baik
Cukup Baik
Kurang Baik
Tidak Baik

Kecepatan respon *Teller & Customer Service* (CS) dalam **penyampaian informasi** kepada nasabah*

Sangat Baik
Baik
Cukup Baik
Kurang Baik
Tidak Baik

Kemudahan penyampaian keluhan/*complaint* **secara langsung***

Sangat Baik
Baik
Cukup Baik
Kurang Baik
Tidak Baik

Kemudahan penyampaian keluhan/*complaint* melalui **media sosial***

Sangat Baik
Baik
Cukup Baik
Kurang Baik
Tidak Baik

Kemudahan penyampaian keluhan/*complaint* melalui **website***

Sangat Baik
Baik
Cukup Baik
Kurang Baik
Tidak Baik

Seberapa puas Bp/Ibu/Sdr/i terhadap **empati** *Teller & Customer Service* (CS) dalam menangani keluhan/*complaint**

Sangat Baik
Baik
Cukup Baik
Kurang Baik
Tidak Baik

Seberapa puas Bp/Ibu/Sdr/i terhadap **kecepatan respon** *Teller & Customer Service* (CS) dalam menangani keluhan/*complaint**

Sangat Baik

Baik

Cukup Baik

Kurang Baik

Tidak Baik

Seberapa puas Bp/Ibu/Sdr/i terhadap **kemudahan** penyampaian
keluhan/*complaint**

Sangat Puas

Puas

Cukup Puas

Kurang Puas

Tidak Puas

Submit

Clear form

Lampiran 2

Hasil Analisis *Outer Model*

Nilai *Outer Loadings*

Outer Loadings

| Matrix | Faktor Empati | Faktor Kecepat... | Faktor Kemud... | Kepuasan Pela... |
|--------|---------------|-------------------|-----------------|------------------|
| X1.1 | 0.927 | | | |
| X1.2 | 0.903 | | | |
| X2.1 | | 0.911 | | |
| X2.2 | | 0.900 | | |
| X3.1 | | | 0.827 | |
| X3.2 | | | 0.870 | |
| X3.3 | | | 0.869 | |
| Y1 | | | | 0.844 |
| Y2 | | | | 0.887 |
| Y3 | | | | 0.893 |

Hasil *Construct Reliability and Validity*

Construct Reliability and Validity

| Matrix | Cronbach's Alpha | rho_A | Composite Reliability | Average Variance Extracted ... |
|-------------------|------------------|-------|-----------------------|----------------------------------|
| | Cronbach's Alpha | rho_A | Composite Reliability | Average Variance Extracted (AVE) |
| Faktor Empati | 0.807 | 0.816 | 0.911 | 0.837 |
| Faktor Kecepat... | 0.781 | 0.783 | 0.901 | 0.820 |
| Faktor Kemuda... | 0.817 | 0.819 | 0.891 | 0.732 |
| Kepuasan Pela... | 0.847 | 0.847 | 0.907 | 0.766 |

Hasil *Discriminant Validity*

Discriminant Validity

| Fornell-Larcker Criteri... | Cross Loadings | Heterotrait-Monotrait R... | Heterotrait-Monotrait R... | |
|----------------------------|----------------|----------------------------|----------------------------|--------------------|
| | Faktor Empati | Faktor Kecepatan | Faktor Kemudahan | Kepuasan Pelanggan |
| Faktor Empati | 0.915 | | | |
| Faktor Kecepatan | 0.508 | 0.906 | | |
| Faktor Kemudahan | 0.597 | 0.642 | 0.856 | |
| Kepuasan Pelanggan | 0.537 | 0.708 | 0.726 | 0.875 |

Nilai VIF

Collinearity Statistics (VIF)

| | Faktor Empati | Faktor Kecepatan | Faktor Kemudahan | Kepuasan Pelanggan |
|--------------------|---------------|------------------|------------------|--------------------|
| Faktor Empati | | | | 1.620 |
| Faktor Kecepatan | | | | 1.774 |
| Faktor Kemudahan | | | | 2.043 |
| Kepuasan Pelanggan | | | | |

Lampiran 3

Hasil Analisis Inner Model

Nilai R-Square

R Square

| Matrix | R Square | R Square Adjusted |
|--------------------|----------|-------------------|
| | R Square | R Square Adjusted |
| Kepuasan Pelanggan | 0.631 | 0.621 |

Nilai f-Square

f Square

| Matrix | f Square |
|--------------------|---|
| | Faktor Empati Faktor Kecepatan Faktor Kemudahan Kepuasan Pelanggan |
| Faktor Empati | 0.012 |
| Faktor Kecepatan | 0.237 |
| Faktor Kemudahan | 0.236 |
| Kepuasan Pelanggan | |

Lampiran 4

Hasil Uji *Bootstrapping*

Hasil *t-test* dan *path coefficients*

Path Coefficients

| | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | T Statistics (O /STDEV) | P Values |
|------------------------|---------------------|-----------------|----------------------------|--------------------------|----------|
| Faktor Empati -> Ke... | 0.085 | 0.095 | 0.090 | 0.950 | 0.343 |
| Faktor Kecepatan ->... | 0.394 | 0.386 | 0.088 | 4.472 | 0.000 |
| Faktor Kemudahan -... | 0.422 | 0.422 | 0.095 | 4.439 | 0.000 |