

KUALITAS LAYANAN PERBANKAN SYARIAH BERDASARKAN PERSEPSI PELANGGAN

Yayuk Sri Rahayu
FE UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
yayukfeuinmalang@gmail.com

Abstract

The successful of banks in competition at the global market is largely determined by the company's commitment to providing excellent service for customers. The excellent performance and professional of service quality in serving customers become the dimensions of the customer assessment in deciding to place their funds in Islamic banking. This study aims to determine the quality of Islamic banking services based on customer perceptions. Research was conducted on Islamic banking in Malang. Type of this research is quantitative with deductive approach. A number of samples are 90 respondents selected using accidental sampling method. Samples were Islamic banking customers in Malang. Analysis of data was using *importance performance analysis* (IPA). The result showed that customers perceived services quality of Islamic banking is still 87.70%, so there is a gap of 12.3%. The highest gap of each item occurred on the access to services easily.

Key Words : Service quality, Customer perception, Islamic banking

Abstrak

Keberhasilan bank dalam bersaing di pasar global sangat ditentukan oleh komitmen perusahaan dalam menyediakan pelayanan yang prima (*excellent service*) bagi pelanggan. Tuntutan kualitas kinerja pelayanan yang *excellent* dan profesional dalam melayani nasabah menjadi ukuran penilaian pelanggan dalam memutuskan menempatkan dananya di perbankan syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas layanan perbankan syariah berdasarkan persepsi pelanggan. Penelitian ini dilakukan pada Perbankan syariah di Kota Malang. Jenis penelitian adalah kuantitatif yang yang identik dengan pendekatan deduktif. jumlah sampel yang diambil adalah 90 sampel dengan metode sampling aksidental atau *accidental sampling*. Data dianalisis dengan menggunakan *importance performance analysis* (IPA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan perbankan syariah di Kota Malang yang dirasakan oleh nasabah masih 87,70 % sehingga terdapat kesenjangan (*gap*) sebesar 12,3 %. Kesenjangan tertinggi dari masing-masing item terjadi pada kemudahan akses pelayanan.