



STUDI KOMPARATIF SERVQUAL ANTARA BANK SYARIAH DAN BANK KONVENSIONAL DI SAMARINDA

Rizkiyah Kartika Putri ¹, Nuzulia ²

^{1,2} Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia

Rizkiyahkartikaputri722@gmail.com,¹

Article History:

Received: 2/5/2026

Revised: 18/6/2026

Accepted: 20/6/2026

Keywords:

Bank Konvensional

Bank Syariah

Kepuasan Nasabah

Kualitas Pelayanan

Studi Komparatif

Abstract:

Perkembangan industri perbankan di Indonesia mendorong peningkatan persaingan layanan antara bank konvensional dan bank syariah sehingga kualitas pelayanan menjadi faktor strategis dalam membangun kepuasan serta loyalitas nasabah. Kajian ini penting dilakukan untuk memahami bagaimana karakteristik pelayanan memengaruhi pengalaman nasabah pada dua sistem perbankan yang berbeda. Penelitian ini bertujuan menganalisis dan membandingkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia dan Bank Rakyat Indonesia di Kota Samarinda. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif-komparatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi lapangan, dokumentasi, serta penyebaran kuesioner kepada nasabah aktif kedua bank. Analisis data dilakukan secara deskriptif dan komparatif guna menggambarkan persepsi nasabah terhadap dimensi kualitas pelayanan yang meliputi reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua bank memiliki kualitas pelayanan pada kategori sangat baik dengan tingkat kepuasan nasabah yang tinggi. Bank Syariah Indonesia memperoleh nilai persepsi pelayanan dan kepuasan yang sedikit lebih tinggi dibandingkan Bank Rakyat Indonesia, terutama pada dimensi responsiveness dan empathy yang mencerminkan pendekatan layanan yang lebih personal. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas interaksi layanan menjadi faktor dominan dalam membentuk kepuasan nasabah, tidak hanya aspek fasilitas maupun prosedur operasional. Implikasi penelitian ini memperkuat pengembangan teori kualitas pelayanan dalam perspektif perbankan syariah dan konvensional sekaligus memberikan kontribusi praktis bagi institusi perbankan dalam merancang strategi pelayanan berbasis pengalaman nasabah untuk meningkatkan daya saing industri keuangan.

PENDAHULUAN

Industri perbankan memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia sebagai lembaga intermediasi yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali melalui pembiayaan maupun kredit produktif. Peran tersebut menjadikan sektor perbankan sebagai salah satu penggerak utama aktivitas ekonomi nasional. Kondisi perbankan Indonesia menunjukkan perkembangan yang positif, di mana total aset perbankan nasional mencapai Rp11.984 triliun pada akhir 2023 dengan pertumbuhan tahunan sebesar 5,91%. Pertumbuhan tersebut menunjukkan bahwa sektor perbankan tetap menjadi institusi keuangan yang memiliki

tingkat kepercayaan tinggi di tengah perubahan perilaku ekonomi dan transformasi digital masyarakat.

Perbankan Indonesia berkembang dalam dua sistem yang berjalan secara paralel, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Kedua sistem tersebut memiliki karakteristik operasional yang berbeda, baik dari sisi prinsip bisnis, mekanisme transaksi, maupun pendekatan pelayanan kepada nasabah. Perbankan konvensional beroperasi menggunakan sistem bunga, sedangkan perbankan syariah menerapkan prinsip syariah melalui akad dan sistem bagi hasil sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008. Perbedaan tersebut tidak hanya membentuk model bisnis yang berbeda, tetapi juga menciptakan ekspektasi pelayanan yang berbeda di mata nasabah (Antonio, 2001).

Dalam beberapa tahun terakhir, pertumbuhan perbankan syariah menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan. Data Otoritas Jasa Keuangan menunjukkan bahwa aset Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah mencapai Rp868,99 triliun pada tahun 2023 dengan pertumbuhan tahunan sebesar 11,1%. Pada tahun 2024, total aset Bank Umum Syariah mencapai Rp664.611 miliar dengan Dana Pihak Ketiga (DPK) sebesar Rp511.374 miliar, sedangkan Bank Umum Konvensional mencatat total aset sebesar Rp11.796.344 miliar dan DPK Rp8.325.868 miliar. Walaupun secara skala bank konvensional masih mendominasi, pertumbuhan perbankan syariah yang lebih agresif menunjukkan meningkatnya minat masyarakat terhadap layanan keuangan berbasis syariah.

Pertumbuhan industri perbankan tersebut menghadirkan tantangan baru berupa meningkatnya persaingan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada nasabah. Dalam industri jasa, kualitas pelayanan menjadi faktor utama yang menentukan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Tjiptono (2005) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan evaluasi menyeluruh atas keunggulan layanan yang diterima pelanggan dibandingkan dengan harapannya. Sementara itu, Parasuraman et al. (1988) menegaskan bahwa kualitas pelayanan muncul dari kesenjangan antara ekspektasi nasabah dan persepsi atas layanan yang diterima. Dengan demikian, keberhasilan bank tidak hanya diukur dari pertumbuhan aset dan profitabilitas, tetapi juga dari kemampuan mempertahankan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang optimal.

Urgensi penelitian mengenai kualitas pelayanan semakin relevan karena sektor perbankan masih menghadapi berbagai persoalan terkait kepuasan konsumen. Data Otoritas Jasa Keuangan menunjukkan bahwa sepanjang tahun 2023 terdapat lebih dari 23 ribu pengaduan konsumen pada sektor jasa keuangan dan sektor perbankan menjadi penyumbang pengaduan terbesar. Tingginya tingkat pengaduan tersebut menunjukkan masih adanya kesenjangan antara kualitas pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang diterima nasabah. Fenomena ini menjadi

indikator bahwa peningkatan kualitas pelayanan masih menjadi tantangan penting bagi industri perbankan nasional.

Dalam konteks persaingan tersebut, kualitas pelayanan menjadi instrumen strategis untuk menciptakan diferensiasi antarbank. Parasuraman et al. (1985) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor pembeda utama dalam industri jasa yang kompetitif. Pada bank syariah, dimensi pelayanan tidak hanya berkaitan dengan kecepatan dan ketepatan layanan, tetapi juga menyangkut kepatuhan terhadap prinsip syariah. Oleh karena itu, Othman dan Owen (2001) mengembangkan model CARTER yang terdiri atas *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles*, *empathy*, dan *responsiveness* sebagai pengembangan dari model SERVQUAL untuk konteks perbankan syariah.

Perbedaan karakteristik antara bank syariah dan bank konvensional menciptakan persepsi kepuasan yang berpotensi berbeda pula. Nasabah bank syariah cenderung mempertimbangkan aspek religiusitas, transparansi akad, dan kesesuaian layanan dengan prinsip Islam, sedangkan nasabah bank konvensional lebih menitikberatkan pada efisiensi transaksi, kemudahan akses, serta inovasi layanan digital (Wahyuna dan Zulhamdi, 2022). Dengan demikian, kualitas pelayanan tidak dapat dipandang sebagai konsep universal yang berlaku sama pada seluruh sistem perbankan karena persepsi nasabah dipengaruhi oleh nilai dan karakteristik institusi yang berbeda.

Berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah pada sektor perbankan. Salmah et al. (2023) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia. Meilani dan Sugiarti (2022) juga menunjukkan bahwa seluruh dimensi CARTER memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah bank syariah. Pada konteks perbankan konvensional, Islam et al. (2021) menemukan bahwa dimensi *reliability* menjadi faktor dominan dalam membentuk kepuasan nasabah. Penelitian Fida et al. (2020) turut memperkuat bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada industri perbankan syariah.

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada satu sistem perbankan secara terpisah, baik hanya pada bank syariah maupun bank konvensional. Penelitian komparatif yang secara langsung membandingkan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah antara kedua sistem perbankan dalam konteks lokal yang sama masih relatif terbatas, khususnya pasca – merger Bank Syariah Indonesia pada tahun 2021. Selain itu, penelitian sebelumnya cenderung menitikberatkan pada hubungan antarvariabel tanpa mengaitkan secara mendalam konteks historis, strategi bisnis, dan pengalaman pelayanan yang membentuk persepsi nasabah. Kondisi tersebut menunjukkan adanya *research gap* yang perlu dikaji lebih lanjut.

Penelitian ini mengambil objek pada Bank Syariah Indonesia dan Bank Rakyat Indonesia di Kota Samarinda sebagai representasi perbankan syariah dan konvensional terbesar di Indonesia. Pemilihan kedua bank tersebut didasarkan pada luasnya jaringan pelayanan, jumlah nasabah yang besar, serta posisi strategis keduanya sebagai bank Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Kota Samarinda dipilih karena merupakan pusat aktivitas ekonomi di Kalimantan Timur yang memiliki tingkat penggunaan layanan perbankan cukup tinggi dan masyarakat dengan karakteristik ekonomi yang heterogen.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah sekaligus menguji perbedaan kualitas pelayanan dan kepuasan antara Bank Syariah Indonesia dan Bank Rakyat Indonesia di Kota Samarinda. Penelitian ini menjadi menarik karena tidak hanya menguji hubungan statistik antarvariabel, tetapi juga berupaya memahami bagaimana perbedaan sistem operasional dan nilai institusional memengaruhi persepsi nasabah terhadap pelayanan perbankan.

Argumentasi utama penelitian ini adalah bahwa dominasi bank konvensional tidak selalu menunjukkan superioritas kualitas pelayanan, sebagaimana pertumbuhan pesat bank syariah juga belum tentu sepenuhnya mencerminkan kepuasan nasabah yang lebih tinggi. Persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan dipengaruhi oleh kombinasi faktor teknis, pengalaman interaksi, nilai institusional, serta kepercayaan terhadap sistem yang digunakan. Oleh karena itu, pendekatan komparatif menjadi penting untuk mengidentifikasi apakah kualitas pelayanan lebih dipengaruhi oleh karakteristik sistem perbankan atau kemampuan institusi dalam membangun pengalaman layanan yang unggul.

Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi analisis kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah dalam dua sistem perbankan berbeda melalui pendekatan komparatif pada konteks lokal Kota Samarinda. Penelitian ini tidak hanya memperluas kajian empiris mengenai kualitas pelayanan perbankan, tetapi juga memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur ekonomi syariah dan manajemen jasa keuangan, khususnya terkait dinamika persaingan antara bank syariah dan bank konvensional di Indonesia.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian komparatif yang bertujuan menganalisis serta membandingkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada dua sistem perbankan yang berbeda, yaitu bank syariah dan bank konvensional. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian berfokus pada pengukuran hubungan antarvariabel secara objektif melalui data numerik yang dianalisis menggunakan teknik statistik. Menurut Sugiyono (2019), penelitian kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis berdasarkan

data terukur sehingga memungkinkan peneliti memperoleh gambaran empiris mengenai hubungan sebab-akibat antarvariabel penelitian. Desain komparatif digunakan untuk melihat perbedaan persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan pada dua lembaga perbankan yang menjadi objek penelitian (Mahbubi, 2025).

Objek penelitian meliputi nasabah Bank Syariah Indonesia dan Bank Rakyat Indonesia di Kota Samarinda. Populasi penelitian adalah seluruh nasabah aktif kedua bank, sedangkan penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan mempertimbangkan kriteria tertentu, yaitu nasabah yang telah menggunakan layanan perbankan dalam periode tertentu sehingga memiliki pengalaman langsung terhadap kualitas pelayanan bank. Teknik ini memungkinkan pengambilan responden yang relevan dengan tujuan penelitian serta mampu memberikan informasi sesuai kebutuhan analisis (Sugiyono, 2019).

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu penyebaran kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Kuesioner digunakan sebagai instrumen utama penelitian untuk memperoleh data persepsi nasabah terkait kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator kualitas pelayanan yang meliputi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible* sebagaimana dikembangkan oleh Parasuraman et al. (1988) dalam konsep SERVQUAL, serta dikaitkan dengan model kualitas pelayanan perbankan syariah CARTER yang dikembangkan oleh Othman dan Owen (2001). Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran umum kondisi pelayanan di lokasi penelitian, sedangkan dokumentasi digunakan untuk melengkapi informasi terkait profil lembaga perbankan dan data pendukung penelitian.

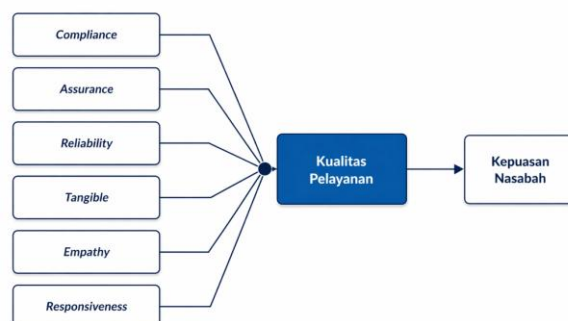
Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui hasil pengisian kuesioner oleh nasabah Bank Syariah Indonesia dan Bank Rakyat Indonesia. Data primer menjadi sumber utama karena mencerminkan pengalaman serta persepsi aktual nasabah terhadap layanan perbankan. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari laporan resmi lembaga terkait, publikasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK), literatur ilmiah, serta penelitian terdahulu yang relevan dengan topik kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Menurut Sekaran dan Bougie (2016), kombinasi data primer dan sekunder diperlukan untuk meningkatkan validitas penelitian serta memperkuat interpretasi hasil analisis.

Jenis data yang digunakan merupakan data kuantitatif berbentuk skor penilaian responden terhadap indikator penelitian menggunakan skala Likert. Skala ini digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Penggunaan skala Likert memungkinkan proses kuantifikasi persepsi responden sehingga dapat dianalisis secara statistik dan dibandingkan antar kelompok

penelitian.

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap awal meliputi analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden serta kecenderungan jawaban terhadap variabel penelitian. Selanjutnya dilakukan pengujian kualitas instrumen melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa indikator penelitian mampu mengukur variabel secara konsisten dan akurat. Setelah instrumen dinyatakan layak, analisis dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas guna memastikan kelayakan model analisis regresi (Ghozali, 2018).

Tahap berikutnya menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada masing-masing bank. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan uji *independent sample t-test* untuk mengetahui perbedaan tingkat kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah antara bank syariah dan bank konvensional. Analisis dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak statistik sehingga menghasilkan interpretasi empiris mengenai hubungan serta perbedaan antarvariabel penelitian (Mahbubi, 2025). Pendekatan analisis tersebut memungkinkan penelitian memberikan gambaran komprehensif mengenai posisi kualitas pelayanan sebagai determinan utama kepuasan nasabah dalam konteks perbankan syariah dan konvensional.

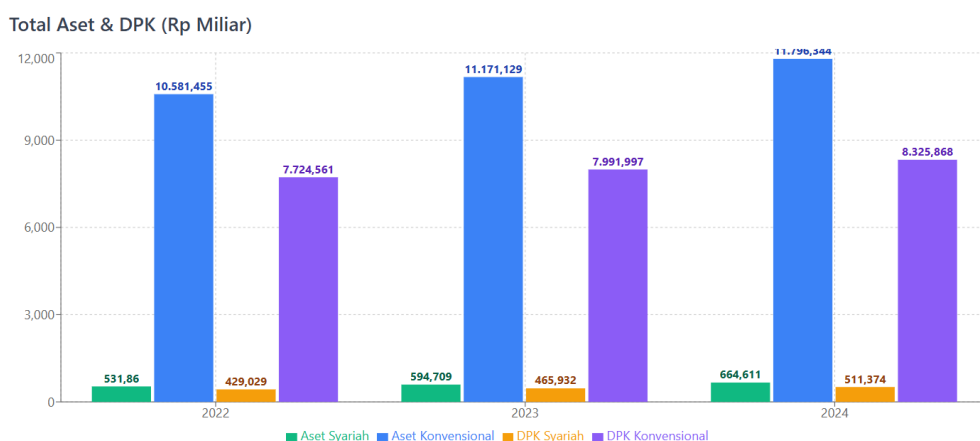


Gambar 1, Model Kerangka Berpikir

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah serta membandingkan kualitas pelayanan antara Bank Syariah Indonesia (BSI) dan Bank Rakyat Indonesia (BRI) di Kota Samarinda. Berdasarkan hasil pengolahan data dari kuesioner yang disebarkan kepada nasabah aktif kedua bank, ditemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan masih menjadi faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah pada industri

perbankan. Di tengah meningkatnya persaingan antara bank syariah dan bank konvensional, kualitas pelayanan menjadi instrumen strategis dalam membangun kepercayaan masyarakat serta mempertahankan hubungan jangka panjang dengan nasabah. Kondisi tersebut diperkuat oleh pertumbuhan aset dan Dana Pihak Ketiga (DPK) perbankan syariah maupun konvensional selama periode 2022–2024 yang terus mengalami peningkatan.



Gambar 2. Perbandingan Pertumbuhan Total Aset dan DPK Bank Syariah dan Bank Konvensional Periode 2022 – 2025

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap kualitas pelayanan pada kedua bank. Pada Bank Syariah Indonesia, dimensi *responsiveness*, *empathy*, dan *compliance* memperoleh nilai rata-rata tertinggi dibandingkan dimensi lainnya. Nasabah menilai pegawai BSI memiliki kemampuan memberikan pelayanan secara cepat, ramah, dan mampu memahami kebutuhan nasabah dengan baik. Selain itu, penerapan prinsip syariah dalam aktivitas layanan juga memberikan rasa aman dan kepercayaan bagi nasabah. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada bank syariah tidak hanya diukur melalui aspek teknis pelayanan, tetapi juga melalui nilai etika dan kepatuhan syariah yang diterapkan dalam interaksi pelayanan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Othman dan Owen (2001) yang menyatakan bahwa dimensi *compliance* menjadi pembeda utama kualitas pelayanan bank syariah dibandingkan bank konvensional. Penelitian Meilani dan Sugiarti (2022) juga menunjukkan bahwa *empathy* dan *assurance* memiliki pengaruh kuat terhadap kepuasan nasabah bank syariah karena mampu

menciptakan kenyamanan dan hubungan emosional yang lebih baik antara nasabah dan lembaga keuangan.

Sementara itu, pada Bank Rakyat Indonesia, dimensi *reliability* dan *tangibles* memperoleh nilai rata-rata yang relatif lebih tinggi dibandingkan dimensi lainnya. Responden menilai bahwa BRI memiliki fasilitas layanan yang memadai, jaringan operasional yang luas, serta kemampuan memberikan layanan transaksi yang stabil dan efisien. Hal ini menunjukkan bahwa bank konvensional masih memiliki keunggulan pada aspek infrastruktur pelayanan dan efektivitas operasional. Temuan tersebut mendukung penelitian Islam et al. (2021) yang menjelaskan bahwa *reliability* merupakan dimensi paling dominan dalam membentuk kepuasan nasabah pada perbankan konvensional. Selain itu, penelitian Famiyeh et al. (2018) menyebutkan bahwa kualitas fasilitas dan kemudahan transaksi menjadi faktor penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di sektor jasa keuangan.

Tabel 1. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Nasabah (Y)

Dimensi Variabel	BSI (Mean)	Kategori	BRI (Mean)	Kategori
<i>Compliance</i>	4,39	Sangat Baik	4,44	Sangat Baik
<i>Assurance</i>	4,42	Sangat Baik	4,36	Sangat Baik
<i>Reliability</i>	4,37	Sangat Baik	4,34	Sangat Baik
<i>Tangibles</i>	4,45	Sangat Baik	4,43	Sangat Baik
<i>Empathy</i>	4,49	Sangat Baik	4,37	Sangat Baik
<i>Responsiveness</i>	4,48	Sangat Baik	4,29	Sangat Baik
Kepuasan Layanan	4,48	Sangat Baik	4,27	Sangat Baik
Keinginan Menggunakan Ulang	4,36	Sangat Baik	4,15	Baik
Rekomendasi	4,47	Sangat Baik	4,20	Baik

Pada Tabel 1 menunjukkan bahwa Bank Syariah Indonesia memiliki nilai rata-rata lebih tinggi pada dimensi *empathy*, *responsiveness*, dan *compliance*, sedangkan Bank Rakyat Indonesia unggul pada dimensi *reliability* dan *tangibles*. Sebelum dilakukan analisis regresi, data penelitian telah melalui tahapan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Hasil pengujian menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala multikolinearitas maupun heteroskedastisitas sehingga model dinyatakan layak digunakan dalam analisis. Meskipun terdapat beberapa data yang tidak sepenuhnya berdistribusi normal, analisis regresi tetap dapat dilakukan karena jumlah sampel penelitian telah memenuhi ukuran minimum dan dianggap mendekati distribusi normal

berdasarkan teori *Central Limit Theorem* (Ghozali, 2018). Dengan demikian, model penelitian dinilai memenuhi persyaratan statistik untuk dilakukan pengujian hipotesis lebih lanjut.

Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana, kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada kedua bank. Nilai signifikansi yang berada di bawah 0,05 menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diterima nasabah, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang terbentuk. Pada Bank Syariah Indonesia, nilai koefisien regresi dan koefisien determinasi (R^2) menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan yang lebih besar dibandingkan Bank Rakyat Indonesia. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pengalaman pelayanan pada bank syariah memiliki hubungan yang lebih kuat terhadap pembentukan kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini memperkuat teori (Parasuraman et al. (1988) yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan evaluasi nasabah terhadap kesesuaian antara harapan dan pelayanan yang diterima. Apabila pelayanan mampu memenuhi atau melampaui harapan nasabah, maka kepuasan akan terbentuk secara positif. Selain itu, Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan hasil dari pengalaman menyeluruh terhadap layanan yang diterima, baik dari aspek teknis maupun emosional. Oleh sebab itu, pelayanan yang cepat, tepat, dan responsif menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan nasabah di sektor perbankan konvensional.

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Variabel	Koefisien Regresi (B)	Std. Error	t hitung	Sig.	Keterangan
Konstanta	16,765	6,311	2,656	0,011	Signifikan
Kualitas Layanan (X)	0,375	0,047	7,950	0,000	Signifikan

Pada Tabel 2 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah baik pada Bank Syariah Indonesia maupun Bank Rakyat Indonesia. Perbedaan pengaruh kualitas pelayanan antara kedua bank menunjukkan bahwa karakteristik pelayanan bank syariah dan bank konvensional memiliki orientasi yang berbeda. Bank Syariah Indonesia cenderung unggul dalam aspek hubungan emosional, perhatian personal, dan nilai etika pelayanan, sedangkan Bank Rakyat Indonesia lebih menonjol pada aspek stabilitas sistem layanan dan kemudahan transaksi. Perbedaan tersebut memperlihatkan bahwa kepuasan nasabah dipengaruhi tidak hanya oleh kualitas teknis pelayanan, tetapi juga oleh nilai dan pengalaman yang dirasakan nasabah selama menggunakan layanan bank.

Pendapat ini didukung oleh Antonio (2001) yang menyatakan bahwa bank syariah mengintegrasikan nilai moral dan prinsip keadilan dalam praktik pelayanan sehingga menciptakan pengalaman layanan yang berbeda dibandingkan bank konvensional.

Selanjutnya, hasil uji *independent sample t-test* menunjukkan tidak terdapat perbedaan signifikan antara persepsi kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia dan Bank Rakyat Indonesia. Nilai signifikansi sebesar 0,062 yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa perbedaan pengalaman pelayanan yang dirasakan nasabah kedua bank tidak berbeda secara signifikan. Meskipun demikian, nasabah BSI memberikan penilaian lebih tinggi pada dimensi *empathy*, *responsiveness*, dan *compliance*, sedangkan nasabah BRI memberikan penilaian lebih tinggi pada dimensi *reliability* dan *tangibles*. Temuan ini menunjukkan bahwa bank syariah cenderung unggul dalam membangun kedekatan emosional dan pelayanan berbasis nilai, sementara bank konvensional lebih unggul dalam aspek efektivitas sistem dan infrastruktur pelayanan. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian Saleh et al. (2017) yang menemukan bahwa nasabah bank syariah cenderung memiliki persepsi lebih baik terhadap kualitas interaksi pelayanan dibandingkan nasabah bank konvensional.

Tabel 3. Hasil *Independent Sample t-Test* BRI dan BSI

Jenis Bank	N	Mean	Std. Deviation
Bank Rakyat Indonesia (BRI)	50	63,10	10,274
Bank Syariah Indonesia (BSI)	50	66,58	8,026

Uji	Sig.	t hitung	Sig (2-tailed)	Keputusan
<i>Levene's Test</i>	0,041	-	-	Varians tidak homogen
<i>Independent t-Test</i>	-	-1,887	0,062	Tidak terdapat perbedaan signifikan

Pada Tabel 3 menunjukkan adanya tidak terdapat perbedaan signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia dan Bank Rakyat Indonesia. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki posisi yang sangat penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah baik pada Bank Syariah Indonesia maupun Bank Rakyat Indonesia. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa nilai rata-rata kepuasan nasabah BSI sebesar 66,58 lebih tinggi dibandingkan BRI sebesar 63,10. Namun demikian, berdasarkan hasil uji *Independent Sample t-Test* diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,062 yang lebih besar dari 0,05 sehingga tidak terdapat perbedaan signifikan antara tingkat kepuasan nasabah BSI dan BRI. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun secara rata-rata kepuasan nasabah BSI lebih tinggi, perbedaan tersebut tidak cukup kuat secara statistik untuk

menyatakan adanya perbedaan kepuasan nasabah antara kedua bank. Dengan demikian, kualitas pelayanan pada kedua bank dinilai relatif mampu memberikan tingkat kepuasan yang setara kepada nasabah.

Dalam konteks persaingan industri perbankan konvensional, nasabah tidak hanya mempertimbangkan aspek produk dan fasilitas, tetapi juga kualitas interaksi, kenyamanan pelayanan, serta pengalaman emosional selama menggunakan layanan perbankan. Oleh karena itu, bank perlu membangun strategi pelayanan yang tidak hanya berorientasi pada efisiensi operasional, tetapi juga pada peningkatan kualitas hubungan dengan nasabah. Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa Bank Syariah Indonesia memiliki keunggulan pada dimensi *empathy*, *responsiveness*, dan *compliance* yang berkaitan dengan pelayanan personal, kecepatan pelayanan, serta penerapan prinsip syariah dalam aktivitas operasional. Sementara itu, Bank Rakyat Indonesia menunjukkan keunggulan pada aspek *reliability* dan *tangibles* yang berkaitan dengan stabilitas sistem layanan, fasilitas operasional, dan kemudahan transaksi bagi nasabah.

Hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa Bank Syariah Indonesia perlu mempertahankan kualitas pelayanan berbasis nilai dan hubungan emosional dengan nasabah serta meningkatkan inovasi layanan digital agar mampu bersaing secara lebih luas. Di sisi lain, Bank Rakyat Indonesia perlu memperkuat kualitas interaksi pelayanan sehingga tidak hanya unggul pada aspek teknis operasional, tetapi juga pada pengalaman emosional nasabah. Dengan demikian, kualitas pelayanan dapat menjadi instrumen utama dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah di tengah persaingan industri perbankan yang semakin kompetitif.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah serta membandingkan tingkat kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) dan Bank Rakyat Indonesia (BRI) di Kota Samarinda. Berdasarkan hasil penelitian, kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada kedua lembaga perbankan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan menjadi faktor utama dalam membentuk persepsi, kenyamanan, dan loyalitas nasabah terhadap layanan perbankan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah yang dihasilkan. Kondisi ini memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya menjadi pendukung operasional perbankan, tetapi juga menjadi instrumen strategis dalam mempertahankan daya saing industri jasa keuangan.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa terdapat perbedaan nilai rata-rata kepuasan nasabah antara Bank Syariah Indonesia dan Bank Rakyat Indonesia. Bank Syariah Indonesia memperoleh nilai rata-rata kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan Bank Rakyat Indonesia. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelayanan berbasis nilai, pendekatan personal, serta penerapan prinsip syariah mampu membentuk pengalaman pelayanan yang lebih positif bagi nasabah. Dimensi *empathy*, *responsiveness*, dan *compliance* menjadi aspek yang paling dominan dalam meningkatkan kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia. Sementara itu, Bank Rakyat Indonesia menunjukkan keunggulan pada dimensi *reliability* dan *tangibles* yang berkaitan dengan stabilitas sistem layanan, fasilitas operasional, dan kemudahan transaksi. Namun demikian, hasil uji *Independent Sample t-Test* menunjukkan bahwa perbedaan tingkat kepuasan antara kedua bank tidak signifikan secara statistik. Artinya, meskipun terdapat perbedaan rata-rata kepuasan, secara umum kualitas pelayanan kedua bank relatif mampu memberikan tingkat kepuasan yang setara kepada nasabah.

Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa kepuasan nasabah pada industri perbankan konvensional tidak hanya dipengaruhi oleh aspek teknis pelayanan, tetapi juga oleh kualitas hubungan emosional, kenyamanan interaksi, dan pengalaman layanan secara menyeluruh. Nasabah saat ini tidak hanya menilai kecepatan dan ketepatan layanan, tetapi juga perhatian personal, keramahan pegawai, serta kemampuan bank dalam memahami kebutuhan nasabah. Oleh karena itu, kualitas pelayanan perlu dipahami sebagai kombinasi antara kualitas fungsional dan kualitas emosional dalam menciptakan pengalaman layanan yang positif. Penelitian ini sekaligus memperkuat teori kualitas pelayanan yang dikemukakan Parasuraman et al.¹¹ (1988) bahwa kepuasan nasabah terbentuk melalui kesesuaian antara harapan dan pelayanan yang diterima pelanggan.

Secara akademik, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian kualitas pelayanan pada sektor perbankan syariah dan konvensional melalui pendekatan komparatif. Penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik sistem perbankan memengaruhi persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan. Bank syariah cenderung unggul dalam membangun hubungan emosional dan pelayanan berbasis nilai, sedangkan bank konvensional memiliki kekuatan pada stabilitas operasional dan fasilitas layanan. Dengan demikian, penelitian ini memperkaya pengembangan ilmu manajemen perbankan dan pemasaran jasa, khususnya terkait strategi peningkatan kepuasan nasabah pada industri jasa keuangan.

Secara praktis, hasil penelitian memberikan implikasi bahwa Bank Syariah Indonesia perlu mempertahankan keunggulan pada dimensi *empathy*, *responsiveness*, dan *compliance* dengan terus meningkatkan inovasi layanan berbasis digital agar mampu menjangkau kebutuhan nasabah yang semakin dinamis. Di sisi lain, Bank Rakyat Indonesia perlu memperkuat kualitas

interaksi pelayanan agar tidak hanya unggul pada aspek teknis operasional, tetapi juga pada kualitas hubungan dengan nasabah. Peningkatan kualitas pelayanan secara berkelanjutan menjadi faktor penting dalam mempertahankan loyalitas nasabah di tengah persaingan industri perbankan yang semakin kompetitif.

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan pada dua lembaga perbankan dan dalam ruang lingkup wilayah tertentu, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasi secara luas pada seluruh sektor perbankan di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan memperluas objek penelitian, menambah jumlah responden, serta mengembangkan variabel lain seperti loyalitas nasabah, kualitas layanan digital, kepercayaan, atau citra perusahaan agar menghasilkan kajian yang lebih komprehensif mengenai perilaku nasabah pada industri perbankan konvensional.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, M. syafi'i. (2001). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Famiyeh, S., Kwarteng, A., & Asante-Darko, D. (2018). Service quality, customer satisfaction and loyalty in automobile maintenance services: Evidence from a developing country. *Journal of Quality in Maintenance Engineering*, 24(3), 262–279. <https://doi.org/10.1108/JQME-10-2016-0056>
- Fida, B. A., Ahmed, U., Al-Balushi, Y., & Singh, D. (2020). Impact of Service Quality on Customer Loyalty and Customer Satisfaction in Islamic Banks in the Sultanate of Oman. *SAGE Open*, 10(2). <https://doi.org/10.1177/2158244020919517>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Islam, R., Ahmed, S., Rahman, M., & Al Asheq, A. (2021). Determinants of service quality and its effect on customer satisfaction and loyalty: an empirical study of private banking sector. *TQM Journal*, 33(6), 1163–1182. <https://doi.org/10.1108/TQM-05-2020-0119>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th edition). Pearson Education.
- Meilani, A., & Sugiarti, D. (2022). Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2501. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6586>
- Othman, A. Q., & Owen, L. (2001). Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banks: A Case Study in Bank Islam Malaysia Berhad. *Journal of Muamalat and Islamic Finance Research*, 1(1), 1–12. <http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:ADOPTING+AND+MEASURING+CUSTOMER+SERVICE+QUALITY+IN+ISLAMIC+BANKS+:+A+Case+Study+of+Bank+>

Islam+Malaysia+Berhad#0

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. In *Journal of Retailing* (Vol. 64, No. 1, pp. 12–40).
- https://www.academia.edu/17155789/SERVQUAL_a_Multiple_Item_Scale_for_Measuring_Consumer_Perceptions_of_Service_Quality
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41.
- <https://doi.org/10.2307/1251430>
- Saleh, M. A., Quazi, A., Keating, B., & Gaur, S. S. (2017). Quality and image of banking services: a comparative study of conventional and Islamic banks. *International Journal of Bank Marketing*, 35(6), 878–902. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2016-0111>
- Salmah, S., Rafidah, R., & Alawiyah, R. (2023). *Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Prabumulih*. 6(10), 362–365.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill - Building Approach* (7th ed.). John Wiley & Sons.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2005). *Service, Quality & Satisfaction*. (March).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008*.
- Wahyuna, S., & Zulhamdi. (2022). Perbedaan Perbankan Syariah Dengan Perbankan Modern. *Al-Hiwalah*, 1(1), 184–196.