Journal of Sharia Economics
Vol. 8, No. 1, Agustus, 2026, pp. 402 –422
p-ISSN: 2655-2493 ; e-ISSN: 2655-2485
Website: http://journal.uaindonesia.ac.id/index.php/JSE

Perbandingan Tingkat Kepuasan Pada Layanan Produk Perbankan Syariah Dengan Perbankan Konvensional (Sudi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah)

Wigia Vanessa[1], Bambang Kurniawan[2], Muthmainnah[3]
[1,2,3] UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, Indonesia

*Corresponding author, email; vanessa15@gmail.com, bambangkurniawan@uinjambi.ac.id, muthmainnah@uinjambi.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:
Received Juni 2025
Revised Juni 2025
Accepted Juni 2025
Available online
http://journal.uaindonesia.ac.id/index.php/JSE

Keywords:
Student Satisfaction; Islamic Banking; Conventional Banking; Service Quality; Banking Products.

Turabian style in citing this article: [citation Heading] Perbandingan Tingkat Kepuasan Pada Layanan Produk Perbankan Syariah Dengan Perbankan Konvensional (Sudi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah) " *Journal of Sharia Economics 8*, No. 1 Agustus: 2026

ABSTRACT

This study aims to analyze and compare the level of satisfaction among students of the Islamic Banking Study Program at UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi toward Islamic and conventional banking product services. The study is motivated by the phenomenon that conventional banks remain more widely used among students despite their academic background in Islamic banking. This research employed a quantitative approach with a comparative design. Data were collected through questionnaires distributed to students from the 2022–2025 cohorts who had experience using both Islamic and conventional banking services. The research variables consisted of Islamic banking product services (X1), conventional banking product services (X2), and student satisfaction (Y). Data were analyzed using validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression, *t*-tests, an *F*-test, and the coefficient of determination. The results show that Islamic banking product services do not have a significant partial effect on student satisfaction, whereas conventional banking product services have a positive and significant effect. Simultaneously, Islamic and conventional banking product services significantly affect student satisfaction, with an R^2 value of 0.098. Comfort, ease of access, transaction speed, digital facilities, security, and information transparency are important factors in shaping student satisfaction. These findings indicate that both Islamic and conventional banks need to continuously improve practical and digital service quality to meet the needs and expectations of young banking customers.

2026 Journal of Sharia Economics with CC BY SA license.

PENDAHALUAN

Perbankan merupakan salah satu sektor jasa keuangan yang memiliki peran strategis dalam mendukung aktivitas ekonomi masyarakat melalui kegiatan penghimpunan dana, penyaluran dana, dan penyediaan berbagai layanan transaksi keuangan. Dalam sistem perbankan Indonesia, masyarakat memiliki alternatif untuk menggunakan layanan perbankan syariah maupun perbankan konvensional. Kedua sistem perbankan tersebut memiliki fungsi intermediasi yang relatif sama, tetapi mempunyai perbedaan mendasar dalam prinsip operasionalnya. Perbankan syariah

menjalankan aktivitas berdasarkan prinsip-prinsip Islam dengan menghindari riba, gharar, dan maysir, sedangkan perbankan konvensional pada umumnya menggunakan mekanisme bunga dalam aktivitas penghimpunan dan penyaluran dana (Sudarsono, 2018; Ismail, 2018). Perbedaan prinsip tersebut menjadikan persaingan antara perbankan syariah dan konvensional tidak hanya berkaitan dengan karakteristik produk, tetapi juga kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah.

Perbankan syariah memiliki karakteristik yang membedakannya dari sistem perbankan konvensional, terutama dalam penerapan prinsip syariah pada setiap aktivitas operasionalnya. Bank syariah tidak hanya berorientasi pada aspek keuntungan, tetapi juga memperhatikan kesesuaian transaksi dengan ketentuan syariah. Produk-produk perbankan syariah menggunakan akad tertentu, seperti *wadiah*, *mudharabah*, dan *murabahah*, yang menjadi dasar hubungan antara bank dengan nasabah (Ascarya, 2017; Antonio, 2016). Kepatuhan terhadap prinsip syariah menjadi salah satu karakteristik utama yang seharusnya memberikan nilai tambah bagi nasabah Muslim. Namun demikian, dalam perkembangan industri perbankan yang semakin kompetitif, kepatuhan syariah saja belum cukup untuk menjamin bahwa nasabah akan memilih dan merasa puas terhadap suatu bank. Bank syariah juga harus mampu menyediakan produk dan layanan yang berkualitas, mudah digunakan, cepat, aman, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Sebaliknya, perbankan konvensional memiliki keunggulan yang berkembang melalui pengalaman panjang dalam menyediakan berbagai produk dan layanan keuangan. Sistem perbankan konvensional menggunakan mekanisme bunga dalam menentukan imbalan atas dana yang dihimpun maupun disalurkan kepada nasabah, serta menyediakan berbagai fasilitas transaksi yang terus mengalami perkembangan mengikuti kebutuhan masyarakat (Ismail, 2018). Dalam persaingan industri jasa keuangan, keunggulan bank konvensional tidak hanya terletak pada produk, tetapi juga pada kemudahan akses, jaringan kantor dan ATM, fasilitas digital, kecepatan transaksi, serta variasi layanan yang tersedia. Kondisi tersebut menyebabkan nasabah memiliki pertimbangan yang semakin kompleks dalam memilih layanan perbankan. Dengan demikian, kemampuan bank dalam memenuhi harapan nasabah menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan daya saingnya.

Salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan layanan perbankan adalah **kepuasan nasabah**. Kepuasan pada dasarnya muncul dari proses evaluasi antara harapan konsumen dengan kinerja produk atau layanan yang diterimanya. Konsumen akan merasa puas ketika kinerja produk atau layanan sesuai atau bahkan melebihi harapan, sedangkan ketidaksesuaian antara harapan dan kinerja dapat menimbulkan ketidakpuasan (Kotler & Keller, 2012). Dalam industri perbankan yang berorientasi pada jasa, kepuasan menjadi semakin penting karena hubungan antara bank dan nasabah sangat bergantung pada kepercayaan, kualitas interaksi, serta pengalaman pelayanan yang diterima. Nasabah yang memperoleh pengalaman positif cenderung mempertahankan hubungan dengan bank dan menggunakan kembali produk atau layanan yang tersedia (Kasmir, 2019).

Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang dapat membentuk kepuasan pengguna jasa perbankan. Kualitas pelayanan dapat dilihat melalui berbagai dimensi, antara lain bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Dalam konteks perbankan, kualitas pelayanan tidak hanya berkaitan dengan kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan secara ramah dan profesional, tetapi juga mencakup kecepatan transaksi, keamanan, kenyamanan, kemudahan prosedur, serta kemampuan bank memenuhi kebutuhan nasabah secara konsisten (Kotler & Keller, 2012; Kasmir, 2019). Oleh karena itu, bank dituntut untuk terus melakukan evaluasi terhadap kualitas pelayanan karena pelayanan yang tidak sesuai dengan ekspektasi nasabah dapat menyebabkan berkurangnya kepercayaan dan mendorong nasabah untuk berpindah ke lembaga perbankan lainnya.

Perkembangan teknologi digital juga telah mengubah ekspektasi masyarakat terhadap layanan perbankan. Nasabah tidak lagi hanya mengharapkan pelayanan melalui kantor cabang, tetapi juga menginginkan kemudahan dalam melakukan transaksi melalui *mobile banking*, *internet banking*, ATM, dan berbagai fasilitas pembayaran digital. Kemudahan penggunaan teknologi memungkinkan nasabah melakukan transaksi secara lebih cepat dan efisien tanpa harus datang langsung ke kantor bank. Dalam konteks mahasiswa sebagai kelompok pengguna layanan digital yang cukup aktif, aspek kemudahan akses, kecepatan, keamanan, dan kenyamanan menjadi semakin penting dalam membentuk pengalaman penggunaan layanan perbankan. Penelitian dalam dokumen ini juga menunjukkan bahwa fasilitas digital dan kemudahan penggunaan menjadi salah satu aspek yang dipertimbangkan mahasiswa dalam menggunakan layanan perbankan (Fasiha et al., 2024).

Fenomena tersebut menjadi menarik apabila dikaji pada mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Secara akademik, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah memperoleh pengetahuan mengenai prinsip, konsep, akad, produk, dan operasional perbankan syariah. Dengan latar belakang tersebut, secara teoritis mahasiswa memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai karakteristik perbankan syariah dibandingkan masyarakat umum. Namun, hasil observasi awal yang terdapat dalam penelitian menunjukkan bahwa pemahaman tersebut tidak secara otomatis menjadikan bank syariah sebagai pilihan utama. Berdasarkan data awal, sebanyak **56,3% mahasiswa menggunakan bank konvensional, 42,3% menggunakan bank syariah, dan 1,4% menggunakan pilihan lainnya**. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara latar belakang pendidikan mahasiswa dengan preferensi penggunaan layanan perbankan mereka.

Dominasi penggunaan bank konvensional tersebut menunjukkan bahwa keputusan mahasiswa dalam menggunakan layanan perbankan tidak hanya ditentukan oleh pertimbangan ideologis atau kesesuaian dengan prinsip syariah. Faktor-faktor praktis seperti kemudahan akses, biaya administrasi, luasnya jaringan ATM, kelengkapan fasilitas digital, kecepatan transaksi, serta kebiasaan menggunakan bank tertentu juga menjadi pertimbangan penting. Sebagian mahasiswa memilih bank syariah karena mempertimbangkan kesesuaian dengan prinsip Islam, khususnya dalam menghindari riba dan menggunakan mekanisme

transaksi berdasarkan akad syariah. Di sisi lain, sebagian mahasiswa tetap menggunakan bank konvensional karena menilai layanan tersebut lebih mudah diakses, memiliki jaringan yang lebih luas, dan mampu memenuhi kebutuhan transaksi secara praktis.

Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa **kepuasan mahasiswa terhadap layanan perbankan merupakan fenomena multidimensional**. Kepuasan tidak hanya ditentukan oleh karakteristik produk atau kesesuaian dengan prinsip syariah, tetapi juga oleh kualitas pengalaman yang diperoleh selama menggunakan layanan. Mahasiswa dapat memiliki pemahaman yang baik mengenai keunggulan normatif perbankan syariah, tetapi pada saat yang sama tetap mempertimbangkan faktor rasional seperti biaya, kemudahan, kecepatan, fasilitas digital, keamanan, dan aksesibilitas. Dengan demikian, membandingkan tingkat kepuasan mahasiswa terhadap layanan perbankan syariah dan konvensional menjadi penting untuk mengetahui apakah keunggulan prinsip syariah telah diikuti oleh kualitas layanan yang mampu memenuhi harapan pengguna.

Penelitian ini memiliki relevansi yang semakin kuat karena mahasiswa merupakan kelompok nasabah muda yang relatif adaptif terhadap perkembangan teknologi dan memiliki tuntutan tinggi terhadap efisiensi layanan. Aktivitas mahasiswa dalam menggunakan layanan perbankan mencakup tabungan, transfer, pembayaran, transaksi digital, dan berbagai kebutuhan keuangan lainnya. Dalam penelitian ini, populasi mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi dari angkatan 2022–2025 berjumlah **287 mahasiswa**, sedangkan responden penelitian merupakan mahasiswa yang memiliki pengalaman menggunakan layanan perbankan syariah dan konvensional. Kondisi tersebut memberikan ruang untuk menguji secara empiris apakah kualitas layanan produk perbankan syariah dan konvensional memiliki pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa.

Sejumlah penelitian mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan telah berkembang dalam kajian perbankan. Namun, kajian yang secara spesifik membandingkan kepuasan mahasiswa yang berasal dari Program Studi Perbankan Syariah terhadap dua sistem perbankan memiliki nilai penting karena kelompok tersebut memiliki karakteristik pengetahuan yang berbeda dari nasabah pada umumnya. Mahasiswa tidak hanya bertindak sebagai konsumen layanan perbankan, tetapi juga sebagai individu yang mempelajari teori dan praktik perbankan syariah. Oleh karena itu, pengalaman mereka dalam menggunakan layanan perbankan syariah dan konvensional dapat memberikan gambaran mengenai sejauh mana kualitas layanan, prinsip syariah, fasilitas digital, kemudahan akses, keamanan, dan kenyamanan berkontribusi terhadap kepuasan pengguna.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini diarahkan untuk menganalisis perbandingan tingkat kepuasan pada layanan produk perbankan syariah dengan perbankan konvensional pada mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Penelitian ini secara khusus menganalisis pengaruh layanan produk perbankan syariah terhadap kepuasan mahasiswa, pengaruh layanan

produk perbankan konvensional terhadap kepuasan mahasiswa, serta pengaruh kedua jenis layanan tersebut secara bersama-sama terhadap tingkat kepuasan mahasiswa. Rumusan tersebut sejalan dengan fokus penelitian yang membatasi objek pada mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi yang menggunakan layanan perbankan syariah maupun konvensional.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi pengembangan kajian mengenai kepuasan pengguna jasa perbankan dalam konteks *dual banking system* di Indonesia. Secara teoritis, penelitian ini dapat memperkaya pembahasan mengenai hubungan antara kualitas layanan produk dan kepuasan pengguna, khususnya pada kelompok mahasiswa yang memiliki pengetahuan mengenai perbankan syariah. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi bahan evaluasi bagi perbankan syariah dalam meningkatkan kualitas layanan, terutama pada aspek kemudahan akses, fasilitas digital, kecepatan transaksi, transparansi informasi, keamanan, dan kesesuaian dengan prinsip syariah. Pada saat yang sama, hasil penelitian juga dapat menjadi masukan bagi perbankan konvensional untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan sesuai dengan kebutuhan nasabah muda.

KAJIAN TEORI

Teori Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan konsep fundamental dalam pemasaran jasa karena menggambarkan evaluasi pengguna setelah membandingkan harapan sebelum menerima suatu produk atau layanan dengan kinerja yang dirasakan setelah menggunakannya. Kotler dan Keller (2012) menjelaskan bahwa kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah konsumen membandingkan kinerja produk atau jasa yang dirasakan dengan ekspektasinya. Apabila kinerja yang diterima sesuai atau melebihi harapan, konsumen akan mengalami kepuasan, sedangkan kinerja yang berada di bawah harapan akan menimbulkan ketidakpuasan. Dengan demikian, kepuasan tidak hanya ditentukan oleh karakteristik produk, tetapi juga oleh pengalaman konsumen selama memperoleh dan menggunakan layanan.

Dalam konteks perbankan, kepuasan nasabah menjadi indikator penting karena produk utama bank pada dasarnya merupakan produk jasa yang sangat bergantung pada kualitas interaksi dan pengalaman pengguna. Kasmir (2019) menjelaskan bahwa kepuasan nasabah berkaitan erat dengan kualitas pelayanan yang diterima, termasuk kecepatan pelayanan, waktu tunggu, kenyamanan, dan kemampuan petugas memenuhi kebutuhan nasabah. Nasabah yang memperoleh pelayanan sesuai dengan harapannya cenderung memiliki persepsi positif terhadap bank dan mempertahankan hubungan dengan bank tersebut.

Dalam penelitian ini, teori kepuasan pelanggan digunakan untuk menjelaskan **tingkat** kepuasan mahasiswa sebagai pengguna layanan perbankan syariah dan

konvensional. Kepuasan mahasiswa dipandang sebagai hasil evaluasi atas pengalaman mereka ketika menggunakan produk dan layanan perbankan. Oleh karena itu, semakin baik persepsi mahasiswa terhadap kualitas layanan yang diterima, semakin besar kemungkinan munculnya kepuasan terhadap bank yang digunakan.

Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan kemampuan suatu organisasi dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pengguna. Dalam industri jasa, kualitas layanan menjadi faktor strategis karena jasa bersifat tidak berwujud dan kualitasnya banyak dinilai berdasarkan pengalaman pengguna. Kotler dan Keller (2012) menempatkan kualitas pelayanan sebagai salah satu faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Dalam perspektif kualitas layanan, terdapat lima dimensi utama, yaitu tangibles**,** reliability**,** responsiveness**,** assurance**, dan** empathy**.**

Tangibles berkaitan dengan kondisi fisik dan fasilitas yang digunakan dalam memberikan pelayanan; *reliability* berkaitan dengan kemampuan memberikan layanan secara akurat dan konsisten; *responsiveness* menunjukkan kesediaan dan kecepatan dalam membantu pengguna; *assurance* berkaitan dengan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan kemampuan memberikan rasa aman; sedangkan *empathy* berkaitan dengan perhatian personal kepada pengguna. Kelima dimensi tersebut relevan dalam industri perbankan karena nasabah berinteraksi dengan bank melalui fasilitas fisik maupun digital serta melalui petugas pelayanan.

Kajian empiris dalam perbankan syariah juga menunjukkan pentingnya kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Mundir (2016), misalnya, menggunakan dimensi *tangibles, reliability, responsiveness, assurance,* dan *empathy* untuk menjelaskan kualitas layanan dalam hubungannya dengan kepuasan nasabah bank syariah. (Jurnal STAIAT Tahdzib) Penelitian Wijaya et al. (2017) mengembangkan pengukuran kualitas layanan perbankan melalui konsep *Banking Service Quality* yang mencakup *effectiveness and assurance, access, price, service portfolio, reliability,* dan *tangible*, kemudian menambahkan dimensi *sharia compliance* dalam konteks perbankan syariah. (Jurnal IPB)

Dengan demikian, kualitas layanan dalam penelitian ini tidak hanya dipahami sebagai kemampuan bank memberikan pelayanan secara profesional, tetapi juga mencakup kemudahan akses, kualitas fasilitas digital, keamanan, transparansi, kecepatan, kenyamanan, dan kesesuaian layanan dengan kebutuhan mahasiswa. Aspek-aspek tersebut memang menjadi bagian dari indikator yang digunakan dalam penelitian pada mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Layanan Produk Perbankan Syariah

Perbankan syariah merupakan sistem perbankan yang menjalankan kegiatan operasional berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam. Antonio (2016) menjelaskan

bahwa bank syariah merupakan lembaga keuangan yang kegiatan operasional dan produknya dikembangkan berdasarkan Al-Qur'an dan Hadis serta menghindari praktik yang bertentangan dengan prinsip syariah. Salah satu karakteristik utamanya adalah larangan riba, gharar, dan maysir serta penerapan akad yang sesuai dengan ketentuan syariah.

Produk perbankan syariah secara umum dapat dikelompokkan ke dalam produk penghimpunan dana, penyaluran dana, dan jasa perbankan. Pada produk penghimpunan dana, bank syariah menggunakan akad seperti *wadiah* dan *mudharabah*. Tabungan *wadiah* didasarkan pada prinsip titipan, sedangkan tabungan *mudharabah* menggunakan mekanisme bagi hasil berdasarkan nisbah yang disepakati. Dalam penyaluran dana, bank syariah menggunakan berbagai akad pembiayaan, salah satunya *murabahah*, yaitu akad jual beli dengan penetapan margin keuntungan yang disepakati antara pihak bank dan nasabah.

Karakteristik tersebut memberikan nilai pembeda antara produk perbankan syariah dan konvensional. Namun, produk yang sesuai dengan prinsip syariah belum tentu secara otomatis menghasilkan kepuasan pengguna. Nasabah tetap mengevaluasi kualitas produk berdasarkan kemudahan penggunaan, kecepatan pelayanan, keamanan, biaya, fasilitas, dan kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhan. Dalam konteks mahasiswa, kesesuaian dengan prinsip Islam dapat menjadi pertimbangan penting, tetapi keputusan penggunaan layanan juga dipengaruhi oleh faktor praktis seperti kemudahan akses, fasilitas digital, dan jaringan pelayanan. Hal tersebut tercermin dalam penelitian yang menjadi dasar artikel ini, bahwa sebagian mahasiswa memilih bank syariah karena kesesuaian dengan prinsip Islam, sedangkan sebagian lainnya tetap memilih bank konvensional karena faktor kemudahan dan kelengkapan layanan.

Kajian mutakhir juga memperlihatkan bahwa kepuasan nasabah bank syariah dipengaruhi oleh sejumlah faktor yang saling berkaitan, terutama kualitas pelayanan, kualitas produk, fasilitas, keamanan, kepercayaan, dan penerapan nilai-nilai syariah (Kholifah et al., 2025). (Jurnal SEBI) Dengan demikian, dalam penelitian ini **layanan produk perbankan syariah (X1)** dipahami sebagai persepsi mahasiswa terhadap kualitas produk dan layanan yang disediakan bank syariah berdasarkan aspek manfaat, kemudahan, kualitas pelayanan, keamanan, fasilitas digital, transparansi, serta kesesuaiannya dengan prinsip syariah.

Layanan Produk Perbankan Konvensional

Perbankan konvensional merupakan lembaga perbankan yang dalam kegiatan operasionalnya menggunakan mekanisme bunga sebagai salah satu instrumen dalam penghimpunan dan penyaluran dana. Ismail (2018) menjelaskan bahwa bank konvensional menggunakan suku bunga dalam menentukan harga atas dana yang dihimpun maupun dana yang disalurkan kepada nasabah. Selain bunga, bank juga

memperoleh pendapatan dari berbagai biaya atas layanan yang diberikan kepada nasabah.

Meskipun memiliki perbedaan prinsip dengan bank syariah, bank konvensional memiliki sejumlah kesamaan dalam memberikan layanan kepada masyarakat, seperti fasilitas tabungan, transfer, pembayaran, penggunaan teknologi informasi, dan layanan administrasi. Perbedaan utama terletak pada landasan hukum, mekanisme transaksi, struktur kelembagaan, dan sistem operasional yang digunakan (Sudarsono, 2018).

Dalam konteks penelitian ini, layanan produk perbankan konvensional dipahami berdasarkan pengalaman mahasiswa dalam menggunakan produk dan layanan bank konvensional. Aspek yang menjadi perhatian meliputi kualitas pelayanan, kemudahan akses, kecepatan transaksi, fasilitas digital, keamanan, transparansi biaya, dan kenyamanan. Hal tersebut relevan dengan fenomena penelitian karena mahasiswa yang menggunakan bank konvensional cenderung mempertimbangkan faktor praktis, seperti jaringan ATM yang lebih luas, fasilitas digital, kemudahan akses, serta kebiasaan penggunaan.

Oleh karena itu, **layanan produk perbankan konvensional (X2)** dalam penelitian ini diposisikan sebagai variabel independen yang diduga dapat memengaruhi kepuasan mahasiswa. Semakin baik persepsi mahasiswa terhadap kualitas layanan dan produk yang diberikan oleh bank konvensional, semakin besar kemungkinan layanan tersebut mampu memenuhi harapan dan menghasilkan kepuasan.

Layanan Perbankan dan Kepuasan Mahasiswa

Hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan dapat dijelaskan melalui paradigma *expectation–performance*. Pengguna terlebih dahulu memiliki harapan terhadap layanan yang akan diterima, kemudian membandingkannya dengan pengalaman aktual setelah menggunakan layanan tersebut. Apabila kinerja layanan dipersepsikan sesuai atau lebih baik daripada harapan, maka kepuasan akan meningkat. Sebaliknya, apabila kinerja berada di bawah harapan, maka ketidakpuasan dapat muncul (Kotler & Keller, 2012).

Dalam sektor perbankan, hubungan tersebut semakin kompleks karena nasabah berinteraksi dengan bank secara berulang dan melalui berbagai saluran layanan. Kepuasan tidak hanya dibentuk oleh kualitas produk, tetapi juga oleh pengalaman pelayanan secara keseluruhan. Penelitian mengenai bank syariah menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu instrumen penting dalam membangun kepuasan dan loyalitas nasabah (Wijaya et al., 2017). (Jurnal IPB) Penelitian lain juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang mencakup *tangibles, reliability, responsiveness, assurance,* dan *empathy* memiliki keterkaitan dengan kepuasan nasabah bank syariah (Nasfi et al., 2020). (e-Journal UIN Bukittinggi)

Pada mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, hubungan tersebut menjadi menarik karena mahasiswa memiliki pengetahuan mengenai kedua sistem perbankan. Di satu sisi, perbankan syariah menawarkan keunggulan berupa kesesuaian dengan prinsip Islam, sedangkan di sisi lain perbankan konvensional dipersepsikan memiliki keunggulan tertentu dalam hal aksesibilitas, jaringan, fasilitas, dan kemudahan penggunaan. Data awal penelitian menunjukkan bahwa 56,3% mahasiswa menggunakan bank konvensional dan 42,3% menggunakan bank syariah. Fenomena ini menunjukkan bahwa pilihan mahasiswa tidak semata-mata ditentukan oleh pemahaman mengenai prinsip syariah, tetapi juga oleh evaluasi terhadap pengalaman layanan.

Perbandingan Kepuasan pada Perbankan Syariah dan Konvensional

Perbandingan kepuasan antara layanan perbankan syariah dan konvensional dapat digunakan untuk melihat sejauh mana kedua sistem perbankan mampu memenuhi harapan pengguna. Perbandingan tersebut tidak dimaksudkan untuk menentukan sistem perbankan yang secara absolut lebih baik, tetapi untuk mengetahui bagaimana pengguna menilai pengalaman layanan yang diterimanya dari masing-masing sistem.

Dalam konteks mahasiswa perbankan syariah, perbandingan menjadi penting karena terdapat kemungkinan perbedaan antara **nilai normatif** dan **pengalaman praktis**. Nilai normatif berkaitan dengan kesesuaian layanan dengan prinsip Islam, sedangkan pengalaman praktis berkaitan dengan kemudahan, kecepatan, keamanan, fasilitas, biaya, dan kenyamanan. Dokumen penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memilih bank syariah karena pertimbangan prinsip Islam, tetapi sebagian mahasiswa tetap menggunakan bank konvensional karena kemudahan akses, jaringan ATM, fasilitas digital, dan kebiasaan penggunaan.

Oleh sebab itu, perbandingan tingkat kepuasan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai posisi kedua sistem perbankan dalam perspektif pengguna muda. Kajian tersebut juga relevan bagi pengembangan perbankan syariah karena keberhasilan industri tidak hanya bergantung pada peningkatan literasi dan kesadaran syariah, tetapi juga pada kemampuan menyediakan layanan yang kompetitif. Penelitian terbaru mengenai kepuasan nasabah bank syariah menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, fasilitas, keamanan, kepercayaan, dan nilai syariah merupakan faktor yang banyak muncul dalam literatur kepuasan nasabah (Kholifah et al., 2025). (Jurnal SEBI)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain komparatif**.** Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan memperoleh gambaran yang objektif dan terukur mengenai pengaruh layanan produk perbankan syariah dan perbankan konvensional terhadap tingkat kepuasan mahasiswa, sekaligus membandingkan kepuasan mahasiswa terhadap kedua jenis layanan tersebut.

Penelitian dilakukan secara *field research* dengan metode survei, sedangkan pengumpulan data primer dilakukan melalui kuesioner yang disebarkan secara daring menggunakan Google Form. Desain tersebut sesuai dengan karakteristik penelitian yang menempatkan layanan produk perbankan syariah (X1), layanan produk perbankan konvensional (X2), dan tingkat kepuasan mahasiswa (Y) sebagai variabel penelitian.

Penelitian dilaksanakan pada mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi**,** dengan fokus pada mahasiswa angkatan 2022–2025 yang telah atau sedang menggunakan layanan perbankan syariah dan perbankan konvensional. Populasi penelitian berjumlah 287 mahasiswa. Sampel ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria responden memiliki pengalaman menggunakan layanan perbankan syariah dan perbankan konvensional. Berdasarkan perhitungan jumlah sampel dengan tingkat kesalahan sebesar 9%, diperoleh 86,3 responden yang kemudian dibulatkan menjadi 86 mahasiswa. Distribusi sampel selanjutnya dilakukan secara proporsional pada masing-masing angkatan agar keterwakilan mahasiswa dari setiap angkatan tetap terjaga.

Data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui kuesioner yang mengukur persepsi mahasiswa terhadap layanan produk perbankan syariah, layanan produk perbankan konvensional, dan tingkat kepuasan mereka. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima tingkat, mulai dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju, sehingga setiap jawaban responden dapat dikonversi menjadi data numerik untuk kepentingan analisis statistik. Indikator layanan yang dikaji mencakup kualitas pelayanan, kemudahan akses, fasilitas digital, transparansi biaya atau informasi, keamanan transaksi, dan kenyamanan penggunaan layanan. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari buku, artikel jurnal, literatur ilmiah, serta sumber resmi yang relevan dengan perbankan syariah, perbankan konvensional, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan.

Sebelum dilakukan analisis utama, instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kualitas alat ukur. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* dengan membandingkan nilai *r* hitung dengan *r* tabel pada tingkat signifikansi 5%. Item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai *r* hitung lebih besar daripada *r* tabel. Selanjutnya, uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi instrumen dalam mengukur variabel penelitian. Setelah instrumen dinyatakan layak, data dianalisis menggunakan **uji asumsi klasik**, yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Tahapan tersebut dilakukan sebelum pengujian model regresi agar model yang digunakan memenuhi persyaratan analisis statistik.

Analisis data selanjutnya menggunakan **regresi linear berganda** untuk menguji pengaruh layanan produk perbankan syariah dan layanan produk perbankan

konvensional terhadap tingkat kepuasan mahasiswa. Model regresi dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan: **Y** merupakan tingkat kepuasan mahasiswa, **α** merupakan konstanta, β_1 **dan** β_2 merupakan koefisien regresi, X_1 merupakan layanan produk perbankan syariah, X_2 merupakan layanan produk perbankan konvensional, dan **e** merupakan *error term*. Pengujian hipotesis dilakukan melalui **uji t (parsial)** untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap kepuasan mahasiswa dan **uji F (simultan)** untuk mengetahui pengaruh kedua variabel independen secara bersama-sama. Pengambilan keputusan dilakukan pada tingkat signifikansi 5% (α = 0,05); apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka pengaruh dinyatakan signifikan. Selanjutnya, **koefisien determinasi (R^2)** digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel layanan perbankan syariah dan konvensional dalam menjelaskan variasi tingkat kepuasan mahasiswa.

Untuk menjawab aspek komparatif penelitian, analisis juga diarahkan pada **perbandingan tingkat kepuasan mahasiswa terhadap layanan produk perbankan syariah dan perbankan konvensional**. Perbandingan tersebut didasarkan pada pengalaman responden dalam menggunakan kedua jenis layanan perbankan, sehingga penilaian tidak hanya didasarkan pada persepsi normatif mengenai sistem syariah atau konvensional, tetapi pada pengalaman aktual mahasiswa sebagai pengguna layanan. Fokus perbandingan meliputi kualitas pelayanan, kemudahan akses, fasilitas digital, transparansi, keamanan, dan kenyamanan. Pendekatan ini sesuai dengan tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh masing-masing layanan sekaligus melihat perbedaan tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kedua sistem perbankan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi yang menggunakan atau memiliki pengalaman menggunakan layanan perbankan syariah dan perbankan konvensional. Objek penelitian dipilih karena mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah memiliki pengetahuan akademik mengenai prinsip, produk, dan mekanisme operasional kedua sistem perbankan, sekaligus memiliki pengalaman sebagai pengguna layanan perbankan. Penelitian difokuskan pada mahasiswa angkatan 2022–2025 dengan jumlah populasi sebanyak 287 mahasiswa. Berdasarkan teknik pengambilan sampel yang digunakan, diperoleh 86 responden sebagai sampel penelitian.

Karakteristik responden menunjukkan bahwa penelitian melibatkan 67 responden yang datanya tercantum dalam distribusi jenis kelamin, terdiri atas 41 mahasiswa perempuan (62,1%) dan 26 mahasiswa laki-laki (39,4%). Namun, terdapat

ketidakkonsistenan jumlah responden dalam dokumen antara tabel karakteristik responden dan bagian metode yang menetapkan sampel sebanyak 86 mahasiswa. Karena itu, dalam artikel jurnal jumlah sampel utama sebaiknya tetap mengacu pada bagian metode dan hasil pengujian statistik, yaitu **86 responden**, sementara tabel karakteristik responden perlu diperiksa kembali sebelum artikel disubmit.

Fenomena penggunaan layanan perbankan menunjukkan bahwa bank konvensional masih lebih dominan dibandingkan bank syariah. Data awal penelitian memperlihatkan bahwa **56,3% mahasiswa menggunakan bank konvensional, 42,3% menggunakan bank syariah, dan 1,4% menggunakan pilihan lainnya**. Temuan tersebut menunjukkan bahwa latar belakang pendidikan mahasiswa dalam bidang perbankan syariah belum secara otomatis menjadikan bank syariah sebagai pilihan utama. Kondisi tersebut menjadi dasar penting untuk menganalisis apakah kualitas layanan dari kedua sistem perbankan benar-benar menghasilkan tingkat kepuasan yang berbeda di kalangan mahasiswa.

Hasil Uji Instrumen dan Asumsi Klasik

Sebelum pengujian hipotesis, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji melalui uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan dengan mengorelasikan setiap item pernyataan dengan skor total variabel menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*. Berdasarkan hasil pengujian terhadap 86 responden, seluruh item pada variabel layanan produk perbankan syariah, layanan produk perbankan konvensional, dan tingkat kepuasan dinyatakan valid karena nilai *r* hitung masing-masing item lebih besar daripada *r* tabel sebesar 0,213. Dengan demikian, seluruh pernyataan yang digunakan dalam instrumen dinilai layak untuk digunakan dalam tahap analisis berikutnya.

Uji asumsi klasik juga dilakukan sebelum analisis regresi linear berganda. Salah satu hasil yang tersedia dalam dokumen adalah uji heteroskedastisitas. Nilai signifikansi variabel X1 sebesar 0,507 dan X2 sebesar 0,091, yang keduanya berada di atas tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, model tidak menunjukkan adanya masalah heteroskedastisitas. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk menganalisis hubungan antara layanan produk perbankan syariah, layanan produk perbankan konvensional, dan kepuasan mahasiswa.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan persamaan sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = 12{,}975 - 0{,}034X_1 + 0{,}241X_2 + e}$$

Nilai konstanta sebesar 12,975 menunjukkan bahwa apabila variabel layanan produk perbankan syariah dan layanan produk perbankan konvensional dianggap konstan pada nilai nol, maka nilai dasar kepuasan mahasiswa berada pada angka 12,975. Koefisien regresi layanan produk perbankan syariah sebesar **−0,034**

menunjukkan arah hubungan negatif yang sangat kecil, sedangkan koefisien layanan produk perbankan konvensional sebesar **0,241** menunjukkan arah hubungan positif terhadap kepuasan mahasiswa.

Variabel	**B**	**t**	**Sig.**	**Keterangan**
Konstanta	12,975	5,691	<0,001	Signifikan
Layanan perbankan syariah (X1)	−0,034	−0,667	0,507	Tidak signifikan
Layanan perbankan konvensional (X2)	0,241	2,666	0,009	Signifikan

Sumber: Hasil olah data penelitian.

Hasil tersebut menunjukkan adanya perbedaan kekuatan pengaruh antara kedua variabel independen. Variabel layanan produk perbankan syariah memiliki koefisien negatif dan tidak signifikan, sedangkan layanan produk perbankan konvensional memiliki koefisien positif dan signifikan. Temuan ini menjadi salah satu hasil penting penelitian karena menunjukkan bahwa pengalaman mahasiswa terhadap layanan perbankan konvensional lebih kuat dalam menjelaskan variasi kepuasan dibandingkan layanan perbankan syariah dalam model penelitian.

Pengaruh Layanan Produk Perbankan Syariah terhadap Kepuasan Mahasiswa

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa layanan produk perbankan syariah (X1) memperoleh nilai *t* sebesar **−0,667** dengan tingkat signifikansi **0,507**. Karena nilai signifikansi 0,507 lebih besar daripada 0,05, maka layanan produk perbankan syariah **tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap tingkat kepuasan mahasiswa**. Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa layanan produk perbankan syariah berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa tidak didukung oleh hasil pengujian.

Hasil tersebut perlu dipahami secara hati-hati karena tidak berarti mahasiswa memberikan penilaian buruk terhadap layanan perbankan syariah. Sebaliknya, hasil tabulasi menunjukkan bahwa sejumlah indikator layanan perbankan syariah memperoleh penilaian positif. Indikator pelayanan yang cepat dan tepat memperoleh skor tinggi, yang menunjukkan bahwa mahasiswa menganggap kecepatan dan ketepatan sebagai bagian penting dari pengalaman menggunakan layanan bank. Mahasiswa sebagai pengguna layanan pada era digital cenderung mengharapkan proses transaksi yang cepat, sederhana, dan efisien. Temuan ini sejalan dengan pandangan Kasmir (2019) bahwa kecepatan pelayanan merupakan salah satu unsur yang berkaitan dengan kenyamanan dan kepuasan nasabah.

Selain aspek kecepatan, indikator pelayanan yang Islami, seperti keramahan, kejujuran, dan profesionalitas, juga memperoleh penilaian tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden mengakui adanya karakteristik pelayanan yang sesuai dengan nilai-nilai syariah. Pelayanan yang ramah, jujur, dan profesional dapat membangun kepercayaan serta memberikan pengalaman positif bagi nasabah.

Indikator kemudahan penggunaan layanan digital juga memperoleh penilaian tinggi. Mahasiswa menganggap keberadaan *mobile banking* dan layanan digital sebagai kebutuhan penting untuk menunjang aktivitas transaksi sehari-hari. Penggunaan layanan digital memberikan kemungkinan bagi nasabah untuk melakukan transaksi dengan lebih cepat, efisien, dan praktis. Temuan ini sejalan dengan Fasiha et al. (2024), yang dalam penelitian terdahulu yang digunakan dalam skripsi menyatakan bahwa layanan digital dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan karena transaksi dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi kantor cabang secara langsung.

Namun demikian, penilaian positif pada sejumlah indikator tidak menghasilkan pengaruh statistik yang signifikan terhadap kepuasan. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan antara penilaian terhadap kualitas atribut layanan dan kemampuan keseluruhan layanan tersebut dalam menjelaskan variasi kepuasan mahasiswa. Mahasiswa dapat menilai layanan bank syariah sudah baik, tetapi pada saat menentukan kepuasan secara keseluruhan mereka mempertimbangkan aspek lain, seperti luasnya jaringan ATM, jumlah kantor cabang, kemudahan akses, kelengkapan fasilitas, dan pengalaman penggunaan sebelumnya.

Temuan ini juga memberikan implikasi bahwa keunggulan normatif perbankan syariah belum sepenuhnya cukup untuk menjadi determinan kepuasan mahasiswa. Mahasiswa yang mempelajari perbankan syariah tetap melakukan evaluasi berdasarkan pengalaman praktis sebagai konsumen. Dengan kata lain, kesesuaian syariah merupakan karakteristik penting, tetapi belum tentu menjadi faktor dominan dalam menentukan kepuasan apabila belum disertai keunggulan layanan yang dirasakan secara nyata**.**

Pengaruh Layanan Produk Perbankan Konvensional terhadap Kepuasan Mahasiswa

Berbeda dengan layanan perbankan syariah, layanan produk perbankan konvensional menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Hasil regresi menunjukkan nilai koefisien sebesar **0,241**, nilai *t* sebesar **2,666**, dan nilai signifikansi **0,009**. Karena 0,009 < 0,05, maka layanan produk perbankan konvensional berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan mahasiswa. Dengan demikian, hipotesis kedua diterima.

Secara substantif, hasil tersebut dapat dijelaskan melalui penilaian mahasiswa terhadap beberapa aspek layanan bank konvensional. Tabulasi data menunjukkan bahwa kemampuan bank konvensional dalam memenuhi kebutuhan keuangan mahasiswa melalui **jaringan layanan yang luas** merupakan salah satu pernyataan dengan skor tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa aksesibilitas menjadi pertimbangan yang sangat penting bagi mahasiswa. Ketersediaan ATM, kantor cabang, serta fasilitas transaksi yang mudah dijangkau memberikan manfaat langsung dalam aktivitas keuangan sehari-hari.

Selain jaringan layanan, indikator transparansi biaya dan sistem bunga juga memperoleh skor tinggi. Kondisi ini menunjukkan bahwa responden memberikan perhatian terhadap kejelasan informasi mengenai biaya dan mekanisme layanan yang diterapkan oleh bank. Transparansi informasi penting karena memungkinkan nasabah memahami hak, kewajiban, serta konsekuensi penggunaan suatu produk perbankan. Ismail (2018) menempatkan transparansi informasi sebagai salah satu aspek penting dalam membangun kepercayaan pelanggan.

Aspek digital juga menjadi faktor yang menonjol. Kemudahan penggunaan ATM dan *mobile banking* memperoleh penilaian tinggi, yang memperlihatkan bahwa mahasiswa sangat mempertimbangkan efisiensi teknologi ketika memilih layanan perbankan. Bagi mahasiswa yang memiliki aktivitas transaksi relatif dinamis, layanan yang dapat digunakan secara cepat dan mudah menjadi nilai tambah yang secara langsung dirasakan dalam kehidupan sehari-hari. Temuan tersebut sejalan dengan pandangan Fasiha et al. (2024) mengenai kontribusi layanan digital terhadap kenyamanan pelanggan.

Dengan demikian, signifikansi pengaruh layanan perbankan konvensional dapat dipahami dari kemampuan layanan tersebut memenuhi kebutuhan praktis mahasiswa. Kemudahan akses, luasnya jaringan, kelengkapan fasilitas, dan layanan digital merupakan atribut yang manfaatnya dapat dirasakan secara langsung. Temuan ini juga konsisten dengan fakta bahwa bank konvensional digunakan oleh 56,3% mahasiswa dalam data awal penelitian, lebih tinggi daripada penggunaan bank syariah sebesar 42,3%.

Pengaruh Layanan Perbankan Syariah dan Konvensional secara Simultan terhadap Kepuasan Mahasiswa

Pengujian simultan dilakukan melalui uji F. Hasil penelitian menunjukkan nilai **F hitung sebesar 4,080** dengan tingkat signifikansi **0,021**. Nilai tersebut lebih kecil daripada 0,05 dan F hitung lebih besar daripada F tabel sebesar 3,11. Dengan demikian, layanan produk perbankan syariah dan layanan produk perbankan konvensional secara simultan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan mahasiswa. Oleh karena itu, hipotesis ketiga diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan mahasiswa tidak dapat dijelaskan hanya berdasarkan satu jenis layanan atau satu karakteristik perbankan. Meskipun secara parsial layanan produk perbankan syariah tidak signifikan, variabel tersebut tetap menjadi bagian dari model yang secara bersama-sama dengan layanan perbankan konvensional mampu memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan. Artinya, kepuasan mahasiswa terbentuk melalui evaluasi yang lebih luas terhadap berbagai pengalaman layanan perbankan.

Temuan tersebut semakin diperkuat oleh hasil analisis deskriptif pada variabel kepuasan. Pernyataan “Saya merasa nyaman melakukan transaksi pada bank yang saya gunakan” memperoleh skor tertinggi sebesar **401**. Hal ini menunjukkan bahwa

kenyamanan merupakan aspek yang paling kuat dirasakan mahasiswa dalam membentuk kepuasan. Kenyamanan tersebut berkaitan dengan kemudahan penggunaan *mobile banking*, kecepatan transaksi, ketersediaan jaringan ATM, keramahan petugas, keamanan, serta kemudahan memperoleh informasi.

Secara teoritis, temuan tersebut sesuai dengan konsep kepuasan pelanggan yang menempatkan pengalaman aktual pengguna sebagai dasar evaluasi terhadap layanan. Ketika layanan mampu memenuhi kebutuhan transaksi secara mudah, aman, cepat, dan nyaman, pengguna akan memiliki persepsi positif terhadap kinerja layanan. Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa tidak menilai bank hanya berdasarkan apakah bank tersebut syariah atau konvensional, tetapi berdasarkan **totalitas pengalaman layanan** yang mereka terima.

Koefisien Determinasi dan Kekuatan Model

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai **R Square sebesar 0,098**. Artinya, variabel layanan produk perbankan syariah (X1) dan layanan produk perbankan konvensional (X2) secara bersama-sama mampu menjelaskan sekitar **9,8%** variasi tingkat kepuasan mahasiswa. Sementara itu, sebesar **90,2%** variasi kepuasan dijelaskan oleh faktor lain yang berada di luar model penelitian.

Nilai R Square tersebut menunjukkan bahwa kemampuan model dalam menjelaskan kepuasan mahasiswa relatif terbatas. Dengan demikian, layanan produk perbankan bukan satu-satunya faktor yang menentukan kepuasan mahasiswa. Terdapat kemungkinan faktor lain yang berperan, seperti kepercayaan, persepsi manfaat, biaya administrasi, persepsi keamanan, kualitas produk, citra bank, religiusitas, pengalaman sebelumnya, promosi, loyalitas, kemudahan teknologi, kualitas *mobile banking*, serta faktor sosial dan kebiasaan penggunaan.

Temuan ini penting secara akademik karena menunjukkan bahwa kepuasan mahasiswa merupakan konstruk yang kompleks. Hasil penelitian tidak tepat apabila diinterpretasikan bahwa kualitas layanan perbankan tidak penting; justru hasil uji F menunjukkan bahwa kedua variabel secara simultan signifikan. Akan tetapi, besarnya R^2 menunjukkan bahwa penelitian selanjutnya perlu memasukkan variabel tambahan agar model dapat menjelaskan kepuasan mahasiswa secara lebih komprehensif.

Pembahasan Komparatif Perbankan Syariah dan Konvensional

Secara keseluruhan, penelitian memperlihatkan adanya pola yang menarik dalam perbandingan layanan perbankan syariah dan konvensional. Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah merupakan kelompok yang secara akademik memiliki pemahaman terhadap prinsip syariah, tetapi data awal menunjukkan bahwa penggunaan bank konvensional tetap lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa preferensi penggunaan bank tidak hanya ditentukan oleh pengetahuan atau kesadaran terhadap prinsip syariah.

Hasil pengujian statistik memperkuat fenomena tersebut. Layanan produk perbankan syariah memperoleh nilai signifikansi 0,507 sehingga tidak berpengaruh signifikan secara parsial, sedangkan layanan produk perbankan konvensional memperoleh nilai signifikansi 0,009 sehingga berpengaruh signifikan. Perbedaan tersebut mengindikasikan bahwa dalam konteks responden penelitian, aspek-aspek praktis yang melekat pada layanan konvensional lebih kuat dalam menjelaskan kepuasan mahasiswa.

Temuan ini tidak berarti bahwa mahasiswa menolak prinsip perbankan syariah. Sebaliknya, hasil tabulasi menunjukkan adanya apresiasi terhadap pelayanan yang cepat, tepat, ramah, jujur, profesional, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam pada bank syariah. Persoalannya adalah atribut tersebut belum cukup kuat secara statistik untuk menjelaskan variasi kepuasan ketika dibandingkan dengan faktor-faktor lain dalam model.

Dari perspektif perilaku konsumen, kondisi tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa melakukan evaluasi utilitarian dan normatif secara bersamaan. Pertimbangan normatif tercermin dalam perhatian terhadap prinsip syariah dan pelayanan Islami, sedangkan pertimbangan utilitarian terlihat dari perhatian terhadap aksesibilitas, jaringan ATM, fasilitas digital, kecepatan transaksi, keamanan, dan kenyamanan. Ketika kebutuhan praktis menjadi lebih dominan dalam aktivitas transaksi sehari-hari, bank dengan fasilitas yang lebih mudah dijangkau dan digunakan berpotensi menghasilkan kepuasan yang lebih tinggi.

Hasil ini memiliki implikasi strategis bagi perbankan syariah. Penguatan identitas dan kepatuhan syariah perlu berjalan bersama dengan peningkatan kualitas layanan. Bank syariah perlu memperkuat inovasi digital, memperluas jaringan pelayanan, meningkatkan kualitas *frontliner*, memperbaiki kemudahan penggunaan aplikasi, serta memastikan proses transaksi berlangsung cepat dan aman. Dokumen penelitian sendiri merekomendasikan peningkatan inovasi layanan, perluasan jaringan, dan penguatan layanan digital agar bank syariah mampu meningkatkan kepuasan nasabah dan bersaing dengan bank konvensional.

Bagi perbankan konvensional, hasil penelitian menunjukkan bahwa keunggulan layanan praktis merupakan faktor yang bernilai bagi mahasiswa. Namun, keberhasilan mempertahankan kepuasan tidak hanya bergantung pada jaringan dan teknologi. Transparansi biaya, keamanan transaksi, kualitas interaksi, dan kemudahan memperoleh informasi tetap perlu dipertahankan karena mahasiswa semakin kritis dalam mengevaluasi layanan. Sementara itu, bagi program studi dan perguruan tinggi, temuan ini menunjukkan pentingnya literasi keuangan yang tidak hanya menekankan pemahaman konseptual mengenai perbankan syariah, tetapi juga membekali mahasiswa dengan kemampuan mengevaluasi kualitas produk dan layanan perbankan secara kritis.

Ringkasan Hasil Pengujian

Hipotesis	Hasil	Keputusan

H1: X1 → Y	Sig. = 0,507 > 0,05	**Ditolak**
H2: X2 → Y	Sig. = 0,009 < 0,05	**Diterima**
H3: X1 dan X2 → Y	F = 4,080; Sig. = 0,021	**Diterima**
R^2	0,098	9,8% variasi Y dijelaskan X1 dan X2

Sumber: hasil pengolahan data penelitian.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai perbandingan tingkat kepuasan mahasiswa terhadap layanan produk perbankan syariah dan perbankan konvensional pada mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, dapat disimpulkan bahwa layanan produk perbankan syariah secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan mahasiswa. Hasil uji *t* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,507 > 0,05. Meskipun demikian, mahasiswa memberikan penilaian positif terhadap sejumlah aspek layanan perbankan syariah, terutama kecepatan dan ketepatan pelayanan, keramahan serta profesionalitas petugas, dan kemudahan layanan digital. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas layanan syariah telah dinilai baik, tetapi belum menjadi faktor yang secara statistik dominan dalam menentukan kepuasan mahasiswa.

Sebaliknya, layanan produk perbankan konvensional secara parsial berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan mahasiswa. Hasil regresi menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,241, nilai *t* sebesar 2,666, dan signifikansi sebesar 0,009 < 0,05. Pengaruh tersebut terutama dapat dikaitkan dengan tingginya penilaian mahasiswa terhadap kemudahan akses, luasnya jaringan pelayanan, ketersediaan fasilitas transaksi, serta kemudahan penggunaan layanan digital. Kondisi ini sejalan dengan temuan bahwa penggunaan bank konvensional di antara responden lebih tinggi dibandingkan bank syariah.

Secara simultan**,** layanan produk perbankan syariah dan layanan produk perbankan konvensional berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan mahasiswa. Hasil uji F memperoleh nilai F hitung sebesar 4,080 dengan signifikansi 0,021 < 0,05. Sementara itu, nilai *R Square* sebesar 0,098 menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut mampu menjelaskan 9,8% variasi tingkat kepuasan mahasiswa, sedangkan 90,2% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Temuan utama penelitian menunjukkan bahwa kenyamanan merupakan aspek yang paling menonjol dalam membentuk kepuasan mahasiswa, dengan skor tertinggi 401 pada pernyataan mengenai kenyamanan melakukan transaksi. Kenyamanan tersebut berkaitan dengan kemudahan akses, keamanan, kecepatan transaksi, fasilitas digital, dan kemudahan memperoleh informasi. Dengan demikian, kepuasan mahasiswa tidak semata-mata ditentukan oleh identitas atau prinsip syariah suatu bank, tetapi juga oleh kemampuan bank dalam memberikan pengalaman layanan yang praktis, aman, cepat, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Berdasarkan temuan tersebut, perbankan syariah perlu memperkuat keunggulan layanan praktis tanpa mengurangi karakteristik dan nilai-nilai syariahnya, khususnya melalui peningkatan kualitas layanan digital, perluasan akses jaringan, kecepatan transaksi, dan peningkatan kualitas pelayanan kepada nasabah. Sementara itu, perbankan konvensional perlu mempertahankan keunggulan dalam aspek aksesibilitas dan teknologi sekaligus meningkatkan transparansi, keamanan, dan kualitas interaksi dengan nasabah. Penelitian selanjutnya disarankan memasukkan variabel lain yang berpotensi menjelaskan 90,2% variasi kepuasan mahasiswa, seperti kualitas produk, kepercayaan, persepsi manfaat, biaya administrasi, citra bank, religiusitas, dan kualitas layanan digital.

DAFTAR PUSTAKA

Amin, M., Isa, Z., & Fontaine, R. (2013). Islamic banks: Contrasting the drivers of customer satisfaction on Islamic and conventional banks. *International Journal of Bank Marketing, 31*(1), 79–97. https://doi.org/10.1108/02652321311298627

Amin, M., Isa, Z., & Fontaine, R. (2008). An examination of the relationship between service quality perception and customer satisfaction: A SEM approach towards Malaysian Islamic banking. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management, 1*(3), 191–209. https://doi.org/10.1108/17538390810901131 (DOI)

Ahmed, S. (2022). The impact of Islamic Shariah compliance on customer satisfaction in Islamic banking services: Mediating role of service quality. *Journal of Islamic Marketing, 13*(9), 1829–1842. https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2020-0346 (Emerald Publishing)

Aladwani, J. (2024). Shifting landscape of customer preferences: Analyzing internet Islamic banking satisfaction during COVID-19. *Humanities and Social Sciences Communications, 11*, Article 1569. https://doi.org/10.1057/s41599-024-04069-z (DOI)

Alfarizi, M. (2023). Interaction of customer satisfaction and digital service retention: Evidence of PLS from Indonesian Islamic banking. *International Journal of Islamic Economics and Finance, 6*(1). https://doi.org/10.18196/ijief.v6i1.16824 (DOI)

Eid, R., & El-Gohary, H. (2015). The role of Islamic religiosity on the relationship between perceived value and tourist satisfaction. *Tourism Management, 46*, 477–488.

Fianto, B. A., Rahmawati, C. K., & Supriani, I. (2021). Mobile banking services quality and its impact on customer satisfaction of Indonesian Islamic banks. *Jurnal*

Ekonomi & Keuangan Islam, 7(1), 59–76. https://doi.org/10.20885/jeki.vol7.iss1.art5 (DOI)

Hassan, M. K., & Lewis, M. K. (Eds.). (2007). *Handbook of Islamic banking*. Edward Elgar Publishing.

Hoq, M. Z., Sultana, N., & Amin, M. (2010). The effect of trust, customer satisfaction and image on customers' loyalty in Islamic banking. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management, 3*(1), 50–66.

Ismail, A. (2018). *Manajemen perbankan: Dari teori menuju aplikasi*. Prenadamedia Group.

Kasmir. (2019). *Manajemen perbankan* (Edisi revisi). Rajawali Pers.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Pearson.

Mubarak, M. S., Ali, M., & others. (2023). Islamic bank customer satisfaction, trust, loyalty and word of mouth: The CREATOR model. *Journal of Islamic Accounting and Business Research, 14*(5), 740–766. https://doi.org/10.1108/JIABR-01-2022-0017 (DOI)

Rehman, A. A. (2012). Customer satisfaction and service quality in Islamic banking: A comparative study in Pakistan, United Arab Emirates and United Kingdom. *Qualitative Research in Financial Markets, 4*(2–3), 165–175. https://doi.org/10.1108/17554171211252501 (Emerald Publishing)

Sudarsono, H. (2018). *Bank dan lembaga keuangan syariah: Deskripsi dan ilustrasi*. Ekonisia.

Sulistiyawan, E. (2019). The role of the sharia banking service quality in creating customers' satisfaction and happiness: A survey of state-owned sharia banks in Indonesia. *Banks and Bank Systems, 14*(4), 69–77. https://doi.org/10.21511/bbs.14(4).2019.07 (DOI)

Wilson, J. A. J., & Liu, J. (2011). The challenges of Islamic branding: Navigating emotions and halal. *Journal of Islamic Marketing, 2*(1), 28–42.

Referensi yang Sangat Relevan untuk Variabel Kualitas Layanan

Amin, M., Isa, Z., & Fontaine, R. (2008). An examination of the relationship between service quality perception and customer satisfaction: A SEM approach towards Malaysian Islamic banking. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management, 1*(3), 191–209. https://doi.org/10.1108/17538390810901131 (DOI)

Hassan, M., & Lewis, M. K. (2007). *Handbook of Islamic banking*. Edward Elgar Publishing.

Mandal, P., & Bhattacharya, S. (2024). Bibliometric analysis of service quality and customer satisfaction in Islamic banking: A roadmap for future research. *Journal of Islamic Marketing, 16*(2), 462–483. https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2023-0177 (ScienceDirect)

Othman, A., & Owen, L. (2001). Adopting and measuring customer service quality (SQ) in Islamic banks: A case study in Kuwait Finance House. *International Journal of Islamic Financial Services, 3*(1), 1–26.

Pakurár, M., Haddad, H., Nagy, J., Popp, J., & Oláh, J. (2019). The service quality dimensions that affect customer satisfaction in the Jordanian banking sector. *Sustainability, 11*(4), 1113. https://doi.org/10.3390/su11041113

Referensi Komparatif Syariah–Konvensional

Awan, H. M., & Bukhari, K. S. (2011). Customer's criteria for selecting an Islamic bank: Evidence from Pakistan. *Journal of Islamic Marketing, 2*(1), 14–27.

Haque, A., Osman, J., & Ismail, A. Z. (2009). Factor influences selection of Islamic banking: A study on Malaysian customer preferences. *American Journal of Applied Sciences, 6*(5), 922–928.

Khan, M. N., & Fasih, M. (2014). Impact of service quality on customer satisfaction and customer loyalty: Evidence from banking sector. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences, 8*(2), 331–354.

Siddiqui, K. M. (2011). Interrelations between service quality attributes, customer satisfaction and customer loyalty in the retail banking sector in Bangladesh. *International Journal of Business and Management, 6*(3), 12–36.