

## Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Di Kasus Karya Barokah

Agni Andhita Rachma<sup>1\*</sup>, Muhammad Tho'in<sup>2</sup>, Iin Emy Prastiwi<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ekonomi Bisnis, Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia

E-mail: [dhita.workingzone@gmail.com](mailto:dhita.workingzone@gmail.com)<sup>1\*</sup>, [thoin.itbaas@gmail.com](mailto:thoin.itbaas@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[iinemyprastiwi24@gmail.com](mailto:iinemyprastiwi24@gmail.com)<sup>3</sup>

### Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh factor tangible terhadap kepuasan pelanggan di KSUS Karya Barokah. Untuk mengetahui pengaruh factor responsiveness terhadap kepuasan pelanggan di KSUS Karya Barokah. Untuk mengetahui pengaruh factor reability terhadap kepuasan pelanggan di KSUS Karya Barokah. Untuk mengetahui pengaruh factor assurance terhadap kepuasan pelanggan di KSUS Karya Barokah. Penelitian ini dilakukan di KSUS Karya Barokah Purwantoro kota Wonogiri. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner. Teknik analisis data dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tangible, responsiveness, reliability, assurance, dan empathy berpengaruh simultan dan signifikan terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah. Tangible berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah. Responsiveness berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah. Reliability berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah. Assurance berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah. Empathy berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah.

Kata kunci: *assurance, empathy, kepuasan, reliability, responsiveness, tangible*

### Abstract

*The purpose of this study was to determine the effect of tangible factors on customer satisfaction at KSUS Karya Barokah. To determine the effect of responsiveness factors on customer satisfaction at KSUS Karya Barokah. To determine the effect of reliability factors on customer satisfaction at KSUS Karya Barokah. To determine the effect of assurance factors on customer satisfaction at KSUS Karya Barokah. This study was conducted at KSUS Karya Barokah Purwantoro, Wonogiri City. The sample in this study was 100 respondents. Data collection techniques using questionnaires. Data analysis techniques using multiple linear regression analysis. The results of the study showed that tangible, responsiveness, reliability, assurance, and empathy had a simultaneous and significant effect on customer satisfaction at KSU Karya Barokah. Tangible had a positive and significant effect on customer satisfaction at KSU Karya Barokah. Responsiveness had a positive and significant effect on customer satisfaction at KSU Karya Barokah. Reliability had a positive and significant effect on customer satisfaction at KSU Karya Barokah. Assurance had a positive and significant effect on customer satisfaction at KSU Karya Barokah. Empathy had a positive and significant effect on customer satisfaction at KSU Karya Barokah.*

**Keywords:** *assurance, empathy, satisfaction, reliability, responsiveness, tangible*

## Pendahuluan

Lembaga perbankan sebagai salah satu lembaga keuangan yang ada di negara kita memiliki peran yang penting, yaitu sebagai penunjang kegiatan roda perekonomian nasional dan sebagai pendukung laju pertumbuhan ekonomi. Saat ini lembaga keuangan merupakan salah satu tumpuan Negara dalam menstabilkan kondisi keuangan (Annisa et al 2025). Perbankan dalam operasionalnya dengan menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan selanjutnya disalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman. Seperti yang dikutip dari (Ikhwal, 2017), Bank adalah sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberi jasa bank lainnya.

Di era modern seperti saat ini, perkembangan perbankan syariah semakin meningkat dengan banyaknya kantor perbankan syariah yang berdiri, sehingga masyarakat dihadapkan pada banyak pilihan pelayanan yang ditawarkan oleh bank syariah. Menurut (Perwataatmadja & Yeni, 2015, Cindy et al 2025) pengertian bank syariah adalah bank yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah (Islam) dan tata caranya didasarkan pada ketentuan Al-Quran dan Hadist. Sedangkan Pengerian Bank Syariah menurut (Schaik, 2001) bank syariah adalah suatu bentuk dari bank moderen yang didasarkan pada hukum Islam, yang dikembangkan pada abad pertengahan Islam dengan menggunakan konsep bagi resiko sebagai sistem utama dan meniadakan sistem keuangan yang didasarkan pada kepastian dan keuntungan yang telah ditentukan sebelumnya.

Dalam operasionalnya, pelayanan yang berkualitas tinggi sangatlah dipentingkan bagi nasabah. Karena kualitas pelayanan adalah bagian terpenting bagi produk-produk bank dan pelayanan bank juga sangat mudah diterapkan. Dengan demikian persaingan akan selalu dipengaruhi oleh kemampuan bank dalam memberikan pelayanan terbaik dibandingkan pesaingnya. Kualitas layanan menjadi salah satu kunci dalam keberhasilan bisnis. Apabila nasabah diberikan layanan yang baik maka nasabah akan merasa puas dalam pelayanan yang mereka berikan.

Menurut Webster dalam (Andespa, 2016) konsep kepuasan konsumen merupakan hasil dari keberhasilan penyedia produk memenuhi harapan konsumen dan secara defenitif mempengaruhi perubahan sikap, pembelian ulang dan loyalitas. Kualitas layanan adalah salah satu atribut penting dalam industri jasa, seperti perbankan, di samping masalah keamanan dan kepastian, serta harga (yang sesuai dengan kualitas). Pelayanan yang berkualitas tentu saja tidak sebatas senyum ramah dari petugas *teller* atau *customer service* saja tetapi lebih dari itu.

Menurut Tjiptono dalam (Ikhwal, 2017) ada lima faktor yang relevan untuk menjelaskan kualitas pelayanan yang di kenal dengan model *SERVQUAL* yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*. Kelima factor kualitas pelayanan tersebut merupakan kunci utama untuk meningkatkan kepuasan nasabah yang pada akhirnya berujung pada loyalitas nasabah.

Dari uraian latar belakang di atas, maka penyusun tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Analisa Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Di KSUS “Karya Barokah”. Penulis tertarik menyusun penelitian tersebut untuk mengetahui tingkat kepuasan Nasabah terhadap pelayanan Koperasi Syariah di wilayah Purwantoro.

## **Kajian Teori**

### **Kepuasan**

(Tjiptono & Chandra, 2016) kepuasan pelanggan adalah situasi yang ditunjukkan oleh pelanggan ketika dia menemukan bahwa kebutuhan dan keinginan mereka telah berhasil dipenuhi seperti yang diharapkan. Baik buruknya pelayanan tergantung pada apakah penyedia jasa dapat memenuhi harapan pelanggan. Pelayanan dianggap baik dan memuaskan jika pelayanan yang dirasakan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Pelanggan yang merasa puas dengan produk/jasa yang telah dibeli dan digunakannya akan menggunakan kembali jasa/produk yang ditawarkan kepada mereka.

### **Tangible**

Menurut (Lupiyoadi, 2014) tangible atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan, keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata pelayanan yang diberikan. Hal yang meliputi fasilitas fisik seperti gedung, gudang, perlengkapan dan peralatan yang digunakan serta penampilan pegawai.

### **Responsiveness**

Responsiveness atau daya tanggap adalah kemampuan perusahaan untuk secara langsung dan cepat melakukan pelayanan oleh karyawan. Daya tanggap dapat meningkatkan persepsi positif terhadap kualitas pelayanan. Meskipun ada masalah atau keterlambatan dalam memberikan layanan, fasilitator layanan hendak berupaya membenarkan ataupun meminimalkan kehancuran pada pelanggan tanpa janji. Pandangan ini menekankan atensi serta kecekatan pegawai dalam menjawab permohonan, persoalan, serta keluhan klien. Oleh sebab itu, bagian ataupun bagian dari format ini melingkupi kemauan pegawai buat melayani klien, kecekatan pegawai dalam melayani pelanggan, dan menangani keluhan pelanggan. (Harto et al., 2022).

### **Reability**

Reliability atau keandalan adalah keahlian perusahaan guna memberikan layanan yang dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah bahwa kepuasan pelanggan menderita jika layanan yang diberikan tidak memenuhi janji mereka. Oleh sebab itu, komponen maupun elemen dari aspek keandalan ini merupakan keterampilan perusahaan guna memberikan layanan secara mencukupi serta membebaskan anggaran yang sesuai (Harto et al., 2022).

### **Assurance**

Menurut (Lupiyoadi, 2014), assurance atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopanan-santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (communication), kredibilitas (credibility), keamanan (security), kompetensi (competence), dan sopan santun (courtesy).

### **Empathy**

Menurut (Lupiyoadi, 2014), empathy yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Setiap perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

### **Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)**

Baitul Maal Wat at Tamwil (BMT) atau Balai Usaha Mandiri Terpadu adalah lembaga keuangan mikro yang beroperasi dengan prinsip bagi hasil, menumbuh-kembangkan bisnis usaha mikro dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin, ditumbuhkan atas prakarsa dan modal awal dari tokoh-tokoh masyarakat setempat dengan berlandaskan pada sistem ekonomi yang salam: keselamatan (berintikan keadilan), kedamaian, dan kesejahteraan (Sumar'in, 2012).

### Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di KSUS Karya Barokah yang terletak di Purwantoro kota Wonogiri. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah di KSUS Karya Barokah secara keseluruhan. Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan berdasarkan populasi, dengan cara menggunakan Random Sampling. Dalam penentuan jumlah sampel yang digunakan (Sugiyono, 2019) menyarankan tentang ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Oleh karena itu jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 100 sampel dan memenuhi ukuran sampel yang layak. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Terlebih dahulu di lakukan uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik.

### Hasil dan Pembahasan

#### Hasil Penelitian

Penelitian ini terlebih dahulu data pernyataan kuesioner diuji dengan uji validitas dan reliabilitas. Hasilnya setiap item kuesioner variable *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* adalah *reliability* dan valid. Kemudian dilanjutkan ke uji Asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang dilakukan adalah uji Normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas.

#### Hasil Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan menentukan apakah data yang diamati berdistribusi normal atau tidak Pengujian normalaitas dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-smirnov dengan menggunakan SPSS. Hasil uji normalitas adalah sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,00544692
Most Extreme Differences	Absolute	,055
	Positive	,055
	Negative	34
Kolmogorov-Smirnov Z		,55
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data		

Sumber : Data diolah 2025



Tabel tersebut menunjukkan bahwa hasil uji normalitas dengan bantuan SPSS diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 atau lebih besar dari 0,05. Hal itu menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Artinya penyebaran data simetris menyerupai kurva lonceng, dengan rata-rata berada di tengah dan sebagian besar data terkumpul di sekitar nilai rata-rata.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Cara untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dilakukan dengan cara meregresikan model analisis dan melakukan uji korelasi antar variabel independen dengan menggunakan *variance inflation factor* (VIF) dan *tolerance value*. *Output* SPSS hasil uji multikolinearitas terlihat seperti tabel berikut.

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

No	Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
1.	Tangible	.359	2.783	tidak terjadi multikolinieritas
2.	Responsiveness	.434	2.306	tidak terjadi multikolinieritas
3.	Reliability	.387	2.581	tidak terjadi multikolinieritas
4.	Assurance	.411	2.436	tidak terjadi multikolinieritas
5.	Emphaty	.492	2.034	tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : Data diolah 2025

Berdasarkan tabel IV.5, menunjukkan bahwa masing-masing variabel mempunyai nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak mengalami *multikolinearitas*.

## 3. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan. Pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji glejser dengan cara meregres nilai absolute residual terhadap variabel independen. Jika *Pvalue*  $\geq 0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan jika *P value*  $\leq 0,05$  maka terjadi heteroskedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas dengan bantuan program SPSS. Hasil uji heterokedastisitas seperti tabel berikut:

**Tabel 1 Uji Heterokedastisitas**

Variabel	Sig	Batas	Keterangan
Tangible	0,932	>0,05	Tidak terjadi heterokedasitas
Responsiveness	0,808	>0,05	Tidak terjadi heterokedasitas
Reliability	0,602	>0,05	Tidak terjadi heterokedasitas
Assurance	0,512	>0,05	Tidak terjadi heterokedasitas
Emphaty	0,400	>0,05	Tidak terjadi heterokedasitas

Sumber : Data diolah 2025

Tabel IV.6 menunjukkan bahwa nilai probabilitas pada masing-masing variabel lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan variabel yang diajukan dalam penelitian tidak melanggar asumsi heterokedasitas. Artinya tidak terdapat perbedaan atau kesalahan antara nilai yang diprediksi atau diestimasi dengan nilai sebenarnya dalam model regresi.

#### 4. Uji Autokorelasi

Hasil uji autokorelasi adalah sebagai berikut:

**Tabel 2. Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.905 <sub>a</sub>	.820	.810	1.03184	1.886

a. Predictors: (Constant), x5, x2, x4, x3, x1

b. Dependent Variable: y

Jika nilai "Jika nilai Durbin-Watson mendekati **2**, maka tidak terdapat autokorelasi.". nilai durbin Watson pada table sebesar 1,886 mendekati 2, artinya tidak ada masalah autokorelasi

#### Hasil Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas: lingkugnan kerja, budaya organisasi, dan disiplin kerja terhadap variabel terikat yaitu kinerja satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Sukoharjo. Output hasil SPSS uji regresi linear berganda terlihat seperti tabel berikut.

**Tabel 3 Hasil uji regresi linier berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-0,211	0,791		-0,267	0,790
	Tangible	0,296	0,100	0,216	2,963	0,004
	Responsiveness	0,202	0,067	0,201	3,020	0,003
	Reliability	0,257	0,052	0,348	4,947	0,000
	Assurance	0,152	0,064	0,162	2,374	0,020
	Emphaty	0,167	0,078	0,134	2,142	0,035

Dari hasil uji regresi linier dapat diketahui :

$$\begin{aligned}
 \alpha &= -0,211 \\
 \beta_1 &= 0,296 \\
 \beta_2 &= 0,202 \\
 \beta_3 &= 0,257 \\
 \beta_4 &= 0,152 \\
 \beta_5 &= 0,167
 \end{aligned}$$

Sehingga diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = -0,211 + 0,296 X_1 + 0,202 X_2 + 0,257 X_3 + 0,152 X_4 + 0,167 X_5$$

#### 1. Uji Kelayakan Model

Untuk menguji kelayakan model regresi dilakukan dengan menggunakan F Test yaitu pengujian koefisien regresi secara total, dimana antara  $\beta_1$ ,  $\beta_2$ ,  $\beta_3$ ,  $\beta_4$ , dan  $\beta_5$  diuji secara bersama-sama. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai hasil Uji F

hasil pengujian dengan tabel F. Uji F dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh secara bersama-sama antara variabel independent yaitu tangible ( $X_1$ ), responsiveness ( $X_2$ ), reliability ( $X_3$ ), assurance ( $X_4$ ) dan emphaty ( $X_5$ ), terhadap variabel dependent yaitu kepuasan nasabah KSU Karya Barokah (Y). Hasil uji F terlihat seperti tabel berikut.

**Tabel 4 Tabel Hasil Uji F**

Model	$F_{hitung}$	$F_{tabel}$	Sig.	Std	Keterangan
1	85,438	2,53	0,000	0,05	Model layak

Sumber : data primer yang diolah, 2025

Karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $85,438 > 2,53$ ) dan nilai *signifikan* uji F sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, berarti  $H_0$  ditolak, berarti tangible, responsiveness, reliability, assurance, dan emphaty secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah.

## 2. Uji Hipotesis

Uji t digunakan untuk menguji signifikan secara parsial pengaruh variabel independen yang terdiri dari tangible ( $X_1$ ), responsiveness ( $X_2$ ), reliability ( $X_3$ ), assurance ( $X_4$ ), dan emphaty ( $X_5$ ) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah KSU Karya Barokah (Y). Diperoleh hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS, hasilnya terlihat seperti tabel berikut :

**Tabel 5 Hasil uji t**

Variabel	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	Sig	Std	Keterangan
Tangible	2,963	1,660	0,004	$\leq 0,05$	Diterima
Responsiveness	3,020	1,660	0,003	$\leq 0,05$	Diterima
Reliability	4,947	1,660	0,000	$\leq 0,05$	Diterima
Assurance	2,374	1,660	0,020	$\leq 0,05$	Diterima
Emphaty	2,142	1,660	0,035	$\leq 0,05$	Diterima

Sumber : data primer yang diolah, 2025

- a. Pengujian Signifikansi pengaruh tangible ( $X_1$ ) terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah (Y) adalah sebagai berikut :

Karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,963 > 1,660$ ) dan *signifikan* sebesar 0,004 lebih kecil dari 0,05, berarti  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ , artinya tangible berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah.

- b. Pengujian Signifikansi pengaruh responsiveness ( $X_2$ ) terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah (Y) adalah sebagai berikut :

Karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,020 > 1,660$ ) dan *signifikan* sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05, berarti  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ , artinya responsiveness berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah

- c. Pengujian Signifikansi pengaruh reliability ( $X_3$ ) terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah (Y) adalah sebagai berikut :

Karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,947 > 1,660$ ) dan *signifikan* sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, berarti  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ , artinya reliability berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah

- d. Pengujian Signifikansi pengaruh assurance (X4) terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah (Y) adalah sebagai berikut :  
 Karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,374 > 1,660$ ) dan *signifikan* sebesar 0,020 lebih kecil dari 0,05, berarti  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ , artinya assurance berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah
- e. Pengujian Signifikansi pengaruh empathy (X5) terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah (Y) adalah sebagai berikut :  
 Karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,142 > 1,660$ ) dan *signifikan* sebesar 0,035 lebih kecil dari 0,05, berarti  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ , artinya empathy berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah

### 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Berdasarkan hasil analisis data dengan bantuan komputer program SPSS Versi 18, maka diperoleh hasil analisis data dalam penelitian ini nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebagai berikut :

**Tabel 6 Hasil uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
dimension 1	,905 <sup>a</sup>	,820	,810	1,03184
a. Predictors: (Constant), x3, x1, x2				

Sumber: Data primer diolah tahun 2025

Berdasarkan hasil tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa nilai *adjusted R Square* ( $R^2$ ) dalam penelitian ini sebesar 0,810. Sehingga dapat diartikan bahwa variasi variabel independen yang terdiri dari tangible, responsiveness, reliability, assurance dan empathy terhadap variabel dependent yaitu kepuasan nasabah KSU Karya Barokah sebesar 81,0% sedangkan sisanya sebesar 19,0% dipengaruhi oleh faktor yang lainnya.

### Pembahasan

#### Pengaruh Tangible, Responsiveness, Reliability, Assurance dan Empathy secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah KSU Karya Barokah

Hasil perhitungan SPSS diperoleh F hitung > F tabel yaitu  $85,438 > 2,53$  dan nilai sig sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 berarti  $H_0$  ditolak. Artinya tangible, responsiveness, reliability, assurance, dan empathy secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah. Koefisien determinasi sebesar 0,810 (81,0%) artinya kinerja satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Sukoharjo dipengaruhi oleh lingkungan kerja, budaya organisasi, dan disiplin kerja sebesar 67,1%, sedangkan sisanya sebesar 32,9% dipengaruhi oleh variabel lain. Hal ini membuktikan bahwa hipotesis yang menyatakan: Terdapat pengaruh tangible, responsiveness, reliability, assurance, dan empathy terhadap kepuasan Nasabah KSU Karya Barokah Wonogiri terbukti benar.

Terbuktinya hipotesis tersebut mempunyai makna bahwa variabel tangible, responsiveness, reliability, assurance, dan empathy secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah. Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi tingkat tangible, responsiveness, reliability, assurance, dan empathy maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi, sebaliknya jika tingkat tangible, responsiveness, reliability, assurance, dan empathy semakin rendah, maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi.



Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian (Septiana & Pradana, 2023) yang membuktikan bahwa secara silmutan tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh tangible terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah**

Hasil perhitungan SPSS diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,963 > 2,000$ ) dan sig. sebesar 0,004 lebih kecil dari 0,05, berarti  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ , artinya tangible berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan tangible berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah terbukti benar.

Hasil peneliti menunjukkan bahwa nilai korelasi pengaruh tangible terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,289, hal ini dapat diartikan bahwa peningkatan tangible sebesar 0,289 akan diikuti meningkatkan kepuasana nasabah sebesar 0,289 bagian, koefisien bernilai positif mempunyai makna bahwa terjadi pengaruh searah antara tangible terhadap kepuasan nasabah, artinya jika tangible mengalami peningkatan maka akan diikuti dengan meningkatnya kepuasan nasabah. Peningkatan kepuasan nasabaha tersebut diakibatkan oleh KSU Karya Barokah berusaha sedemikain rupa agar tercipta suasana nyaman, mengutamakan penampilan karya, memperhatikan keberihan dan kerapihan lingkungan kerjanya.

Terbuktinya pengaruh tangible terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah mendukung penelitian (Hamzah, 2019); (Harto et al., 2022); (Solichin & Halimatusa'diah, 2019); (Lusiana et al., 2020).

### **Pengaruh responsiveness terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah**

Hasil perhitungan SPSS diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,020 > 2,000$ ) dan sig. sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05, berarti  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ , artinya responsiveness berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan responsiveness berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah terbukti benar. Hal ini dapat dimaknai bahwa semakin baik *responsiveness* maka semakin tinggi kepuasan nasabah

Hasil peneliti menunjukkan bahwa nilai korelasi pengaruh tangible terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,202, hal ini dapat diartikan bahwa peningkatan *responsiveness* sebesar 0,202 bagian akan diikuti meningkatkan kepuasana nasabah sebesar 0,202 bagian, koefisien bernilai positif mempunyai makna bahwa terjadi pengaruh searah antara *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah, artinya jika *responsiveness* mengalami peningkatan maka akan diikuti dengan meningkatnya kepuasan nasabah. Peningkatan kepuasan nasabaha tersebut diakibatkan oleh KSU Karya Barokah memiliki respon yang baik terhadap permintaan nasabah, pelayanan dilakukan dengan cepat dan tepat, dan semua keluhan direspon oleh karyawan dengan baik,

Terbuktinya pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah mendukung penelitian (Hamzah, 2019); (Harto et al., 2022); (Solichin & Halimatusa'diah, 2019); (Lusiana et al., 2020).

### **Pengaruh reliability terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah**

Hasil perhitungan SPSS diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,947 > 2,000$ ) dan sig. sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, berarti  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ , artinya reliability berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah

KSU Karya Barokah terbukti benar. Hal ini dapat dimaknai bahwa semakin baik *reliability* maka semakin tinggi kepuasan nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai korelasi pengaruh *tangible* terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,257, hal ini dapat diartikan bahwa peningkatan *reliability* sebesar 0,257 bagian akan diikuti meningkatkan kepuasana nasabah sebesar 0,257 bagian, koefisien bernilai positif mempunyai makna bahwa terjadi pengaruh searah antara *reliability* terhadap kepuasan nasabah, artinya jika *reliability* mengalami peningkatan maka akan diikuti dengan meningkatnya kepuasan nasabah. Peningkatan kepuasan nasabah tersebut diakibatkan oleh KSU Karya Barokah memiliki standar pelayanan yang jelas, memampukan karyawan dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan, layanan yang disediakan sesuai dengan jadwal yang dijanjikan, mampu menciptakan rasa aman nasabah dalam bertransaksi, dan cermat dalam melayani nasabah.

Terbuktinya pengaruh *reliability* terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah mendukung penelitian (Hamzah, 2019); (Harto et al., 2022); (Solichin & Halimatusa'diah, 2019); (Lusiana et al., 2020).

### **Pengaruh *assurance* terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah**

Hasil perhitungan SPSS diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,374 > 2,000$ ) dan sig. sebesar 0,020 lebih kecil dari 0,05, berarti  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ , artinya *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan *assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah terbukti benar. Hal ini dapat dimaknai bahwa semakin baik *reliability* maka semakin tinggi kepuasan nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai korelasi pengaruh *tangible* terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,152, hal ini dapat diartikan bahwa peningkatan *reliability* sebesar 0,152 bagian akan diikuti meningkatkan kepuasana nasabah sebesar 0,152 bagian, koefisien bernilai positif mempunyai makna bahwa terjadi pengaruh searah antara *reliability* terhadap kepuasan nasabah, artinya jika *reliability* mengalami peningkatan maka akan diikuti dengan meningkatnya kepuasan nasabah. Peningkatan kepuasan nasabah tersebut diakibatkan oleh KSU Karya Barokah memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan, jaminan legalitas dalam pelayanan, dan kepastian biaya dalam pelayanan.

Terbuktinya pengaruh *assurance* terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah mendukung penelitian (Hamzah, 2019); (Harto et al., 2022); (Solichin & Halimatusa'diah, 2019); (Lusiana et al., 2020).

### **Pengaruh *emphaty* terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah**

Hasil perhitungan SPSS diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,142 > 2,000$ ) dan sig. sebesar 0,035 lebih kecil dari 0,05, berarti  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ , artinya *emphaty* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan *emphaty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah terbukti benar. Hal ini dapat dimaknai bahwa semakin baik *emphaty* maka semakin tinggi kepuasan nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai korelasi pengaruh *tangible* terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,167, hal ini dapat diartikan bahwa peningkatan *emphaty* sebesar 0,167 bagian akan diikuti meningkatkan kepuasana nasabah sebesar 0,167 bagian, koefisien bernilai positif mempunyai makna bahwa terjadi pengaruh searah antara *emphaty* terhadap kepuasan nasabah, artinya jika *emphaty* mengalami peningkatan maka akan diikuti dengan meningkatnya kepuasan nasabah. Peningkatan kepuasan nasabah tersebut

diakibatkan oleh KSU Karya Barokah memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan, jaminan legalitas dalam pelayanan, dan kepastian biaya dalam pelayanan.

Terbuktinya pengaruh *emphaty* terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah mendukung penelitian (Hamzah, 2019); (Harto et al., 2022); (Solichin & Halimatusa'diah, 2019); (Lusiana et al., 2020).

## Kesimpulan dan Saran

### Kesimpulan

Dari hasil pembahasan mengenai analisis *tangible*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, dan *emphaty* terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah di dapat diambil beberapa kesimpulan: hasil uji F menunjukan bahwa *tangible*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, dan *emphaty* berpengaruh simultan dan signifikan terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah. *Tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah. *Responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah. *Reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah. *Assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah. *Emphaty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah KSU Karya Barokah.

### Saran

Penelitian ini menyarankan bahwa KSU Karya Barokah Wonogiri, sebaiknya mempertahankan *tangible*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, dan *emphaty* yang ada jika perlu ditingkatkan agar kepuasan nasabah semakin tinggi. Saran untuk peneliti berikutnya, sebaiknya dilakukan penelitian tentang kepuasan nasabah dengan skala yang lebih luas, dengan menggunakan variabel bebas selain variabel yang telah diteliti ini, misalnya kemudahan akses, promosi, *feedback* dan lain sebagainya..

## Referensi

- Andespa, R. (2016). Strategi Pelayanan Bank Konvensional dan Syariah: Prioritas Pelayanan Fisik dan Empati. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, 1(2), 143–159.
- Annisa Marshanda Rahmawati, Prastiwi, I. E., & Agus Marimin. (2025). Pengaruh Pendapatan, Literasi Keuangan, dan Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi Syariah di Kecamatan Kartasura Sukoharjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 11(02). Retrieved from <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/17002> (Original work published May 17, 2025)
- Cindy Madiyaningsih, Prastiwi, I. E., & Muhammad Tho'in. (2025). The Influence Of Product Knowledge, Trust And Socialization On Customer Decisions In Financing "Future Package" At BTPN Syariah (Study At BTPN Syariah Mms Banking Mojosongo, Boyolali, Indonesia). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAAR)*, 9(2). <https://doi.org/10.29040/ijebar.v9i2.17042>
- Hamzah. (2019). Pengaruh *Responsiveness*, *Tangible* dan *Emphaty* Terhadap Kepuasan Pelayanan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) Di Kabupaten Enrekang. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1).
- Harto, K. S., Hakim, L., & Tilbrani. (2022). Pengaruh *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty* Terhadap Kepuasan Pelanggan di Pelabuhan. *Jurnal Manajemen Organisasi Dan Bisnis*, 2(3), 477–494.
- Ikhwal, N. (2017). Analisis Faktor?faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Bank Syariah Kota Batam. *JEBI: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2).
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Salemba Empat.

- Lusiana, Pasda, S., Mustari, Said, M. I., & Hasan, M. (2020). Pengaruh Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, dan Tangibles Terhadap Kepuasan Konsumen GrabBike. *JEKPEND Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 3(2), 34–40.
- Perwataatmadja, K., & Yeni, G. (2015). *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*. Kencana.
- Schaik, D. Van. (2001). Islamic Banking. *The Arab Bank Review*, 3(1), 45–52.
- Septiana, I., & Pradana, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Kedai Kopi Karel Terhadap Kepuasan Pelanggan (The Effect of Karel Coffee Shop Service Quality on Customer Satisfaction). *EProceedings of Management*, 10(1).
- Solichin, M. R., & Halimatusa'diah, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Reliability, Assurance, Tangible, Emphaty, dan Responsiveness) Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 8(2).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumar'in. (2012). *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*. Graha Ilmu.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality, & Satisfaction*. Andi Offset.