

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BANK SAMPAH BERSINAR DI KABUPATEN BANDUNG

Imas Anggraeni¹, Tuti Sulastr², Tengku Ine Hendriana³

^{1,2,3}Institut Digital Ekonomi LPKIA, Bandung, Indonesia

Email: imasanggraeni74@gmail.com

Abstrak

Riset ini disusun untuk menelaah kontribusi mutu layanan yang diberikan petugas *customer service* terhadap tingkat kepuasan pelanggan Bank Sampah Bersinar di wilayah Kabupaten Bandung. Mutu layanan dipandang sebagai variabel penentu kepuasan pelanggan karena keterkaitannya yang erat dengan pengalaman nyata yang dirasakan pelanggan selama memanfaatkan jasa. Studi ini dijalankan menggunakan pendekatan kuantitatif berbasis survey kepada 46 pelanggan Bank Sampah Bersinar melalui kuesioner. Tahapan pengolahan data mencakup uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, hingga regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden memberi penilaian yang sangat positif atas mutu layanan sekaligus tingkat kepuasan mereka terhadap Bank Sampah Bersinar. Hasil regresi linear sederhana menegaskan adanya pengaruh positif dan signifikan dari mutu layanan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,424 mengindikasikan bahwa 42,4% keragaman kepuasan pelanggan mampu diterangkan oleh mutu layanan, sementara 57,6% sisanya bersumber dari variabel-variabel di luar model penelitian.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, *Customer Service*, Kepuasan Pelanggan, Bank Sampah, Pelanggan.

Abstract

*This research was conducted to examine the contribution of service quality provided by customer service staff to the customer satisfaction levels of Bank Sampah Bersinar in the Bandung Regency area. Service quality is viewed as a determinant of customer satisfaction due to its close link to the actual experiences customers have while utilizing the services. This study employed a quantitative, survey-based approach involving 46 customers of Bank Sampah Bersinar, utilizing a questionnaire. Data processing involved validity testing, reliability testing, normality testing, and simple linear regression analysis. The results indicate that the majority of respondents rated both the service quality and their satisfaction with Bank Sampah Bersinar very positively. The simple linear regression results confirm a positive and significant influence of service quality on customer satisfaction. The coefficient of determination (*R-squared*) of 0.424 indicates that 42.4% of the variance in customer satisfaction can be explained by service quality, while the remaining 57.6% is attributable to variables outside the research model.*

Keywords: *Service Quality, Customer Service, Customer Satisfaction, Waste Bank, Customers.*

A. PENDAHULUAN

Iklim persaingan yang semakin ketat di industri jasa memaksa setiap organisasi untuk terus menghadirkan pelayanan bermutu demi memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggannya. Mutu pelayanan menjadi variabel krusial sebab terkoneksi langsung dengan tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan. Pelayanan prima tidak sebatas menghadirkan pengalaman yang menggembirakan, melainkan juga menumbuhkan rasa percaya sekaligus menopang keberhasilan organisasi dalam menunaikan fungsi pelayanannya bagi masyarakat luas.

Bank Sampah Bersinar, yang menjalankan aktivitasnya di wilayah Kabupaten Bandung Barat, adalah lembaga yang mengelola persoalan sampah secara kolaboratif bersama masyarakat setempat. Cara kerjanya menyerupai lembaga perbankan konvensional, mencakup unsur pelanggan, pencatatan transaksi, dan pengelolaan basis data, namun berbeda pada jenis setoran yang diterima, yakni sampah terpilah yang mengandung nilai ekonomis. Karena tugasnya bersinggungan langsung dengan pelanggan dalam aktivitas sehari-hari, konsistensi mutu layanan mutlak perlu dijaga. Dalam kerangka inilah *customer service* berperan sentral sebagai penjemputan interaksi antara petugas dan pelanggan; posisinya yang berhadapan langsung memungkinkan terbangunnya relasi yang solid, yang pada gilirannya turut mendorong tumbuhnya kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, kajian ini disusun untuk menjawab dua pertanyaan pokok: apakah mutu layanan *customer service* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Bank Sampah Bersinar, dan seberapa besar pengaruh tersebut terhadap kepuasan yang dirasakan pelanggan.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Mutu pelayanan pada dasarnya menggambarkan kapasitas suatu entitas usaha dalam menghadirkan layanan yang selaras dengan kebutuhan dan ekspektasi konsumennya. Urgensi mutu pelayanan bersumber dari kemampuannya menghadirkan pengalaman yang menyenangkan sepanjang konsumen menikmati jasa yang disediakan. Rahmawati dkk. (2023) memaparkan lima komponen inti dalam kerangka *SERVQUAL* yang membangun konstruk mutu pelayanan, meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, serta *empathy*. Komponen *tangible* merujuk pada bukti fisik penyelenggaraan layanan, seperti kondisi fasilitas, kebersihan area, kelengkapan sarana, hingga penampilan staf. Komponen *reliability* berkenaan dengan konsistensi entitas usaha dalam menepati janji layanan secara akurat. Komponen *responsiveness* tercermin dari kecepatan serta kesiapan staf merespons kebutuhan konsumen. Komponen *assurance* mencakup keahlian, kesopanan, dan sikap profesional staf yang menanamkan rasa aman dan percaya di benak konsumen. Adapun komponen *empathy* tampak dari kepedulian personal entitas usaha terhadap kebutuhan spesifik tiap konsumen.

Arpan dkk. (2022) berpandangan bahwa mutu pelayanan ditentukan oleh dua unsur pokok, yaitu hasil layanan itu sendiri serta proses penyelenggaraannya kepada konsumen. Proses penyelenggaraan tersebut turut dibentuk oleh serangkaian faktor,

antara lain kapabilitas sumber daya manusia, kelengkapan sarana pendukung, tata kelola operasional perusahaan, kecakapan komunikasi staf, dan kecepatan respons perusahaan atas kebutuhan konsumen. Staf yang cakap berkomunikasi sekaligus melayani turut mendorong terciptanya layanan yang efektif dan profesional, sementara sarana dan sistem layanan yang memadai menghadirkan rasa nyaman bagi konsumen ketika memanfaatkan jasa, kenyamanan mana pada akhirnya turut meningkatkan kepuasan konsumen.

Berbagai faktor yang saling terjalin pada dasarnya membentuk mutu pelayanan yang dirasakan konsumen. Ketika layanan berjalan optimal, entitas usaha memperoleh sejumlah manfaat, mulai dari terbangunnya citra positif, terjalinnya relasi yang lebih kokoh dengan konsumen, hingga tumbuhnya kepuasan konsumen. Di antara deretan manfaat itu, kepuasan konsumen menempati kedudukan tertinggi karena secara langsung mencerminkan cara konsumen menilai mutu layanan yang mereka terima.

Layanan bermutu unggul pada gilirannya mengarah pada kepuasan konsumen, unsur vital bagi keberlangsungan usaha, mengingat konsumen yang puas cenderung memakai ulang produk atau jasa yang sama. Priya Nur Alfatih dkk. (2024) memaknai kepuasan konsumen sebagai emosi puas atau kecewa yang timbul usai konsumen membandingkan ekspektasinya dengan hasil layanan yang sesungguhnya diterima. Ketika hasil layanan selaras dengan ekspektasi, konsumen akan merasa puas; sebaliknya, kesenjangan antara ekspektasi dan realita memicu kekecewaan.

Guna mengukur seberapa besar kepuasan konsumen, entitas usaha perlu menjalankan pengukuran secara berkala. Aktivitas ini menunjukkan penilaian konsumen terhadap layanan yang telah diterima sekaligus mengidentifikasi titik-titik layanan yang masih memerlukan penyempurnaan. Lewat pengukuran tersebut, entitas usaha memperoleh dasar evaluasi untuk menyempurnakan mutu layanan agar semakin selaras dengan ekspektasi konsumen.

Di luar mutu pelayanan, sejumlah faktor lain turut membentuk kepuasan konsumen, seperti mutu produk, tingkat harga, dan pengalaman yang dijalani konsumen sepanjang memanfaatkan layanan. Pengalaman positif yang sejalan dengan ekspektasi akan meningkatkan kepuasan konsumen. Meskipun demikian, di antara faktor-faktor tersebut, mutu pelayanan tetap menjadi unsur paling dominan mengingat keterkaitannya yang erat dengan interaksi langsung antara entitas usaha dan konsumennya.

Tercapainya mutu pelayanan yang baik tak lepas dari kontribusi *customer service*, yang bersinggungan langsung dengan konsumen dalam menyampaikan informasi, bantuan, maupun solusi atas kebutuhan dan keluhan yang mengemuka. Ika Putri dkk. (2023) menegaskan bahwa keberadaan *customer service* merupakan unsur vital di tubuh perusahaan karena fungsinya melayani konsumen secara langsung. Sebagai jembatan utama antara perusahaan dan konsumennya, *customer service* turut membentuk pengalaman yang dirasakan konsumen, yang kemudian berdampak pada tingkat kepuasan mereka.

Natasya dkk. (2021) mengidentifikasi sejumlah tanggung jawab inti yang melekat pada fungsi *customer service*, mencakup penyampaian informasi produk atau layanan, pemenuhan kebutuhan konsumen, penanganan keluhan, pengurusan administrasi, hingga pencarian solusi atas persoalan yang dihadapi konsumen. Selain

itu, *customer service* juga mengemban amanat memelihara relasi baik antara perusahaan dan konsumennya, yang kemudian mengarah pada layanan yang memuaskan.

Dalam menunaikan tugas dan tanggung jawab tersebut, kecakapan berkomunikasi menjadi prasyarat mutlak bagi *customer service*. Sikap ramah, santun, sabar, dan sigap menanggapi konsumen wajib dimiliki, mengingat posisi mereka yang paling sering bersentuhan langsung dengan konsumen dibandingkan unit lain di perusahaan. Penyelenggaraan layanan yang profesional pada akhirnya meningkatkan kenyamanan, kepercayaan, sekaligus kepuasan konsumen terhadap perusahaan.

Karena bersinggungan langsung dengan konsumen, peran *customer service* menempatkan mutu layanan sebagai penentu utama kepuasan konsumen. Manuhutu dkk. (2021) berpendapat bahwa mutu layanan *customer service* memegang peran krusial dalam menumbuhkan kepuasan konsumen, dan temuan riset mereka membuktikan adanya pengaruh positif serta signifikan di antara keduanya. Dengan perkataan lain, semakin prima layanan yang diterima, semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan konsumen. Karenanya, *customer service*, sebagai unit yang bersentuhan langsung dengan konsumen, dituntut senantiasa menghadirkan pelayanan optimal supaya kepuasan konsumen tercapai.

Fadilah dkk. (2022) dalam risetnya turut menggarisbawahi urgensi *customer service* dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Layanan yang ramah, sigap, dan peka atas kebutuhan konsumen menghadirkan pengalaman positif sehingga konsumen merasa puas. Penanganan keluhan yang cermat, penyampaian informasi yang gamblang, serta bantuan yang tepat waktu membuat konsumen merasa diperhatikan dan dihargai. Rasa puas tersebut pada gilirannya memperkuat relasi antara konsumen dan perusahaan sekaligus menumbuhkan kepercayaan konsumen atas layanan yang diberikan.

Santosa dkk. (2024) mengemukakan bahwa tingkat kepuasan konsumen yang tinggi berpeluang memicu tumbuhnya loyalitas konsumen, yaitu komitmen konsumen untuk terus-menerus memanfaatkan produk atau jasa yang sama sepanjang kurun waktu tertentu. Konsumen yang loyal lazimnya menampilkan sikap positif terhadap perusahaan, gemar melakukan pembelian ulang, serta tidak mudah berpaling ke perusahaan lain meskipun tersedia tawaran dari kompetitor. Loyalitas semacam ini umumnya bersemi dari pengalaman positif yang dirasakan konsumen secara konsisten selama memakai layanan. Kepuasan sendiri menjadi salah satu pemantik utama tumbuhnya loyalitas tersebut, sebab konsumen yang puas cenderung kembali memanfaatkan layanan serupa di masa mendatang.

Oktavia dkk. (2022) mengungkap bahwa loyalitas konsumen tercermin dari beberapa indikator, yakni pembelian ulang (*repeat purchase*), kesediaan merekomendasikan layanan kepada pihak lain (*recommendation*), serta konsistensi konsumen bertahan memakai layanan perusahaan sekalipun tersedia alternatif lain (*retention*). Konsumen yang loyal umumnya tetap memercayai mutu layanan perusahaan meski dihadapkan pada beragam pilihan dari pesaing. Hal ini menegaskan bahwa mutu pelayanan, *customer service*, dan kepuasan konsumen merupakan tiga unsur yang saling terpaut erat. *Customer service* menopang terwujudnya mutu pelayanan yang baik lewat layanan yang ramah, sigap, akurat, dan

profesional, yang pada gilirannya menumbuhkan kepuasan konsumen, membangun kepercayaan, serta menghadirkan pengalaman positif bagi konsumen.

Pada akhirnya, kepuasan konsumen yang konsisten terjaga dalam kurun waktu panjang akan mengarah pada terbentuknya loyalitas, yang tercermin dari hasrat konsumen untuk terus memanfaatkan layanan, merekomendasikannya kepada pihak lain, serta mempertahankan relasi dengan perusahaan. Atas dasar itu, kajian mengenai pengaruh mutu layanan *customer service* terhadap kepuasan konsumen di Bank Sampah Bersinar menjadi relevan untuk ditelaah, guna menunjukkan sejauh mana layanan yang prima dapat menyumbang peningkatan kepuasan konsumen.

C. METODE

Riset ini mengadopsi pendekatan kuantitatif berbasis survei guna mengukur besar pengaruh mutu layanan *customer service* terhadap kepuasan konsumen Bank Sampah Bersinar. Data digali lewat penyebaran kuesioner kepada konsumen yang pernah memanfaatkan layanan Bank Sampah Bersinar, dengan instrumen berskala Likert lima jenjang: Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS).

Populasi riset mencakup keseluruhan konsumen Bank Sampah Bersinar, sedangkan penarikan sampel menempuh teknik *purposive sampling* – yakni penentuan responden berlandaskan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan riset. Kriteria dimaksud meliputi konsumen yang pernah menikmati layanan Bank Sampah Bersinar serta berkenan berpartisipasi mengisi kuesioner. Berdasarkan kriteria tersebut, terkumpul 46 responden yang menjadi sampel riset.

Sebelum melangkah ke analisis inti, instrumen riset lebih dahulu diuji lewat uji validitas untuk mengukur kelayakan tiap butir pernyataan dalam mengukur variabel yang ditelaah, disusul uji reliabilitas untuk memastikan konsistensi instrumen, serta uji normalitas untuk memeriksa sebaran data. Usai rangkaian pengujian tersebut tuntas, analisis berlanjut ke uji regresi linear sederhana untuk mengukur pengaruh mutu layanan *customer service* terhadap kepuasan konsumen Bank Sampah Bersinar. Rangkaian pengujian ini ditempuh agar data yang dianalisis benar-benar sah dan mampu menghasilkan simpulan yang akurat.

Keseluruhan data yang terhimpun kemudian diolah lewat analisis deskriptif guna memotret tanggapan responden atas mutu layanan *customer service* serta tingkat kepuasan konsumen, dengan mengacu pada hasil kuesioner berskala Likert untuk mencermati corak jawaban pada tiap indikator riset. Hasil analisis ini diharapkan menjadi masukan evaluatif bagi Bank Sampah Bersinar dalam upaya mempertahankan sekaligus meningkatkan mutu layanan dan kepuasan konsumennya.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Penghimpunan data melibatkan 46 responden yang berkenan berpartisipasi, seluruhnya merupakan konsumen yang pernah menikmati layanan Bank Sampah Bersinar. Guna menjaga privasi dan kerahasiaan data, identitas responden sengaja tidak disertakan dalam laporan riset. Ikhtisar karakteristik responden termuat pada tabel 1 berikut:

Tabel 1 Karakteristik Responden Penelitian

Kategori		Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	23 orang	50%
	Perempuan	23 orang	50%
Usia	20-30 tahun	25 orang	54,35%
	>30 tahun	21 orang	45,65%
Domisili	Kota Bandung	31 orang	67,39%
	Luar Kota Bandung	15 orang	32,61%

Data pada Tabel 1 memperlihatkan komposisi responden pria dan wanita yang berimbang, masing-masing 23 orang atau 50 persen dari keseluruhan sampel. Ditilik dari sisi usia, mayoritas responden, 25 orang atau 54,35 persen tergolong dalam rentang 20–30 tahun, sedangkan 21 orang (45,65 persen) berusia di atas 30 tahun. Adapun dari sisi domisili, sebagian besar responden, 31 orang atau 67,39 persen bermukim di Kota Bandung, sementara 15 orang (32,61 persen) berdomisili di luar Kota Bandung. Pola ini mengindikasikan bahwa mayoritas konsumen Bank Sampah Bersinar merupakan warga yang bertempat tinggal di sekitar area operasional lembaga tersebut.

Gambaran karakteristik ini menyediakan gambaran profil konsumen yang menjadi sumber data riset, sekaligus mempertegas konteks temuan mengenai pengaruh mutu layanan *customer service* terhadap kepuasan konsumen Bank Sampah Bersinar.

2. Hasil Uji Validitas

Uji validitas dijalankan untuk mengukur kesahihan tiap butir pernyataan kuesioner dalam mengukur variabel yang ditelaah, dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Prosedurnya membandingkan angka *r hitung* terhadap *r tabel* pada tingkat signifikansi 5 persen; suatu butir dianggap sah apabila *r hitung*-nya melampaui *r tabel*.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

No.	Item	<i>r Hitung</i>	<i>r Tabel</i>	Ket.
1	P1	0,729	0,291	Valid
2	P2	0,579	0,291	Valid
3	P3	0,574	0,291	Valid
4	P4	0,595	0,291	Valid
5	P5	0,510	0,291	Valid
6	P6	0,644	0,291	Valid
7	P7	0,651	0,291	Valid
8	P8	0,788	0,291	Valid
9	P9	0,045	0,291	Tidak Valid
10	P10	0,684	0,291	Valid

Tabel 2 mengungkap sembilan dari sepuluh pernyataan tergolong sah karena *r hitung*-nya melampaui *r tabel* sebesar 0,291. Pengecualian jatuh pada item P9, yang hanya meraih *r hitung* sebesar 0,045 sehingga dinyatakan tidak sah karena berada di bawah ambang *r tabel*. Sekalipun demikian, item tersebut tetap dipertahankan pada tahap analisis deskriptif mengingat keterkaitannya dengan pengalaman keluhan

konsumen, meskipun bukan indikator inti dalam mengukur mutu pelayanan maupun kepuasan konsumen.

3. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ditempuh untuk mengukur tingkat konsistensi instrumen riset dalam mengukur variabel yang ditelaah, dengan bantuan perangkat lunak SPSS; suatu instrumen dikategorikan andal ketika koefisien *Cronbach's Alpha*-nya melampaui 0,70.

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Jml. Item	<i>Cronbach's Alpha</i>	Ket.
Kualitas Pelayanan (X), Kepuasan Pelanggan (Y)	10	0,830	Reliabel

Angka pada Tabel 3 mencatat koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,830, melampaui ambang 0,70, sehingga instrumen riset dapat dikategorikan andal. Perolehan ini menandakan konsistensi yang memadai pada butir-butir pernyataan dalam mengukur mutu pelayanan maupun kepuasan konsumen, sekalipun satu item gagal lolos uji validitas namun tetap dipertahankan untuk kepentingan analisis deskriptif terkait pengalaman keluhan konsumen.

4. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dijalankan guna menilai apakah sebaran data riset mengikuti pola distribusi normal, dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Data dikategorikan berdistribusi normal ketika angka signifikansi (*Sig.*)-nya melampaui 0,05.

Tabel 4 Hasil Uji Normalitas Instrumen Penelitian

<i>Sig.</i>	Keterangan
0,200	Berdistribusi Normal

Angka signifikansi (*Sig.*) pada Tabel 4 tercatat 0,200, melampaui ambang 0,05, sehingga data riset dapat disimpulkan berdistribusi normal. Terpenuhinya prasyarat normalitas ini membuka jalan bagi data untuk ditindaklanjuti pada tahap uji regresi linear sederhana, guna menelisik pengaruh mutu pelayanan terhadap kepuasan konsumen Bank Sampah Bersinar.

5. Analisis Deskriptif

Telaah atas tanggapan responden dijalankan guna mencermati cara konsumen menilai mutu layanan *customer service* serta tingkat kepuasan mereka atas layanan Bank Sampah Bersinar, berdasarkan jawaban 46 responden atas sepuluh pernyataan dalam kuesioner berskala Likert lima jenjang: Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS).

Tabel 5 Keterangan Kategori

<i>Interval Mean</i>	Kategori
1,00 - 1,80	Sangat Tidak Setuju (STS)
1,81 - 2,60	Tidak Setuju (TS)
2,61 - 3,40	Netral (N)
3,41 - 4,20	Setuju (S)
4,21 - 5,00	Sangat Setuju (SS)

Landasan penentuan kategori penilaian responden pada Tabel 6 berdasarkan angka rata-rata (*mean*) yang diraih tiap pernyataan dalam kuesioner.

Tabel 6 Rekapitulasi Tanggapan Responden

No.	Pernyataan	Mean	Kategori
1	Saya merasa komunikasi petugas Bank Sampah Bersinar sopan, ramah, dan cukup memahami kebutuhan saya.	4,37	Sangat Setuju
2	Saya merasakan pengalaman positif setelah menggunakan layanan Bank Sampah Bersinar.	4,35	Sangat Setuju
3	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Bank Sampah Bersinar.	4,39	Sangat Setuju
4	Saya bersedia merekomendasikan Bank Sampah Bersinar kepada banyak orang.	4,37	Sangat Setuju
5	Saya lebih memilih layanan pengelolaan sampah di Bank Sampah Bersinar daripada layanan serupa di tempat lain.	4,22	Sangat Setuju
6	Saya merasa pelayanan yang diberikan oleh petugas Bank Sampah Bersinar cepat dan tepat.	4,39	Sangat Setuju
7	Saya merasa pelayanan yang ada di Bank Sampah Bersinar sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan.	4,26	Sangat Setuju
8	Saya merasa proses pelayanan yang diberikan Bank Sampah Bersinar mudah untuk diikuti.	4,43	Sangat Setuju
9	Saya pernah mengalami keluhan saat menggunakan layanan Bank Sampah Bersinar.	3,22	Netral
10	Saat mengalami keluhan, saya merasa arahan dari petugas Bank Sampah Bersinar membantu saya mendapatkan solusi yang tepat dan cepat.	4,15	Setuju

Tabel 6 memperlihatkan mayoritas responden memberi penilaian yang sangat positif atas mutu layanan sekaligus tingkat kepuasan mereka terhadap Bank Sampah Bersinar. Ini mengindikasikan bahwa prosedur layanan yang diterapkan dinilai gampang dipahami dan diikuti konsumen, meskipun tidak seluruh responden pernah mengalami keluhan. Dengan kata lain, temuan ini memperkuat bahwa Bank Sampah Bersinar telah menyuguhkan mutu layanan yang cukup memadai untuk memenuhi ekspektasi konsumen sekaligus menopang kepuasan mereka.

Hasil telaah tanggapan responden secara garis besar memperlihatkan penilaian yang sangat positif atas layanan *customer service* Bank Sampah Bersinar, dengan mayoritas angka rata-rata (*mean*) pernyataan berada di kategori Sangat Setuju. Kondisi ini mengindikasikan bahwa layanan yang diberikan telah memenuhi ekspektasi konsumen sekaligus menghadirkan pengalaman yang baik sepanjang proses pemakaian layanan.

Butir pernyataan seputar kemudahan alur pelayanan tercatat meraih angka rata-rata tertinggi, yakni 4,43, mengindikasikan bahwa konsumen memandang prosedur layanan yang berlaku gampang dipahami dan tidak berbelit. Unsur kemudahan ini krusial karena turut menghadirkan kenyamanan konsumen saat

berinteraksi dengan petugas, selaras dengan pandangan Arpan dkk. (2022) yang menyatakan bahwa sistem layanan yang ringkas dan mudah dipahami dapat meningkatkan persepsi konsumen atas mutu layanan.

Selanjutnya, pernyataan terkait kepuasan atas pelayanan serta kecepatan pelayanan masing-masing meraih angka rata-rata 4,39, juga tergolong kategori Sangat Setuju, mengingat responden menilai layanan yang diterima sesuai kebutuhan mereka serta dijalankan secara sigap dan akurat. Temuan ini turut memperkuat pandangan Rahmawati dkk. (2023) yang menempatkan komponen *responsiveness* sebagai unsur penting dalam penilaian mutu layanan.

Pernyataan seputar cara petugas berkomunikasi secara santun, ramah, dan memahami kebutuhan konsumen meraih angka rata-rata 4,37, tergolong kategori Sangat Setuju. Temuan ini mencerminkan bahwa *customer service* telah menunaikan tugasnya secara baik dan mampu membangun hubungan yang positif dengan konsumen, selaras dengan pandangan Ika Putri dkk. (2023) yang menggarisbawahi pentingnya peran *customer service* dalam menghadirkan pengalaman layanan yang baik lewat komunikasi yang ramah dan profesional.

Berlainan dengan butir-butir lain, pernyataan seputar pengalaman keluhan justru meraih angka rata-rata paling rendah, yaitu 3,22, tergolong kategori Netral. Ini mengindikasikan bahwa tidak seluruh responden pernah mengalami keluhan sepanjang memakai layanan Bank Sampah Bersinar, sehingga jawaban yang terhimpun pun beragam. Meskipun demikian, pernyataan mengenai bantuan petugas dalam menangani keluhan meraih angka rata-rata 4,15 dengan kategori Setuju, menandakan bahwa petugas sanggup memberi arahan serta solusi yang cukup memadai kala konsumen menghadapi kendala.

6. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana dan Koefisien Determinasi

Uji regresi linear sederhana diterapkan guna menunjukkan pengaruh mutu pelayanan terhadap kepuasan konsumen Bank Sampah Bersinar, dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Kaidah pengambilan simpulan berdasarkan angka signifikansi (*Sig.*); ketika *Sig.*-nya berada di bawah 0,05, terindikasi pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat.

Tabel 7 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Variabel	B
Konstanta	6,225
Kualitas Pelayanan (X)	0,651

Tabel 7 menghasilkan persamaan regresi $Y = 6,225 + 0,651X$. Koefisien regresi 0,651 bermakna bahwa tiap kenaikan satu satuan mutu pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,651 satuan. Tanda positif pada koefisien tersebut menunjukkan bahwa hubungan kedua variabel bergerak searah.

Tabel 8 Koefisien Determinasi dan Signifikansi

R	R Square	Sig.
0,651	0,424	0,000

Tabel 8 mencatat nilai R sebesar 0,651, mengindikasikan tingkat hubungan yang tergolong cukup kuat antara mutu pelayanan dan kepuasan konsumen. Sementara *R Square* sebesar 0,424 menunjukkan bahwa mutu pelayanan mampu menerangkan 42,4 persen keragaman kepuasan konsumen, sedangkan 57,6 persen

sisanya bersumber dari faktor-faktor di luar model riset ini. Angka signifikansi 0,000, yang berada di bawah 0,05, memperkuat simpulan bahwa mutu pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Bank Sampah Bersinar.

Hasil uji regresi linear sederhana turut memperkuat bahwa mutu pelayanan memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, ditandai angka signifikansi 0,000 yang berada di bawah 0,05, sehingga hipotesis riset dapat diterima. Persamaan regresi $Y = 6,225 + 0,651X$ menunjukkan bahwa tiap kenaikan mutu pelayanan akan diikuti kenaikan kepuasan konsumen, sementara koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,424 menandakan bahwa 42,4 persen keragaman kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh mutu pelayanan, dan sisanya bersumber dari faktor lain di luar cakupan riset ini. Temuan ini kembali memperkuat bahwa layanan *customer service* merupakan unsur penting dalam menciptakan kepuasan konsumen di Bank Sampah Bersinar.

Secara menyeluruh, riset ini mendapati bahwa mutu layanan *customer service* di Bank Sampah Bersinar berada pada kategori antara baik hingga sangat baik, ditandai layanan yang ramah, sigap, gampang dipahami, dan sesuai kebutuhan konsumen, sehingga menghasilkan tingkat kepuasan yang tinggi. Temuan ini selaras dengan hasil riset Manuhutu dkk. (2021) maupun Fadilah dkk. (2022), yang sama-sama menyimpulkan urgensi mutu layanan *customer service* dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Karenanya, Bank Sampah Bersinar perlu terus memelihara mutu layanan yang telah baik serta meningkatkan kompetensi petugas dalam menangani keluhan, agar tingkat kepuasan konsumen dapat terus mengalami peningkatan.

E. KESIMPULAN

Hasil riset ini memperlihatkan mayoritas responden memberi penilaian yang sangat positif atas mutu layanan sekaligus tingkat kepuasan mereka terhadap Bank Sampah Bersinar. Selain itu, hasil penelitian membuktikan bahwa mutu layanan *customer service* di Bank Sampah Bersinar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan kontribusi sebesar 42,4%, sementara sisanya bersumber dari faktor lain di luar cakupan riset ini. Temuan ini juga memperkuat bahwa mutu layanan *customer service* memegang peran penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen, sehingga penyempurnaan mutu layanan perlu terus dijalankan secara berkesinambungan agar kepuasan konsumen tetap terjaga dan terus meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arpan, A., Santi, R., & Fadilah, E. (2022). Analisis kualitas layanan Pegadaian Application Support System Integrated Online (PASSION) menggunakan metode service quality (SERVQUAL). *JUSIFO (Jurnal Sistem Informasi)*, 3(2), 103–110. <https://doi.org/10.19109/jusifo.v3i2.3864>
- Fadilah, A., & Hasibuan, I. H. (2022). Pengaruh pelayanan customer service terhadap kepuasan nasabah bank syariah. *Jurnal Al-Fatih Global Mulia*, 4(2), 107–120. <https://doi.org/10.59729/alfatih.v4i2.55>

- Jefri, M., Anggraini, D., & Oktora, M. Z. (2022). Validitas dan reliabilitas kuesioner penilaian pembelajaran skills lab secara daring pada mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Baiturrahmah Padang. *Scientific Journal*, 1(1), 36–45. <https://doi.org/10.56260/sciena.v1i1.16>
- Manuhutu, M., Aunalal, Z. I., & Tanihatu, M. (2021). Analisis pengaruh kualitas pelayanan customer service terhadap kepuasan nasabah. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 17–24. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v7i1.4234>
- Muin, R., Suharto, N., & Sofiana, S. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan customer service terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia. *Journal Pegguruang: Conference Series*, 7(2), 885. <https://doi.org/10.35329/jp.v7i2.6349>
- Mustabir Daming. (2024). Pentingnya perilaku dalam pelayanan publik untuk mewujudkan pelayanan prima. *Journal Governance and Politics (JGP)*, 4(1), 30–35.
- Natasya, P., & Marlius, D. (2021). Peranan customer service dalam meningkatkan pelayanan kepada nasabah pada PT BPD Sumatera Barat Cabang Pasar Raya Padang, 1–12. <https://doi.org/10.31219/osf.io/4y6g8>
- Oktavia, V. D., Sarsono, S., & Marwati, F. S. (2022). Loyalitas pelanggan ditinjau dari pelayanan, kepuasan dan kepercayaan pada CV Cipta Kimia Sukoharjo. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(1), 540. <https://doi.org/10.29040/jie.v6i1.4656>
- Priya Nur Alfatih, M., & Widyaningsih, T. W. (2024). Mengukur tingkat kepuasan pelanggan menggunakan metode customer satisfaction index (CSI). *Jurnal SISKOM-KB (Sistem Komputer dan Kecerdasan Buatan)*, 8(1), 52–58. <https://doi.org/10.47970/siskom-kb.v8i1.722>
- Putri, M. I., Faizal, M., & Meriyati. (2023). Peran customer service terhadap peningkatan pelayanan nasabah. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 2(2), 493–512. <https://doi.org/10.61930/jebmak.v2i2.19>
- Rahmawati, D., Aulawi, H., & Kurniawati, R. (2023). Pengukuran kualitas layanan berdasarkan dimensi service quality (SERVQUAL) dengan metode zone of tolerance (ZOT) dan Kano pada Pet World. *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 1(1), 21–32. <https://doi.org/10.14710/jati.1.1.21-32>
- Santosa, S., Syahada, A. P., & Yanto, R. T. Y. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening: Studi kasus pada Pospay Locket Kantor Pos Cabang Majalengka 45400. *Pro Mark*, 14(2), 18–34.
- Sianturi, R. (2025). Uji normalitas sebagai syarat pengujian hipotesis. *Jurnal Pembelajaran dan Matematika Sigma (JPMS)*, 11(1), 1–14. <https://doi.org/10.36987/jpms.v11i1.7091>
- Suryani, A. S. (2014). Peran bank sampah dalam efektivitas pengelolaan sampah. *Aspirasi*, 5(1), 71–84.