



Analisis Statistik Nonparametrik pada Perbedaan Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan Bank Syariah Indonesia dalam Perspektif Demografis

Adil Alfarizi Nst^{1*}, Imsar²

^{1,2} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

Email : adilalfarizinst@gmail.com^{1*}, imsar@uinsu.ac.id²

Alamat : Jl. William Iskandar Ps. V, Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20371

*Penulis Korespondensi

Abstract : *This study investigates the differences in customer satisfaction levels toward the services of Bank Syariah Indonesia by employing a nonparametric statistical approach. Customer satisfaction is a critical benchmark in Islamic banking, as it not only reflects the quality of services but also the extent to which sharia compliance is embedded in financial practices. Given that satisfaction data are generally ordinal and may not fulfill the assumptions of normal distribution, nonparametric methods such as the Kruskal-Wallis and Mann-Whitney tests were selected as the primary analytical tools. This research adopts a qualitative library-based method by reviewing relevant literature, scientific articles, and previous empirical studies to construct a comprehensive understanding of customer satisfaction measurement within Islamic banking. The findings highlight that variations in satisfaction are influenced by multiple factors, including service speed, staff friendliness, accessibility of digital platforms, and clarity of sharia principles applied in daily operations. Results further suggest that demographic characteristics and service usage frequency significantly shape satisfaction differences across customer groups. Theoretically, this study enriches the body of knowledge on the application of nonparametric statistics in Islamic banking research, while practically, it provides actionable insights for Bank Syariah Indonesia in formulating adaptive service strategies. These contributions are expected to assist the bank in strengthening customer loyalty, enhancing competitiveness, and sustaining growth in the dynamic modern banking industry. Theoretically, this study enriches the body of knowledge on the application of nonparametric statistics in Islamic banking research, while practically, it provides actionable insights for Bank Syariah Indonesia in formulating adaptive service strategies. These contributions are expected to assist the bank in strengthening customer loyalty, enhancing competitiveness, and sustaining growth in the dynamic modern banking industry.*

Keywords : *banking services, customer satisfaction, Islamic bank, nonparametric statistics, satisfaction analysis*

Abstrak : Studi ini menyelidiki perbedaan tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan Bank Syariah Indonesia dengan menggunakan pendekatan statistik nonparametrik. Kepuasan nasabah merupakan tolok ukur penting dalam perbankan Islam, karena tidak hanya mencerminkan kualitas layanan tetapi juga sejauh mana kepatuhan syariah tertanam dalam praktik keuangan. Mengingat bahwa data kepuasan umumnya ordinal dan mungkin tidak memenuhi asumsi distribusi normal, metode nonparametrik seperti uji Kruskal-Wallis dan Mann-Whitney dipilih sebagai alat analisis utama. Penelitian ini mengadopsi metode kualitatif berbasis kepustakaan dengan meninjau literatur yang relevan, artikel ilmiah, dan studi empiris sebelumnya untuk membangun pemahaman yang komprehensif tentang pengukuran kepuasan nasabah dalam perbankan Islam. Temuan ini menyoroti bahwa variasi kepuasan dipengaruhi oleh banyak faktor, termasuk kecepatan layanan, keramahan staf, aksesibilitas platform digital, dan kejelasan prinsip-prinsip syariah yang diterapkan dalam operasi sehari-hari. Hasil lebih lanjut menunjukkan bahwa karakteristik demografis dan frekuensi penggunaan layanan secara signifikan membentuk perbedaan kepuasan di antara kelompok nasabah. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya pengetahuan tentang penerapan statistik nonparametrik dalam penelitian perbankan Islam, sementara secara praktis, memberikan wawasan yang dapat ditindaklanjuti bagi Bank Syariah Indonesia dalam merumuskan strategi layanan adaptif. Kontribusi ini diharapkan dapat membantu bank dalam memperkuat loyalitas nasabah, meningkatkan daya saing, dan mempertahankan pertumbuhan dalam industri perbankan modern yang dinamis. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya pengetahuan tentang penerapan statistik nonparametrik dalam penelitian perbankan Islam, sementara secara praktis, memberikan wawasan yang dapat ditindaklanjuti bagi Bank Syariah Indonesia dalam merumuskan strategi layanan adaptif. Kontribusi ini diharapkan dapat membantu

bank dalam memperkuat loyalitas nasabah, meningkatkan daya saing, dan mempertahankan pertumbuhan dalam industri perbankan modern yang dinamis.

Kata kunci : analisis kepuasan, Bank Syariah, layanan perbankan, kepuasan pelanggan, statistik nonparametrik

1. PENDAHULUAN

Perbankan syariah di Indonesia berkembang pesat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap layanan keuangan yang sesuai prinsip syariah. Bank Syariah Indonesia sebagai lembaga hasil merger memiliki peran penting dalam memperkuat kepercayaan publik terhadap sistem perbankan yang berlandaskan syariah. Kepuasan pelanggan menjadi salah satu indikator utama dalam menilai kualitas layanan yang diberikan, karena melalui kepuasan, bank dapat menjaga loyalitas dan meningkatkan daya saing di tengah industri perbankan yang semakin kompetitif. Kepuasan pelanggan dalam konteks bank syariah tidak hanya diukur dari aspek teknis pelayanan, tetapi juga dari kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah yang menjadi dasar keberadaan lembaga tersebut. Dengan demikian, analisis mendalam mengenai kepuasan pelanggan, baik dari perspektif kualitas layanan maupun kesesuaian dengan nilai syariah, perlu dilakukan agar lembaga keuangan syariah mampu memberikan pelayanan optimal yang berkelanjutan. (Sari & Fitriani, 2019)

Perbedaan tingkat kepuasan pelanggan pada layanan bank syariah dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas layanan, kecepatan transaksi, kejelasan informasi, serta inovasi teknologi digital yang semakin menjadi tuntutan. Perbedaan ini penting diteliti karena memberikan gambaran bagaimana strategi pelayanan dapat diarahkan secara tepat pada kelompok pelanggan yang berbeda. Dalam konteks inilah, penggunaan metode statistik nonparametrik dianggap relevan, karena data kepuasan pelanggan biasanya berbentuk ordinal dan tidak selalu memenuhi asumsi normalitas. Analisis nonparametrik memungkinkan peneliti memahami pola perbedaan kepuasan tanpa dibatasi oleh syarat distribusi data, sehingga hasil penelitian lebih akurat dan representatif. Hal ini membantu manajemen bank dalam merancang kebijakan berbasis bukti untuk meningkatkan kualitas pelayanan secara menyeluruh. (Hakim & Pratama, 2020)

Metode nonparametrik, seperti uji Kruskal-Wallis dan Mann-Whitney, banyak digunakan dalam penelitian yang melibatkan data ordinal atau ketika distribusi data tidak diketahui dengan pasti. Pada penelitian tentang kepuasan pelanggan, metode ini dapat memberikan hasil yang lebih sesuai karena tingkat kepuasan diukur dalam kategori tertentu, misalnya sangat puas, puas, cukup puas, kurang puas, dan tidak puas. Dengan menggunakan metode nonparametrik, peneliti dapat mendeteksi perbedaan signifikan antar kelompok

pelanggan berdasarkan variabel demografis maupun jenis layanan yang digunakan. Oleh karena itu, penelitian ini bukan hanya memberikan kontribusi dalam aspek metodologi statistik, tetapi juga dalam konteks praktis, yaitu pengembangan strategi pelayanan berbasis data yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara konsisten. (Putra & Lestari, 2021)

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator kinerja yang sangat diperhatikan dalam industri perbankan. Dalam perspektif pemasaran jasa, kepuasan menjadi kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan yang berkelanjutan. Semakin tinggi tingkat kepuasan, semakin besar kemungkinan pelanggan akan melakukan transaksi berulang, merekomendasikan layanan kepada orang lain, dan tetap setia meskipun ada tawaran dari pesaing. Pada bank syariah, kepuasan pelanggan juga mencerminkan seberapa baik bank menerapkan nilai-nilai syariah dalam operasionalnya. Penelitian yang menitikberatkan pada perbedaan tingkat kepuasan ini akan memberikan wawasan penting tentang aspek layanan yang harus ditingkatkan, sehingga bank dapat menyesuaikan strategi untuk berbagai segmen pelanggan dengan lebih efektif. (Rohman & Wibowo, 2021)

Selain itu, transformasi digital dalam perbankan juga menjadi faktor penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Layanan berbasis teknologi, seperti mobile banking dan internet banking, menjadi kebutuhan utama di era digitalisasi. Pelanggan mengharapkan transaksi yang lebih cepat, mudah diakses, dan aman. Bank Syariah Indonesia telah mengembangkan berbagai inovasi digital untuk menjawab kebutuhan tersebut, namun tingkat penerimaan pelanggan terhadap layanan digital dapat berbeda-beda. Oleh karena itu, analisis perbedaan kepuasan pada aspek layanan digital menjadi relevan, karena dapat menunjukkan apakah inovasi yang dilakukan telah sesuai dengan ekspektasi masyarakat atau masih memerlukan penyempurnaan. (Fadilah & Nuraini, 2022)

Akhirnya, penelitian tentang perbedaan tingkat kepuasan pelanggan pada Bank Syariah Indonesia menggunakan analisis statistik nonparametrik diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya literatur mengenai penerapan metode nonparametrik dalam studi kepuasan pelanggan, khususnya di sektor perbankan syariah. Secara praktis, hasil penelitian dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan strategis bagi manajemen bank untuk meningkatkan kualitas layanan sesuai kebutuhan pelanggan. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan perbedaan yang muncul antar kelompok pelanggan, bank dapat menyusun strategi layanan yang lebih adaptif dan responsif terhadap perubahan kebutuhan masyarakat. (Wulandari & Santoso, 2023)

2. TINJAUAN TEORITIS

Tinjauan teoritis dalam penelitian ini berfokus pada konsep kepuasan pelanggan yang menjadi indikator penting dalam menilai kualitas layanan perbankan syariah. Teori kepuasan pelanggan menjelaskan bahwa kepuasan timbul ketika kinerja layanan yang diterima sesuai atau bahkan melebihi harapan konsumen. Dalam konteks perbankan syariah, kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh kecepatan pelayanan dan keramahan pegawai, tetapi juga oleh kepatuhan bank terhadap prinsip-prinsip syariah yang menjadi ciri khasnya. Statistik nonparametrik digunakan untuk menganalisis data kepuasan karena data bersifat ordinal dan sering kali tidak memenuhi asumsi distribusi normal, sehingga metode ini lebih sesuai dalam mengidentifikasi perbedaan tingkat kepuasan antar kelompok pelanggan.

Teori Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu konsep penting dalam layanan perbankan, di mana kepuasan muncul dari perbandingan antara harapan dengan kenyataan layanan yang diterima. Apabila layanan sesuai atau melebihi ekspektasi, maka nasabah akan merasa puas, sedangkan jika di bawah ekspektasi, akan timbul rasa kecewa. Dalam perbankan syariah, kepuasan juga terkait dengan nilai keagamaan yang melandasi setiap produk dan jasa. Hal ini menjadi kunci keberhasilan Bank Syariah Indonesia dalam mempertahankan nasabahnya. Tingginya tingkat kepuasan pelanggan dapat meningkatkan retensi, loyalitas, bahkan mendorong promosi dari mulut ke mulut yang positif. Oleh karena itu, teori kepuasan pelanggan menjadi kerangka awal penting untuk memahami perilaku nasabah dalam penelitian ini (Siregar, 2020)

Teori Kualitas Layanan (SERVQUAL)

Teori kualitas layanan atau Service Quality (SERVQUAL) digunakan untuk menilai kepuasan pelanggan melalui lima dimensi, yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Model ini banyak digunakan dalam penelitian perbankan syariah untuk menilai bagaimana kualitas layanan memengaruhi kepuasan nasabah. Dalam konteks Bank Syariah Indonesia, penerapan SERVQUAL dapat mengukur sejauh mana layanan bank memenuhi harapan pelanggan dari sisi teknologi, keramahan karyawan, hingga aksesibilitas layanan digital. Model ini membantu menemukan faktor layanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan, sehingga dapat dijadikan dasar perbaikan berkelanjutan (Putri & Rahmawati, 2021)

Teori Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen menjelaskan proses pengambilan keputusan pelanggan dalam memilih produk atau layanan. Faktor psikologis, sosial, budaya, dan religius menjadi bagian yang memengaruhi perilaku tersebut. Dalam konteks perbankan syariah, perilaku konsumen dipengaruhi pula oleh komitmen terhadap prinsip syariah. Hal ini menyebabkan adanya perbedaan kepuasan di antara nasabah dengan motivasi yang berbeda. Teori perilaku konsumen relevan digunakan untuk memahami alasan mengapa segmen tertentu lebih menyukai layanan digital, sedangkan segmen lain lebih memilih interaksi langsung di kantor cabang. Dengan demikian, teori ini menjadi dasar penting dalam menjelaskan perbedaan kepuasan antar kelompok nasabah (Yuliani & Handayani, 2019)

Teori Statistik Nonparametrik

Statistik nonparametrik merupakan metode analisis data yang digunakan ketika data tidak memenuhi asumsi distribusi normal. Dalam penelitian sosial, data seringkali berbentuk ordinal, sehingga uji nonparametrik menjadi solusi tepat. Uji Mann-Whitney, Wilcoxon, atau Kruskal-Wallis memungkinkan peneliti membandingkan perbedaan kepuasan antar kelompok nasabah. Hal ini menjadikan teori statistik nonparametrik sangat relevan digunakan dalam penelitian kepuasan pelanggan di Bank Syariah Indonesia. Kelebihannya adalah fleksibilitas dalam menganalisis data dengan skala Likert dan kemampuannya menangani sampel beragam. Oleh karena itu, teori ini mendasari metode penelitian yang digunakan (Pratama & Hidayat, 2022)

Teori Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan kelanjutan dari kepuasan yang tinggi terhadap suatu layanan. Jika nasabah merasa puas, maka kemungkinan besar mereka akan terus menggunakan produk bank dan merekomendasikannya kepada orang lain. Dalam perbankan syariah, loyalitas tidak hanya terkait layanan, tetapi juga kepercayaan terhadap prinsip syariah. Teori ini sangat relevan untuk menilai implikasi jangka panjang dari kepuasan pelanggan Bank Syariah Indonesia. Analisis tingkat kepuasan melalui statistik nonparametrik dapat mengidentifikasi segmen nasabah dengan potensi loyalitas tinggi. Hal ini penting untuk strategi pengembangan layanan berkelanjutan (Rahman & Sari, 2023)

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif kepustakaan (library research) yang berfokus pada pengumpulan dan analisis literatur terkait kepuasan pelanggan dalam konteks perbankan syariah. Pemilihan metode ini didasarkan pada karakteristik

penelitian yang lebih menekankan pada kajian teoritis dan analisis konseptual daripada pengumpulan data primer. Data yang digunakan berasal dari berbagai sumber seperti jurnal ilmiah, buku, laporan penelitian, serta publikasi akademik yang relevan dengan topik analisis statistik nonparametrik. Kajian kepustakaan dipilih agar penelitian ini dapat menyajikan pemahaman yang komprehensif tentang teori, metode, serta temuan-temuan terdahulu yang membahas kepuasan pelanggan, kualitas layanan perbankan, dan penerapan metode statistik nonparametrik. Pendekatan ini juga memudahkan peneliti untuk mengidentifikasi gap penelitian dan menempatkan studi ini dalam kerangka keilmuan yang lebih luas serta sesuai dengan standar penelitian ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan.

Metode penelitian ini menggunakan analisis data sekunder, yaitu dengan cara menelaah hasil penelitian sebelumnya yang menggunakan statistik nonparametrik dalam mengukur tingkat kepuasan pelanggan. Fokus utama diarahkan pada penerapan uji Kruskal-Wallis dan Mann-Whitney yang umum digunakan untuk menguji perbedaan tingkat kepuasan antar kelompok berdasarkan variabel demografis maupun layanan yang diterima nasabah. Analisis data sekunder ini memberikan peluang untuk menguji kesesuaian teori dengan praktik yang sudah dilakukan dalam penelitian-penelitian terdahulu. Dengan memanfaatkan hasil penelitian terdahulu, penelitian ini mampu menyusun kerangka konseptual yang sistematis, mengaitkan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan seperti kualitas pelayanan, akses digital, dan kepatuhan syariah, serta memposisikan penelitian ini sebagai kontribusi akademik yang melengkapi studi-studi sebelumnya dalam ranah perbankan syariah di Indonesia.

Metode penelitian ini dilaksanakan melalui tahapan pengumpulan, seleksi, analisis, dan sintesis literatur yang relevan. Tahap pertama adalah mengidentifikasi literatur dari database nasional maupun internasional yang sesuai dengan topik penelitian. Tahap kedua adalah melakukan seleksi terhadap literatur berdasarkan kriteria relevansi, keterkinian, serta kontribusinya pada penelitian. Tahap ketiga adalah melakukan analisis dengan mengelompokkan temuan penelitian terdahulu terkait kepuasan pelanggan dan penerapan statistik nonparametrik. Selanjutnya, tahap keempat adalah menyintesis informasi untuk menghasilkan gambaran yang jelas mengenai pola, persamaan, dan perbedaan temuan yang telah ada. Hasil sintesis ini kemudian digunakan sebagai dasar dalam menarik kesimpulan teoritis dan memberikan rekomendasi praktis. Dengan demikian, metode kepustakaan ini bukan hanya bersifat deskriptif, tetapi juga analitis dan kritis dalam menguraikan isu-isu yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan pada Bank Syariah Indonesia.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan adanya variasi tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan Bank Syariah Indonesia. Faktor-faktor yang paling berpengaruh meliputi kualitas pelayanan karyawan, kecepatan proses transaksi, serta kenyamanan penggunaan layanan digital. Penggunaan uji nonparametrik Kruskal-Wallis dan Mann-Whitney membuktikan bahwa terdapat perbedaan signifikan antara kelompok pelanggan berdasarkan usia dan frekuensi penggunaan layanan perbankan syariah. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik demografis berperan penting dalam memengaruhi persepsi terhadap kualitas layanan.

Lebih lanjut, analisis literatur menegaskan bahwa kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh sejauh mana bank mampu menerapkan nilai-nilai syariah dalam setiap layanannya. Aspek kepatuhan syariah menjadi faktor pembeda yang memperkuat loyalitas pelanggan terhadap Bank Syariah Indonesia dibandingkan bank konvensional. Temuan ini memperlihatkan bahwa bank syariah tidak cukup hanya fokus pada aspek teknis pelayanan, tetapi juga harus memperhatikan dimensi spiritual dan etika bisnis syariah sebagai nilai tambah. Dengan demikian, penerapan metode statistik nonparametrik membantu memperjelas perbedaan tingkat kepuasan sekaligus memberikan rekomendasi untuk perbaikan layanan yang lebih komprehensif.

Tabel 1. Tingkat Kepuasan Berdasarkan Kecepatan Layanan.

No	Kategori Kepuasan	Indikator	Keterangan
1	Sangat Puas	Pelayanan teller cepat	Layanan lebih responsif
2	Puas	Pelayanan antrian tertib	Waktu tunggu relatif singkat
3	Cukup Puas	Proses administrasi moderat	Masih ada kendala teknis
4	Kurang Puas	Pelayanan lambat	Antrian panjang
5	Tidak Puas	Proses sangat lama	Mengganggu kepuasan nasabah

Penjelasan:

Hasil analisis literatur menunjukkan bahwa kecepatan layanan merupakan faktor dominan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Bank Syariah Indonesia. Pelanggan yang mendapatkan pelayanan cepat dan responsif umumnya menilai kepuasan mereka pada kategori sangat puas atau puas. Sebaliknya, ketika terjadi keterlambatan dalam pelayanan teller maupun

proses administrasi, tingkat kepuasan cenderung menurun dan bahkan masuk pada kategori kurang puas. Hal ini sejalan dengan teori kualitas layanan yang menyatakan bahwa kecepatan menjadi elemen inti dalam persepsi kualitas.

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa bank perlu meningkatkan efisiensi operasional agar mampu mengurangi waktu tunggu nasabah. Implementasi teknologi digital dan optimalisasi sistem antrian dapat menjadi solusi dalam mempercepat pelayanan. Dengan adanya peningkatan kecepatan, kepuasan pelanggan dapat lebih stabil dan konsisten, serta mendukung loyalitas jangka panjang.

Tabel 2. Kepuasan Berdasarkan Keramahan Pegawai.

No	Kategori Kepuasan	Indikator	Keterangan
1	Sangat Puas	Pegawai ramah & komunikatif	Hubungan harmonis
2	Puas	Pegawai sopan santun	Menambah kenyamanan
3	Cukup Puas	Sikap standar	Tidak terlalu menonjol
4	Kurang Puas	Pegawai kaku	Mengurangi kenyamanan
5	Tidak Puas	Pelayanan kurang ramah	Timbul keluhan

Penjelasan:

Keramahan pegawai menjadi faktor emosional yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Pelanggan yang dilayani dengan ramah merasa lebih dihargai, sehingga menumbuhkan rasa percaya dan nyaman terhadap bank. Penelitian-penelitian terdahulu menegaskan bahwa sikap sopan dan komunikasi positif dari pegawai memberikan nilai tambah dalam interaksi layanan.

Namun, dalam beberapa kasus ditemukan bahwa sikap pegawai yang kaku atau tidak ramah justru mengurangi kepuasan pelanggan, meskipun layanan teknis berjalan lancar. Oleh karena itu, pelatihan soft skill dan etika pelayanan menjadi strategi penting bagi Bank Syariah Indonesia. Dengan memperbaiki aspek interpersonal ini, bank dapat meningkatkan citra pelayanan berbasis syariah yang menekankan kejujuran, keramahan, dan tanggung jawab.

Tabel 3. Kepuasan Berdasarkan Akses Digital.

No	Kategori Kepuasan	Indikator	Keterangan
1	Sangat Puas	Aplikasi mudah digunakan	Akses cepat & efisien
2	Puas	Fitur memadai	Mendukung transaksi harian

3	Cukup Puas	Aplikasi terkadang error	Menghambat transaksi
4	Kurang Puas	Fitur terbatas	Tidak semua kebutuhan terpenuhi
5	Tidak Puas	Aplikasi sering gangguan	Nasabah kesulitan transaksi

Penjelasan:

Pemanfaatan layanan digital menjadi salah satu indikator penting dalam mengukur kepuasan nasabah di era modern. Aplikasi perbankan yang stabil, mudah digunakan, dan dilengkapi fitur memadai akan meningkatkan kepuasan serta meminimalisir keluhan. Literatur terkini menggarisbawahi bahwa digitalisasi layanan menjadi strategi utama dalam persaingan perbankan.

Sebaliknya, ketika aplikasi sering mengalami error atau memiliki keterbatasan fitur, kepuasan nasabah akan menurun. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan infrastruktur digital menjadi kebutuhan mendesak. Dengan inovasi digital yang berkelanjutan, Bank Syariah Indonesia dapat meningkatkan kepuasan, memperluas jangkauan layanan, dan menjaga daya saing dengan bank konvensional maupun fintech.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan ini menunjukkan bahwa analisis statistik nonparametrik dapat menjadi pendekatan yang tepat dalam mengkaji perbedaan tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan Bank Syariah Indonesia. Hasil penelitian menegaskan bahwa faktor kualitas layanan, kepercayaan terhadap prinsip syariah, dan inovasi digital memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk persepsi pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa layanan berbasis syariah tidak hanya diukur dari aspek religius, tetapi juga dari kemampuan bank memberikan kenyamanan, kecepatan, serta keandalan layanan. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa kombinasi antara kepatuhan pada prinsip syariah dan peningkatan kualitas layanan menjadi kunci dalam menjaga dan meningkatkan kepuasan nasabah di era persaingan industri perbankan yang semakin kompetitif. Kesimpulan ini juga menekankan pentingnya strategi perbankan syariah dalam memperhatikan loyalitas pelanggan melalui peningkatan kualitas produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern. Inovasi digital banking, transparansi dalam pelayanan, serta penguatan hubungan emosional berbasis nilai keislaman menjadi faktor penentu keberhasilan Bank Syariah Indonesia dalam menghadapi tantangan persaingan dengan bank konvensional maupun lembaga keuangan digital lainnya. Oleh karena itu, pengelolaan kepuasan nasabah dengan pendekatan statistik nonparametrik

memberikan gambaran lebih objektif bagi manajemen bank untuk menyusun kebijakan yang adaptif, inovatif, dan tetap selaras dengan prinsip syariah.

REFERENSI

- Aslam, S., & Saleem, M. (2021). The effect of service quality on customer satisfaction in Islamic banking. *Journal of Islamic Banking and Finance*, 8(3), 112–128.
- Bakhtiar, A., & Maulidiana, L. (2020). Islamic banking customer satisfaction: A comparative study of conventional and Islamic banks. *Jurnal Ekonomi Islam*, 11(4), 88–101.
- Fadilah, A., & Nuraini, S. (2022). Digital banking services and customer satisfaction in Islamic banks. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Perbankan*, 5(2), 101–115.
- Hakim, R., & Pratama, D. (2020). Analisis perbedaan kepuasan pelanggan menggunakan pendekatan statistik nonparametrik. *Jurnal Statistika dan Riset Sosial*, 8(1), 55–67.
- Huda, N., & Iqbal, M. (2022). Investigating the role of customer trust in enhancing satisfaction in Islamic banking. *International Journal of Bank Marketing*, 40(7), 1279–1295.
- Irfan, M., & Hasan, Z. (2023). Impact of digital transformation on customer satisfaction in Islamic banks. *Journal of Financial Services Marketing*, 28(1), 43–60.
- Kasim, M., & Arifin, Z. (2021). Customer service and satisfaction in Islamic banking: A conceptual framework. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 10(2), 45–58.
- Noor, M., & Rizki, H. (2023). Factors influencing customer loyalty in Islamic banks in Indonesia. *Journal of Islamic Business and Management*, 6(2), 112–130.
- Pratama, F., & Hidayat, T. (2022). Penerapan uji nonparametrik pada penelitian sosial ekonomi: Studi kasus kepuasan nasabah bank syariah. *Jurnal Aplikasi Statistika*, 12(2), 77–89.
- Putra, A., & Lestari, N. (2021). Penggunaan metode nonparametrik dalam penelitian kepuasan pelanggan bank syariah. *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 9(1), 45–59.
- Putri, M., & Rahmawati, D. (2021). Analisis kualitas layanan (SERVQUAL) terhadap kepuasan nasabah bank syariah. *Jurnal Manajemen dan Perbankan Syariah*, 4(3), 210–225.
- Rahman, Z., & Sari, R. (2023). Loyalitas pelanggan dalam perbankan syariah: Hubungan kepuasan dan kepercayaan terhadap prinsip syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Kontemporer*, 11(1), 12–28.
- Rohman, M., & Wibowo, A. (2021). Analisis kepuasan dan loyalitas pelanggan perbankan syariah. *Jurnal Riset Perbankan dan Keuangan Syariah*, 6(2), 150–165.
- Salim, M., & Taha, F. (2022). The relationship between service quality and customer satisfaction in Islamic banking: Evidence from Indonesia. *Asian Journal of Economics and Banking*, 7(3), 157–174.

- Sari, D., & Fitriani, Y. (2019). Kepuasan pelanggan dan kualitas layanan pada perbankan syariah Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 7(1), 33–47.
- Sharif, R., & Khan, M. A. (2021). Enhancing customer satisfaction in Islamic banking: Role of technological innovation. *International Journal of Islamic Economics*, 12(4), 213–226.
- Siregar, R. (2020). Konsep kepuasan pelanggan dalam industri perbankan syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 5(2), 88–99.
- Syahril, M., & Azhar, R. (2020). Exploring customer satisfaction in the context of Islamic banking products. *Jurnal Pemasaran Bank Syariah*, 5(2), 79–91.
- Taufik, A., & Zaini, H. (2022). Measuring customer satisfaction in Islamic banking: A case study of Bank Syariah Indonesia. *Journal of Islamic Finance Research*, 14(1), 89–102
- Wulandari, L., & Santoso, H. (2023). Analisis strategi peningkatan kepuasan pelanggan di Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Manajemen Strategis*, 13(1), 44–58.
- Yuliani, R., & Handayani, T. (2019). Perilaku konsumen dan implikasinya terhadap kepuasan nasabah bank syariah. *Jurnal Pemasaran Islam*, 3(2), 65–78.