

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Etika *Frontliner*

a. Pengertian *Frontliner*

Frontliner adalah bagian dari kunci sukses untuk menciptakan *customer base* yang berperan mempertahankan dan membina *existing customer* serta menarik nasabah – nasabah baru. *Frontliner* yang ada di bank adalah orang yang ditugaskan sebagai *customer service*, *teller*, dan *security*.¹¹

Customer Service adalah pegawai yang dibuat untuk melayani pelanggan oleh industri keuangan seperti perbankan, leasing atau asuransi. Fungsinya adalah sebagai *salesman*, *deskman*, *resepsionis*, *komunikator* dan *customer relation officer*. Sebagai *resepsionis* berarti seorang *Customer Service* berfungsi untuk menerima tamu atau nasabah yang datang ke perusahaan. Ketika seorang *Customer Service* menerima tamu atau nasabah, *Customer Service* (CS) harus memberikan sikap sopan, ramah, dan menyenangkan.

Fungsi *Teller* yaitu sebagai penerima setoran uang (tunai maupun nontunai) dari pihak mana saja. Selain itu fungsi *teller* atau kasir juga melakukan pembayaran uang (tunai maupun nontunai) pada

¹¹Sapri Suherman, *Kiat Sukses...*, hlm. 53

banyak pihak. Semua uang yang keluar dari perusahaan harus melewati *teller*.¹²

Sedangkan *Security* atau Satpam petugas yang dibentuk oleh badan usaha /proyek/instansi untuk pengamanan fisik (*physical security*). Bisa dikatakan bahwa satpam adalah elemen yang tidak hanya menyelamatkan bank ketika ada tindakan kekerasan ataupun kriminal, tetapi juga melayani para nasabah yang memasuki bank dengan menyambut dan juga membantu nasabah yang kesulitan saat ingin melakukan transaksi.

Ketika melaksanakan tugasnya, anggota *security* harus berperan sebagai:

1. Unsure pembantu pimpinan institusi pada bidang ketertiban ataupun keamanan di lingkungan kerja.
2. Mengatur parkir kendaraan para nasabah dengan rapi.
3. Membantu dan mengarahkan nasabah yang hendak masuk ke dalam bank, agar nasabah mendapatkan nomor antrian/informasi mengenai produk/slip transaksi/brosur.

b. Pengertian Etika

Secara etimologi istilah etika berasal dari bahasa Yunani kuno yaitu *etos* yang mempunyai banyak arti kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap, dan cara berpikir. Dalam bentuk jamak (*ta etha*)

¹²Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 25

artinya adalah adat kebiasaan.¹³ Etika atau yang kerap disebut dengan istilah perilaku merupakan penjabaran nilai-nilai profesi dan perilaku organisasi dalam melaksanakan kegiatannya sebagai panduan bagi organisasi dan semua anggotanya. “Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normative, karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu.”¹⁴

c. Tujuan dan Manfaat Etika

Adanya etika yang diberlakukan oleh pihak Bank kepada seluruh pegawainya tentu mempunyai tujuan tertentu. Berikut ini beberapa tujuan etika yang ingin dicapai oleh setiap perusahaan ataupun pihak perbankan:

1) Untuk pergaulan dan persahabatan.

Etika mampu menambah keakraban dengan nasabah, yang pasti jika akrab dengan nasabah maka nantinya segala urusan antara bank dengan nasabahnya jadi lebih mudah.

2) Menyenangkan orang lain.

Karena adanya etika, nasabah akan merasakan kepuasan dan merasa senang atas pelayanan yang telah diberikan, karena perasaan seperti yang sudah disebutkan di atas nantinya seorang nasabah akan datang kembali.

¹³K. Bertens, *ETIKA*, ..., hlm. 4

¹⁴Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hlm. 3

3) Membujuk nasabah.

Etika yang baik yang diberikan pegawai bank kepada nasabah dalam upaya mempertahankan nasabah dapat membuat nasabah merasa tersanjung.

4) Mempertahankan nasabah.

Karena nasabah sudah merasakan puas atas layanan yang telah diberikan oleh pegawai bank, maka nasabah akan terus berlangganan dan tidak memutuskan untuk berpindah ke bank yang lain.

5) Menjaga dan membina hubungan.

Dengan penerapan etika yang baik akan menumbuhkan rasa keterlibatan sehingga akan terjalin hubungan yang baik.

6) Berusaha menarik nasabah

Jika seorang karyawan dapat melayani nasabah dengan sikap menyenangkan, ramah, sopan dan santun. Maka akan sangat mungkin perusahaan bisa mendapatkan nasabah baru yang nantinya dapat menguntungkan perusahaan. Maka dari itu penerapan etika oleh karyawan perusahaan atau bank sangat dibutuhkan karena etika sangat penting.

Diatas sudah disebutkan beberapa tujuan dari penerapan etika, selanjutnya berikut ini adalah manfaat beberapa manfaat dari etika :

1) Percaya diri

Karena pegawai merasa mempunyai nilai yang lebih daripada nasabah, kelebihan ini dalam hal cara berbicara, penampilan, perilaku ataupun kemampuan.

2) Dihormati dan dihargai

Dengan berperilaku murah senyum, ramah, sopan, dan berperilaku menyenangkan, maka dari itu nasabah akan merasa bahwa dirinya dihargai dan dihormati selain itu juga membuat suasana jadi lebih nyaman.

3) Disenangi dan disegani

Karena etika yang dimiliki oleh pegawai sangat baik maka pegawai tersebut akan sangat disenangi dan disegani nasabah. Nasabah yang dihormati oleh pegawai di mana tempatnya menggunakan produk atau jasa pada akhirnya merasa segan jika hendak berbuat yang tidak-tidak.¹⁵

d. Jenis – Jenis Etika

1) Etika Komunikasi

a) Cara Berbicara

Cara Berbicara merupakan cara pegawai membangun suasana pembicaraan dengan nasabah. Setiap perusahaan perlu mengatur etika bicara, etika bicara yang perlu diatur adalah sebagai berikut:

¹⁵Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 89

- (1) Membiarkan nasabah berbicara terlebih dahulu.
- (2) Jangan memotong pembicaraan.
- (3) Karyawan harus menyimak pada saat nasabah berbicara
- (4) Karyawan menanggapi isi pembicaraan dari nasabah.
- (5) Jangan bersikap terlalu kaku.
- (6) Hargai nasabah, jangan bersikap kasar dan jangan berprasangka buruk kepada nasabah.
- (7) Fokus pembicaraan pada pokok permasalahan.¹⁶

b) Cara Bertanya

Cara bertanya merupakan cara seorang pegawai memberikan pertanyaan kepada nasabah dengan nada, kalimat, dan bahasa yang menyenangkan. Dalam penerapannya ada cara yang baik ketika bertanya kepada nasabah yaitu: pilihan waktu bertanya yang tepat, usahakan untuk mengenali nasabah, sikap bertanya, gunakan bahasa yang baik, minta izin sebelum bertanya, buat suasana yang kondusif, berikan alasan yang tepat, jangan bertanya menggunakan nada yang mengancam, hindari pertanyaan yang tendensius.¹⁷

c) Cara Menjawab

Dibawah ini merupakan beberapa sikap yang perlu diperhatikan ketika memberikan pelayanan nasabah:

¹⁶*Ibid.*, hlm. 153

¹⁷*Ibid.*, hlm. 164

- (1) Berikan nasabah kesempatan untuk mengemukakan keinginannya terlebih dahulu.
- (2) Mendengarkan dan menyimak baik-baik pendapat nasabah.
- (3) Jangan memotong dan menyelap pembicaraan.
- (4) Setelah nasabah sudah selesai bicara ajukan pertanyaan.
- (5) Jangan mudah tersinggung dan mudah marah.
- (6) Jangan mendebat nasabah.
- (7) Menjawab dengan tenang, sopan dan ramah.
- (8) Jangan menangan pekerjaan yang bukan wewenangnya.
- (9) Perlihatkan sikap ingin membantu dan sikap perhatian.

2) Etika Sikap dan Perilaku

a) Penampilan

Penampilan merupakan cara berpakaian dan perilakukaryawan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Penampilan prima yang ditampilkan oleh karyawan perusahaan, baik penampilan fisik ataupun non fisik ialah sebagai berikut: wajar, berpakaian yang rapi, tidak menggunakan aksesoris berlebih, serasi dan bersih, selalu mengucapkan salam, bersikap optimis, lemah lembut, berperilaku sopan dan baik dalam melayani nasabah, memberikan perhatian dan suka membantu.

b) Cara Berpakaian

Cara berpakaian merupakan cara pegawai mengenakan pakaian baik dari model, segi warna atau aksesoris yang dipakai pada pakaian tersebut. Cara berpakaian yang baik ialah sebagai berikut: menggunakan seragam (pakaian dinas), menggunakan pakaian yang rapi, jangan menggunakan pakaian yang tidak lazim, bersih dan necis, baju dimasukkan dalam celana, gunakan sepatu dan kaus kaki, gunakan tanda pengenalan.

c) Bahasa Tubuh

Bahasa tubuh merupakan pergerakan seluruh anggota badan ketika memberikan pelayanan kepada nasabah. Bahasa tubuh seorang pegawai ditunjukkan melalui: mimik wajah, gerakan kaki dan kepala, gerakan mulut, gerakan anggota tubuh, cara berjalan, gerakan hidung, cara duduk.¹⁸

2. *Automatic Teller Machine*

a. Pengertian *Automatic Teller Machine* (ATM)

Bank Card merupakan “uang plastik” yang dikeluarkan oleh bank. Kegunaannya adalah sebagai alat pembayaran di tempat – tempat tertentu. Di samping itu, dengan kartu ini juga dapat diuangkan diberbagai tempat seperti di ATM (*Automatic Teller Machine*).

Salah satu yang memegang peran penting dalam penggunaan kartu kredit adalah *Automatic Teller Machine* (ATM). ATM ini merupakan mesin yang dapat melayani kebutuhan nasabah secara otomatis setiap saat selama 24 jam dan 7 hari dalam

¹⁸*Ibid.*, hlm. 164

seminggu termasuk hari libur. Pengertian ATM dewasa ini sudah diterjemahkan kedalam Bahasa Indonesia menjadi Anjungan Tunai Mandiri.¹⁹

Saat ini berbagai transaksi perbankan telah menggunakan teknologi informasi sehingga kegiatan – kegiatan yang dulu harus dilakukan melalui antrian yang cukup lama di *counter* bank kini dapat diwakili oleh mesin, yaitu *Automatic Teller Machine* (ATM). ATM adalah alat kasir otomatis tanpa orang, yang ditempatkan didalam atau diluar pekarangan bank, yang sanggup untuk mengeluarkan uang tunai dan menangani berbagai transaksi perbankan yang rutin.

Nasabah dapat melakukan pendaftaran/registrasi melalui jaringan ATM atau melalui *customer service* di cabang bank dimana rekening dibuka. Pendaftaran ini diperlukan untuk memperoleh *access code* dalam bentuk *Personal Identification Number* (PIN) yang merupakan kode rahasia untuk melakukan sejumlah transaksi. Jika nasabah mendaftar melalui *customer* bank, maka PIN standar yang berlaku di bank.²⁰

b. Jenis – Jenis *Automatic Teller Machine* (ATM)

Jenis – jenis *Automatic Teller Machine* (ATM) yang sudah dikenal luas dimasyarakat dewasa ini adalah sebagai berikut:

¹⁹Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2016), hlm. 306.

²⁰Diana Grace, *Analisis Pengaruh Automatic Teller Machine Dan Short Message Service Banking Terhadap Kepuasan Nasabah*, Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer, Vol. 3 No. 1, 2017, hlm. 42

1) *Credit Card*

Adalah suatu system di mana pemegang kartu dapat melunasi penagihan yang terjadi atas dirinya secara angsuran dengan minimal pembayaran tertentu.

2) *Debet Card*

Pembayaran atas penagihan nasabah melalui pendebitan atas rekening yang ada di bank di mana pada saat membuka kartu.²¹

c. Pelayanan *Automatic Teller Machine* (ATM)

Pelayanan yang diberikan *Automatic Teller Machine* (ATM) antara lain:

- 1) Penarikan uang tunai. Nasabah dapat menarik uang tunai diberbagai ATM yang memiliki hubungan dengan bank penerbit. Besarnya jumlah penarikan tergantung dari limit yang diberikan atau dari sisa saldo yang tersedia dalam ATM yang bersangkutan.
- 2) Dapat digunakan sebagai tempat untuk memesan buku cek dan gilyet giro (BG).
- 3) Dapat digunakan sebagai tempat untuk melihat atau cek saldo rekening nasabah.
- 4) Dan pelayanan lainnya seperti pembayaran listrik, telepon dan pembayaran lainnya.

²¹Kasmir, *Manajemen Perbankan*, ..., hlm. 138.

Sedangkan manfaat lain yang dapat diberikan oleh ATM adalah:

- 1) Praktis dan mudah dalam penggunaan mesin ATM.
- 2) Melayani keperluan nasabah 24 jam termasuk hari libur.
- 3) Menjamin keamanan dan *privacy*.
- 4) Kemungkinan mengambil uang tunai lebih dari 1 kali sehari.
- 5) Terdapat di berbagai tempat strategis.²²

3. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.²³ Dalam dunia perbankan yang dimaksud dengan konsumen atau pelanggan adalah pihak yang menggunakan jasa bank sedangkan nasabah penyimpan adalah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah bersangkutan.²⁴

Kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan. Menurut Day dalam Tse dan Wilton menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respons konsumen terhadap evaluasi

²²Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Press, 2013), hlm. 207

²³Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, ..., hlm. 36

²⁴Undang-Undang No. 10 tahun 1998 Tentang Perbankan Pasal 1

ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.²⁵“Kepuasan pelanggan yaitu penilaian pelanggan terhadap penampilan dan kinerja barang atau jasa itu sendiri, apakah dapat memenuhi tingkat keinginan hasrat dan tujuan pelanggan.”²⁶

Pencapaian kepuasan nasabah dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan:

1. Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan nasabah.
2. Bank harus membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi di dalam perbaikan proses pelayanan. Termasuk di dalamnya cara berpikir, perilaku kemampuan, dan pengetahuan dari semua sumber daya manusia yang ada.
3. Memberikan kesempatan kepada nasabah untuk menyampaikan keluhan.
4. Mengembangkan dan menerapkan dengan cara bank menghubungi nasabah setelah proses pelayanan terjadi untuk mengetahui kepuasan dan harapan nasabah. Bank juga menghubungi nasabah dari waktu ke waktu untuk mengetahui perkembangan pelayanannya. Dan mengadakan pendekatan di mana bank

²⁵Rosnaini Daga, *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*, (Sulawesi Selatan : Global RCI, 2017), hlm. 77

²⁶M. N. Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Manajemen)*, (Bogor: Ghalia Indah, 2005), hlm. 36

membangun kedekatan dengan nasabah yang bermanfaat untuk meningkatkan citra dan posisi bank di pasar.²⁷

b. Faktor – Faktor Pendorong Kepuasan Nasabah

Kepuasan konsumen ditentukan oleh persepsi konsumen atas hasil kerja produk atau jasa dalam memudahkan harapan pelanggan. Konsumen merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan konsumen terlampaui. Berdasarkan studi literature dan pengalaman menjadi konsultan berbagai perusahaan di Indonesia, menurut Irawan berpendapat ada 5 (lima) *driver* utama kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

1) Kualitas produk

Ada 6 (enam) elemen dari kualitas produk yaitu, kinerja, daya tahan, fitur, reabilita, estetika, dan penampilan produk. Kualitas dapat diartikan ssebagai segala sesuatu yang menentukan kepuasan konsumen dan upaya perusahaan untuk melakukan perubahan kearah perbaikan terus menerus. Konsumen puas setelah membeli atau menggunakan produk atau jasa dan ternyata kualitas produknya baik.

2) Harga

Harga merupakan suatu nilai yang ditukarkan oleh konsumen dengan manfaat dari memiliki ataupun menggunakan produk atau jasa. Harga merupakan salah satu faktor penentu

²⁷Kurniati Karim, *ASPEK KEPUASAN NASABAH BERDASARKAN KUALITA JASA PERBANKAN*, (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2020), hlm. 67

konsumen dalam mengambil suatu keputusan membeli. Konsumen akan rela membayar sejumlah uang untuk produk atau jasa yang memiliki kualitas yang baik dan konsumen akan merasa puas apabila produk atau jasa yang dibelinya sesuai dengan sejumlah uang yang dikeluarkannya.

3) Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Kualitas pelayanan mempunyai konsep yang memiliki 5 (lima) dimensi yaitu bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati. Untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan apa yang baik dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, diperlukan pembentukan sikap dan perilaku dari karyawan itu sendiri karena faktor manusia memegang kontribusi 70% oleh karena itu tidak mengherankan kualitas pelayanan sulit ditiru.

4) Faktor Emosional (*Emotional Factor*)

Faktor emosional mempunyai peran dalam kepuasan konsumen. Konsumen akan merasa puas menggunakan produk yang dibelinya terlihat dari rasa bangga, percaya diri, symbol sukses ketika mereka menggunakan produk dengan merek ternama.

5) Kemudahan

Pada dasarnya kepuasan konsumen akan tercipta apabila adanya kemudahan, kenyamanan, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan jasa yang akan diterimanya.²⁸

c. Teknik Pengukuran Kepuasan Konsumen

Pengukuran kepuasan konsumen dapat dilakukan melalui empat sarana, yaitu sebagai berikut:

1) Sistem keluhan dan usulan

Artinya seberapa banyak keluhan atau complain yang dilakukan nasabah dalam suatu periode.

2) Survey kepuasan konsumen

Dalam hal ini bank perlu secara berkala perlu melakukan survey, baik melalui wawancara maupun kuisioner tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan bank tempat nasabah melakukan transaksi selama ini.

3) Konsumen samara

Bank dapat mengirim karyawannya atau melalui orang lain untuk berpura-pura menjadi nasabah guna melihat pelayanan yang diberikan karyawan bank secara langsung sehingga terlihat jelas bagaimana karyawan melayani nasabah sesungguhnya.

²⁸Rosnaini Daga, *Citra, Kualitas Produk...*, hlm. 78-80

4) Analisis mantan pelanggan

Dengan melihat catatan nasabah yang pernah menjadi nasabah bank guna mengetahui sebab-sebab mereka tidak lagi menjadi nasabah bank kita.²⁹

d. Indikator Kepuasan Konsumen

Kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan konsumen. Indikator kepuasan konsumen dapat dilihat dari:

- 1) *Re-purchase*: Membeli kembali, dimana pelanggan tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang/jasa.
- 2) Menciptakan *Word-of-Mouth*: Dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain.
- 3) Menciptakan Citra Merek: Pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing.
- 4) Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama: Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.³⁰

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi suatu acuan pada penelitian ini. Meskipun demikian, penelitian tersebut berbeda dengan peneliti sebelumnya seperti variabel yang digunakan, diantaranya tempat yang diteliti dan juga tahun yang berbeda. Adapun beberapa hasil dari penelitian terdahulu meliputi :

²⁹Kasmir, *Manajemen Perbankan, ...*, hlm. 240

³⁰Rosnaini Daga, *Citra, Kualitas Produk....*, hlm. 81

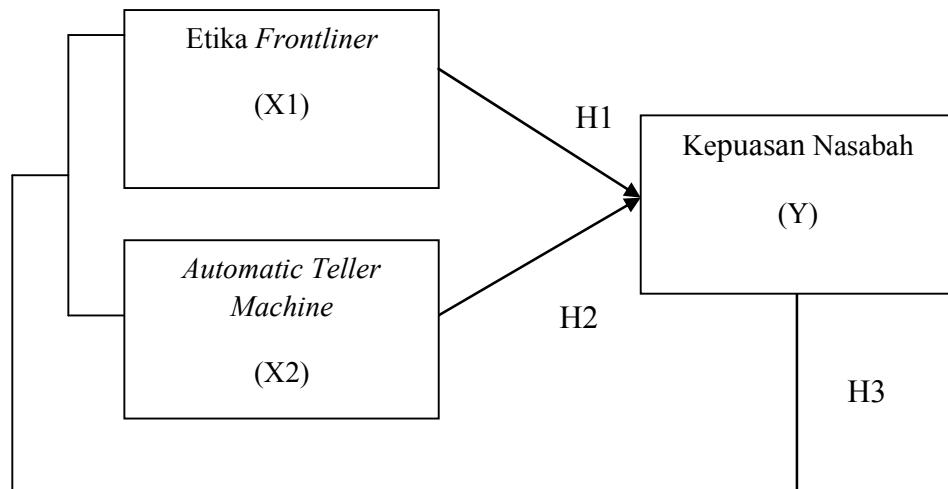
Tabel 2.1
Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang

No.	PENELITI	JUDUL	HASIL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	Dita Putri Anggraeni (2016)	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan(Survei Pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan)	<ul style="list-style-type: none"> • Kualitas produk terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. • Kualitas produk terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 	Variabel terikat : <ul style="list-style-type: none"> • Kepuasan pelanggan 	Variabel bebas : <ul style="list-style-type: none"> • Kualitas produk Variabel terikat : <ul style="list-style-type: none"> • Loyalitas pelanggan Tempat penelitian : <ul style="list-style-type: none"> • Rumah Makan
2.	Cokorda Istri Agung Krisna Dewi dan I Gede Merta Sudiartha (2018)	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Bali	<ul style="list-style-type: none"> • Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. • Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadapkepuasan nasabah. • Kualitas layanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. 	Variabel bebas : <ul style="list-style-type: none"> • Kualitas Layanan Variabel terikat : <ul style="list-style-type: none"> • Kepuasan nasabah Metode : <ul style="list-style-type: none"> • Uji validitas dan reliabilitas • Analisis Regresi Berganda • Uji normalitas • Uji Multikolinieritas • Uji Heteroskedastisitas 	Variabel bebas : <ul style="list-style-type: none"> • Kualitas produk
3.	Muhammad Muzani Zulmayzar dan Abd Rahman (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan <i>Automatic Teller Machine</i> (ATM) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang	Kualitas Pelayanan dan <i>Automatic Teller Machine</i> (ATM) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.	Variabel bebas : <ul style="list-style-type: none"> • <i>Automatic Teller Machine</i> (ATM) Variabel terikat : <ul style="list-style-type: none"> • Kepuasan Nasabah 	Variabel bebas : <ul style="list-style-type: none"> • Kualitas Pelayanan

		Pembantu (KCP) Polewali Mandar Kecamatan Wonomulyo			
4.	Tri Yulianto (2015)	Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah	Kualitas pelayanan ATM berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.	Variabel bebas : • Kualitas Pelayanan ATM Variabel terikat : • Kepuasan nasabah	Variabel bebas : • Kepercayaan
5.	Sabinus Theo S.A.S(2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan <i>Frontliner</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Bank (Studi Pada PT. Bank BRISyariah Kantor Cabang Abdul Muis)	Pengaruh kualitas layanan <i>frontliner</i> hanya dapat dijelaskan oleh variable <i>reability</i> dan <i>empathy</i> . Variabel <i>reability</i> dan <i>empathy</i> secara serentak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRISyariah cabang Abdul Muis.	Variabel bebas : • Kualitas Pelayanan Variabel terikat : • Kepuasan nasabah	Metode penelitian : • Kuantitatif
6.	Rusdianto (2018)	Analisis Kualitas Pelayanan <i>Frontliner</i> Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Bukopin Capem Cakung Jakarta Timur	Kualitas pelayanan <i>frontliner</i> berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.	Variabel bebas : • Kualitas pelayanan <i>frontliner</i> Variabel terikat : • Kepuasan nasabah	Variabel bebas : • Etika <i>frontliner</i>

C. Kerangka Konseptual

Berdasarkan landasan teori yang dipaparkan diatas, maka kerangka konseptual penelitian ini dapat digambar sebagai penjelasan yang telah dikemukakan diatas dari teori yang telah dibahas, maka bisa disusun kerangka pikir sebagai berikut :



D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah ramalan kemungkinan terjadinya hubungan antara dua variabel atau lebih guna mempermudah penelitian yang akan dilakukan. Maka dari itu pada penelitian ini hipotesis penelitiannya ialah sebagai berikut:

1. **H₀** : tidak ada hubungan yang signifikan antara etika *frontliner* terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri.
H₂ : ada hubungan yang signifikan antara etika *frontliner* terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri.
2. **H₀** : tidak ada hubungan yang signifikan antara *automatic teller machine* terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri.
H₃ : ada hubungan yang signifikan antara *automatic teller machine* terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri.
3. **H₀** : tidak ada hubungan yang signifikan antara etika *frontliner* dan *automatic teller machine* terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri.

H4 : ada hubungan yang signifikan antara etika *frontliner* dan *automatic teller machine* terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri.