



Analisis Kualitas Pelayanan Nasabah dengan Metode *Service Quality* (SERVQUAL) dan *Importance Performance Analysis* (IPA) di Bank Syariah ABC

Difa Jumar Asyura¹, Trisna², Syukriah³

^{1,2,3}Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Malikussaleh, Lhokseumawe, Indonesia
email : difa.210130192@mhs.unimal.ac.id, trisna@unimal.ac.id, syukriah@unimal.ac.id

Article Info

Article history:

Received February 05, 2026

Revised February 17, 2026

Accepted February 21, 2026

Keywords:

Service Quality, SERVQUAL, Importance Performance Analysis, Customer Satisfaction.

ABSTRACT

Banking plays a role as a financial intermediary that supports economic growth, where service quality becomes a key factor in building customer trust and loyalty. Bank Syariah Indonesia (), as a national Islamic bank, is required to provide professional services in accordance with Islamic principles; however, BANK SYARIAH ABC Branch still faces problems such as inconsistent service time, limited facilities, unclear information, digital service disruptions, and slow complaint handling. These findings suggest a discrepancy between customers' expectations and their perceptions of the services received. This study seeks to evaluate service quality by applying the SERVQUAL and Importance-Performance Analysis (IPA) approaches, involving 83 respondents. The results reveal negative gaps in the tangible, reliability, and assurance dimensions, with reliability representing the most substantial gap among them.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received February 05, 2026

Revised February 17, 2026

Accepted February 21, 2026

Kata Kunci:

Kualitas Pelayanan, SERVQUAL, Importance Performance Analysis, Kepuasan Nasabah.

ABSTRAK

Perbankan berperan sebagai lembaga intermediasi yang mendukung pertumbuhan ekonomi, di mana kualitas pelayanan menjadi faktor utama dalam membangun kepercayaan dan loyalitas nasabah. Bank Syariah ABC sebagai bank syariah nasional dituntut memberikan layanan profesional sesuai prinsip syariah, namun Bank Syariah ABC masih menghadapi masalah seperti waktu pelayanan yang tidak konsisten, fasilitas terbatas, informasi kurang jelas, gangguan layanan digital, serta lambatnya penanganan keluhan. Kondisi tersebut mengindikasikan adanya perbedaan antara tingkat harapan nasabah dan persepsi mereka terhadap layanan yang diterima. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan dengan menggunakan metode SERVQUAL dan Importance Performance Analysis (IPA) yang melibatkan 83 responden. Hasil analisis menunjukkan adanya nilai kesenjangan (gap) negatif pada dimensi *tangible*, *reliability*, dan *assurance*, dengan dimensi *reliability* menjadi aspek yang memiliki tingkat kesenjangan paling besar.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Corresponding Author:

Difa Jumar Asyura

Universitas Malikussaleh

difa.210130192@mhs.unimal.ac.id

PENDAHULUAN

Perbankan berperan sebagai lembaga intermediasi yang mendorong pertumbuhan ekonomi melalui penghimpunan dan penyaluran dana (Teressa et al., 2024). Dalam persaingan global, keberhasilan suatu bank tidak berpatok pada kinerja keuangan, namun



perlu juga memperhatikan kualitas pelayanan yang cepat, ramah, dan akurat (Dewi et al., 2024). Bank Syariah merupakan entitas hasil dari penggabungan Bank Mandiri Syariah, Bni Syariah, dan BRI Syariah. Pembentukan bank ini bertujuan untuk memperkuat industri perbankan syariah nasional melalui penyediaan layanan yang modern, inovatif dan kompetitif. Sebagai bank berbasis prinsip syariah, BANK ABC dituntut memberikan pelayanan profesional sekaligus menjunjung nilai etika, keadilan, dan kejujuran sehingga peningkatan kualitas pelayanan menjadi aspek strategis dalam menjaga kepercayaan nasabah (SE., MM & Indrayani, 2019).

Namun, pada Bank Syariah ABC masih ditemukan berbagai kendala, seperti waktu pelayanan teller dan *customer service* yang melebihi standar, sistem antrian yang kurang tertib, keterbatasan ruang tunggu, komunikasi petugas yang belum jelas, gangguan pada layanan digital, serta lambatnya penanganan komplain. Kondisi tersebut mengindikasikan adanya perbedaan antara harapan nasabah dan realitas pelayanan yang diterima, yang berpotensi berdampak pada penurunan tingkat kepuasan serta loyalita nasabah (Haryanto et al., 2023). Oleh karena itu, penelitian terhadap 495 nasabah diperlukan untuk mengidentifikasi aspek pelayanan yang perlu diperbaiki secara terukur menggunakan metode SERVQUAL dengan lima dimensi utama serta *Importance Performance Analysis* (IPA) diterapkan untuk menganalisis kesesuaian antara tingkat kepentingan atribut layanan dan tingkat kinerja yang dirasakan oleh nasabah (Widiyanti, 2022).

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai ukuran seberapa baik layanan yang dapat diberikan mampu memenuhi ekspektasi pelanggan. Dapat dikatakan bahwa ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan, yaitu layanan yang diharapkan dan layanan yang dirasakan. Apabila layanan yang diterima atau dirasakan sesuai atau lebih baik dari yang diharapkan, maka kualitas layanan dinyatakan sudah baik dan memuaskan (Sumarsid and Paryanti, 2022).

Faktor pertama adalah bukti fisik (*tangible*), yang mencakup fasilitas, perlengkapan, staf, dan sarana komunikasi yang dimiliki perusahaan. Dimensi kedua adalah keandalan (*reliability*), yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang memuaskan, tepat, dan cepat sesuai dengan janji yang diberikan. Dimensi ketiga adalah daya tanggap (*responsiveness*), yang menunjukkan kesediaan dan kecepatan staf untuk membantu pelanggan serta memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan. Terakhir, empati adalah tentang bagaimana perusahaan dapat menjalin hubungan baik, memberikan perhatian secara pribadi, dan memahami kebutuhan unik setiap pelanggan (Amalia, DWP, & Santoso, 2020).

Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan

Kepuasan pelanggan adalah hasil usaha perusahaan yang dapat diukur oleh pelanggan. Untuk memastikan layanan yang luar biasa, perusahaan harus mengikuti beberapa prinsip. Untuk mencapai kualitas layanan, prinsip-prinsip ini sangat penting, dan dapat dibagi menjadi enam bidang utama (Hamka & Agusman, 2024) yaitu:

1. Komitmen dan inisiatif manajemen puncak sangat penting untuk rencana kualitas perusahaan. Dengan pengaruh minimal terhadap pertumbuhan perusahaan, manajemen atas harus mendorong perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan.
2. Pendidikan kualitas: Setiap anggota atau karyawan, mulai dari eksekutif hingga pekerja garis depan, harus dididik. Dalam pemberian pendidikan, semua elemen



- yang harus diperhatikan adalah konsep kualitas dalam strategi perusahaan, instrumen dan metode untuk menerapkan perencanaan, dan peran eksekutif dalam menerapkan kualitas.
3. Perencanaan strategis harus memasukkan pengorganisasian untuk membantu perusahaan mewujudkan visi dan tujuan perusahaan.
 4. Tinjauan alat manajemen dilakukan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Proses ini memastikan bahwa sasaran mutu selalu terpenuhi.
 5. Dalam suatu perusahaan, proses interaksi komunikasi harus diterapkan karena mempengaruhi penerapan strategi mutu. Pelanggan, staf, dan pemimpin perusahaan semuanya harus berkomunikasi satu sama lain.
 6. Implementasi strategi kualitas memerlukan pengakuan dan penghargaan. Karyawan yang melakukan pekerjaan yang baik harus dihargai. Apresiasi meningkatkan motivasi, semangat kerja, kebanggaan, dan kepedulian perusahaan. Hal ini dapat mendorong kemajuan dan pertumbuhan bisnis.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Bisnis, terutama bisnis keuangan seperti perbankan syariah, sangat bergantung pada kualitas layanan mereka. Kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai sejauh mana layanan yang diberikan oleh suatu organisasi mampu memenuhi harapan, kebutuhan, dan keinginan pelanggan atau konsumen. Dengan kata lain, layanan dianggap berkualitas apabila produk atau jasa yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan dan mampu memberikan pengalaman yang menyenangkan (Nasfi, Sabri, & Rahmad, 2020)

Karena tingkat kepercayaan dan loyalitas pelanggan berkorelasi langsung dengan kualitas pelayanan, kualitas pelayanan sangat penting dalam industri perbankan. Klien tidak hanya menilai produk, seperti tabungan, pembiayaan, atau investasi, tetapi juga layanan, seperti keramahan petugas, kecepatan transaksi, dan kemudahan mengakses layanan digital. Untuk mempertahankan posisi pemimpin pasar dan meningkatkan daya saing dalam jangka panjang, strategi perusahaan memasukkan kualitas pelayanan. Oleh karena itu, bank harus terus melakukan perbaikan dan inovasi dalam pelayanannya untuk memenuhi ekspektasi pelanggan (Dewi, Rachman, & Rivandar, 2024).

Jika tidak dikelola dengan baik, banyak hal yang dapat memengaruhi kualitas layanan yang buruk. Antara lain sebagai berikut (Ridwan dkk, 2024):

1. Produksi dan Konsumsi Berlangsung Secara Bersamaan
2. Tingginya Intensitas Tenaga Kerja dan Keterlibatan
3. Kurangnya Dukungan terhadap Pelanggan Internal (*Karyawan Front Line*)
4. Kurangnya Komunikasi yang Efektif
5. Perlakuan yang Tidak Personal terhadap Nasabah
6. Perluasan Layanan yang Berlebihan
7. Fokus Berlebihan pada Tujuan Jangka Pendek

Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil layanan yang mereka terima dengan harapan mereka. Berdasarkan pemahaman ini, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan diukur dari sudut pandang pelanggan, yaitu seberapa baik pelayanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Jika pelanggan menerima layanan yang memenuhi atau melebihi harapan mereka, mereka akan puas, sedangkan ketidakpuasan akan muncul jika hasil yang diterima tidak sesuai dengan



ekspektasi. Menjadi pelanggan puas dengan produk dan layanan perbankan bukanlah hal yang mudah, terutama jika perusahaan perbankan tidak benar-benar memahami kebutuhan dan harapan pelanggan (Hasibuan, Harahap, & Lubis, 2021).

Setelah menggunakan layanan atau produk bank, nasabah biasanya menjadi puas setelah mereka merasa puas dengan berbagai hal yang ditawarkan oleh bank, seperti tingkat bunga, kemudahan transaksi, kecepatan layanan, dan kualitas interaksi dengan staf. Sejauh mana perusahaan keuangan mampu memenuhi keinginan, harapan, dan kebutuhan pelanggan dikenal sebagai kepuasan pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kesesuaian antara produk atau layanan dengan harapan dan preferensi pelanggan mencerminkan kepuasan pelanggan (Ansari, K, Lestari, & Arsyid, 2024).

Faktor-faktor Kepuasan Nasabah

Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah terhadap layanan perbankan, di antaranya (Kholifah, Handoko, & Rudiyanto, 2025):

1. Kualitas Layanan.
2. Produk dan Layanan
3. Biaya dan *Fee*
4. Kemudahan Akses
5. Komunikasi dan Informasi
6. Reputasi dan Kepercayaan
7. Responsivitas
8. Inovasi
9. Pengalaman Nasabah

METODE

Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah ABC. Penelitian ini dilaksanakan pada 20 September 2025 sampai 23 September 2025, dimulai dengan tahap persiapan penyusunan laporan proposal penelitian hingga menyelesaikan laporan penelitian sampai saat ini. Adapun langkah-langkah dalam pengolahan data penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah teknik yang digunakan untuk memastikan bahwa suatu instrumen atau alat ukur mampu mengukur konstruk yang dimaksud secara tepat. Dalam penelitian, pelaksanaan uji validitas menjadi hal yang sangat penting untuk menilai sejauh mana instrumen memiliki ketepatan dan keterandalan dalam mengukur variabel yang diteliti. Berbagai macam metode uji validitas dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan penelitian (Munzir et al., 2021).

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n(\sum x^2) - (\sum x)^2][n(\sum y^2) - (\sum y)^2]}}$$

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang memadai, sehingga mampu menghasilkan data yang stabil dan dapat dipercaya. Setiap butir pertanyaan diuji terhadap variabel yang telah ditentukan guna memastikan bahwa masing-masing item mampu merepresentasikan variabel tersebut secara tepat. Untuk menguji validitas kuesioner



digunakan rumus korelasi Product Moment. Suatu pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel.

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n(\sum x^2) - (\sum x)^2][n(\sum y^2) - (\sum y)^2]}}$$

3. Analisis Karakteristik Responden

Analisis Karakteristik Responden Data pribadi mengenai karakteristik responden diperoleh dari data kuesioner yang telah diolah. Karakteristik responden berikut diperiksa dalam penelitian ini yaitu data jenis kelamin, usia, profesi, dan tujuan (Mia Sumiarsih et al., 2025).

4. Analisis SERVQUAL

Penilaian kualitas jasa dengan menggunakan model SERVQUAL dilakukan melalui penghitungan selisih antara nilai yang diberikan oleh konsumen pada pernyataan yang merepresentasikan harapan dan pernyataan yang menggambarkan persepsi. Selisih tersebut kemudian menghasilkan nilai SERVQUAL untuk setiap pasangan pernyataan pada masing-masing responden, yang selanjutnya digunakan untuk mengidentifikasi dan menggambarkan tingkat kesenjangan antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang dirasakan.

$$T_{ki} = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

5. Analisis Importance Performance Analysis (IPA)

Nilai performansi diperoleh dari hasil perkalian antara persepsi dan tingkat kepentingan (*Performance Score = Perception × Importance*). Semakin tinggi nilai yang dihasilkan, semakin tinggi pula tingkat prioritas atribut dalam upaya perbaikan kualitas layanan. Tahapan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dapat diuraikan sebagai berikut:

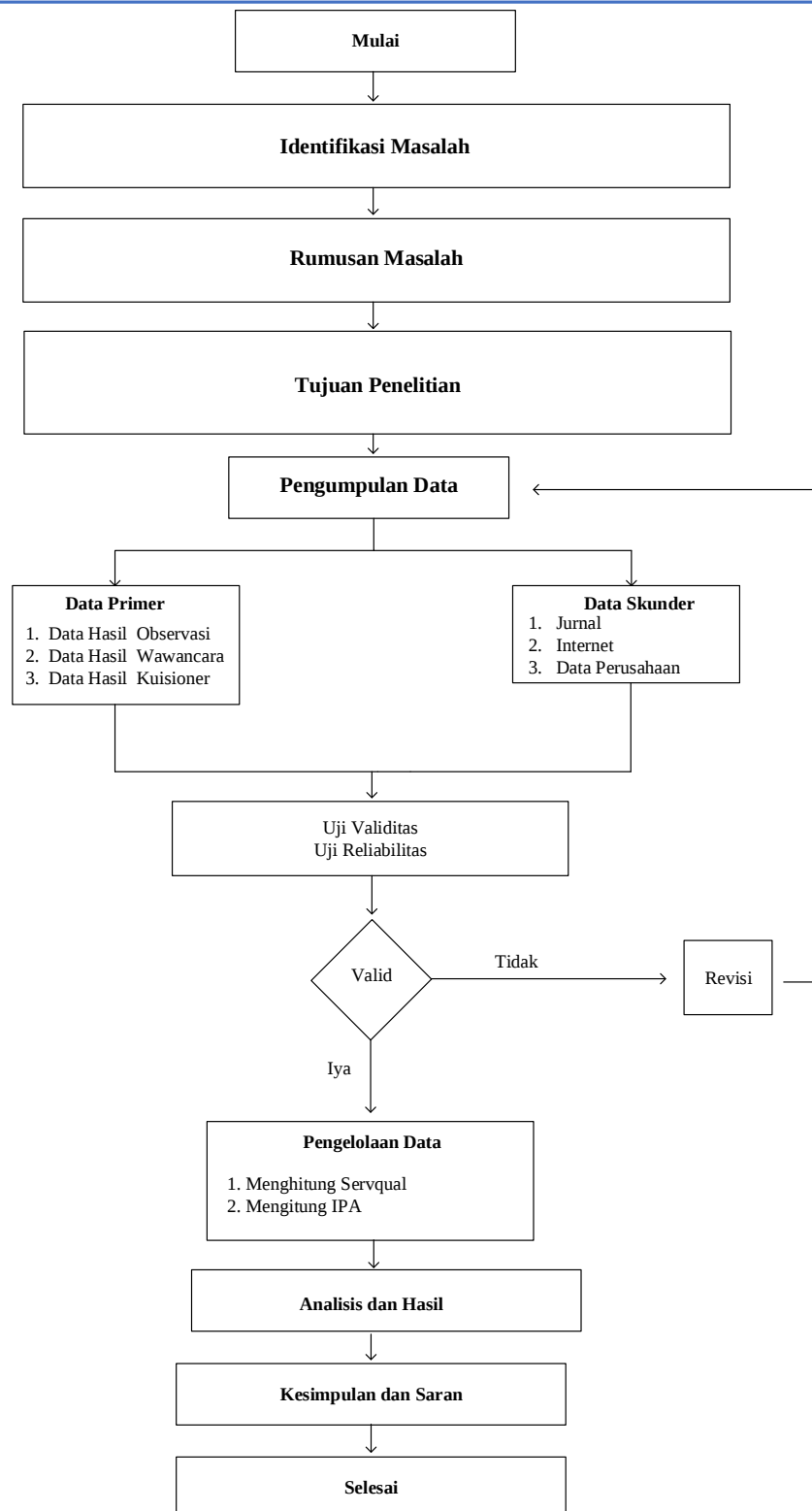
a. Identifikasi atribut awal

- Menentukan tingkat kepentingan (harapan) untuk setiap atribut layanan.
- Mengidentifikasi tingkat pelaksanaan atau kinerja pada masing-masing atribut layanan.

b. Menentukan keunggulan dan kelemahan layanan dengan analisis kuadran.

- Menghitung jumlah kuesioner yang valid dan dapat diolah.
- Menghitung skor rata-rata tingkat kepuasan (kinerja) dan tingkat kepentingan untuk setiap atribut.
- Menentukan nilai $\bar{X}$, yaitu rata-rata dari seluruh skor kinerja (kepuasan) atribut, serta $\bar{Y}$, yaitu rata-rata dari seluruh skor tingkat kepentingan atribut yang memengaruhi kepuasan pelanggan.
- Memetakan masing-masing atribut ke dalam empat kuadran pada diagram Kartesius berdasarkan nilai $\bar{X}$ dan $\bar{Y}$. (Muhaimin et al., 2023).

Adapun *flowchart*/ diagram alir penelitian dapat dilihat pada gambar 1 dibawah ini:

**Gambar 1.** *Flowchart Penelitian*

HASIL

Penentuan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah 495 nasabah Bank ABC yang telah menggunakan layanan selama lima tahun pada tahun 2024. Dalam menentukan jumlah sampel digunakan rumus Slovin sebagai berikut:



Jika $e = 10\%$ (Menggunakan Konsentrasi sebanyak 90%)

Maka hasil yang didapat adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{(1 + N \times e)}$$

$$n = \frac{495}{(1 + 495 \times 0,10^2)}$$

$$n = 83,19 \approx 83$$

Dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel sebanyak 83 nasabah sebagai responden.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Adapun hasil perhitungan perbandingan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} dari semua pertanyaan kuesioner yang telah dihitung menggunakan Software SPSS 25 dapat dilihat pada Tabel 1 sebagai berikut :

Tabel 1. Uji Validitas

No	Atribut	r_{hitung} Persepsi	r_{hitung} Harapan	r_{tabel}	Keterangan
Tangibles					
P1	Fasilitas Bank Syariah ABC terlihat bersih dan nyaman	0,789	0,782	0,2133	Valid
P2	Penampilan karyawan rapi dan sopan	0,745	0,858	0,2133	Valid
P3	Peralatan transaksi seperti ATM dan komputer selalu berfungsi dengan baik	0,814	0,904	0,2133	Valid
P4	Brosur dan informasi layanan tersedia dengan tampilan menarik dan mudah dipahami	0,794	0,863	0,2133	Valid
Reliability					
P5	memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan	0,793	0,839	0,2133	Valid
P6	Transaksi nasabah diproses dengan cepat dan akurat	0,791	0,835	0,2133	Valid
P7	Karyawan mampu menyelesaikan keluhan nasabah dengan baik	0,750	0,768	0,2133	Valid
P8	Sistem transaksi digital seperti Mobile jarang mengalami gangguan	0,511	0,803	0,2133	Valid
Assurance					
P9	Nasabah merasa aman dalam melakukan transaksi di	0,741	0,9	0,2133	Valid
P10	Karyawan selalu bersikap sopan dan ramah kepada nasabah	0,822	0,871	0,2133	Valid
P11	Karyawan memberikan informasi dengan jelas dan mudah dipahami	0,833	0,869	0,2133	Valid

Sumber: Pengolahan Data

Dari hasil tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yang berarti semua pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid dan layak untuk digunakan dalam penelitian.

Adapun hasil pengujian reliabilitas menggunakan Software SPSS 25 dapat dilihat pada Tabel 2 sebagai berikut.

**Tabel 2.** Uji Reliabilitas

No	Atribut	Tingkat Persepsi	Tingkat Harapan	α	Keterangan
Tangibles					
P1	Fasilitas Bank Syariah ABC terlihat bersih dan nyaman	0,916	0,955	0,6	Reliabel
P2	Penampilan karyawan rapi dan sopan	0,918	0,952	0,6	Reliabel
P3	Peralatan transaksi seperti ATM dan komputer selalu berfungsi dengan baik	0,915	0,950	0,6	Reliabel
P4	Brosur dan informasi layanan tersedia dengan tampilan menarik dan mudah dipahami	0,916	0,952	0,6	Reliabel
Reliability					
P5	memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan	0,916	0,953	0,6	Reliabel
P6	Transaksi nasabah diproses dengan cepat dan akurat	0,916	0,953	0,6	Reliabel
P7	Karyawan mampu menyelesaikan keluhan nasabah dengan baik	0,919	0,956	0,6	Reliabel
P8	Sistem transaksi digital seperti Mobile jarang mengalami gangguan	0,934	0,957	0,6	Reliabel
Assurance					
P9	Nasabah merasa aman dalam melakukan transaksi di	0,919	0,950	0,6	Reliabel
P10	Karyawan selalu bersikap sopan dan ramah kepada nasabah	0,914	0,951	0,6	Reliabel
P11	Karyawan memberikan informasi dengan jelas dan mudah dipahami	0,914	0,952	0,6	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai *Crombach's Alpha* pada setiap variabel lebih besar dari 0,6. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian telah reliabel.

Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 83 responden di Bank Syariah ABC, diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan lama penggunaan layanan. Karakteristik tersebut disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik Responden

No	Karakteristik Responden	Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin	Laki-laki	28	33,7
		Perempuan	55	66,3
Total			83	100
2	Lama Menggunakan	5 Tahun	65	78,3
		6 Tahun	10	12,0
		> 6 Tahun	8	9,6
Total			83	100



Analisis Service Quality

Adapun untuk total hasil *GAP* pada tiap atribut dapat dilihat pada tabel 4 sebagai berikut :

Tabel 4. Hasil Gap Tiap Atribut

Atribut	Gap	Rank
<i>Tangibles</i>	-1,94	2
<i>Reliability</i>	-2,51	3
<i>Assurance</i>	-1,4	1

Gap positif terjadi apabila skor persepsi lebih tinggi dibandingkan skor harapan, sedangkan Gap negatif muncul ketika skor harapan melebihi skor persepsi. Semakin kecil nilai Gap, maka semakin baik kualitas pelayanan. Gap positif menunjukkan nasabah merasa puas, sementara Gap negatif menandakan pelayanan belum memenuhi harapan.

Berdasarkan Tabel 4.6, terdapat tiga dimensi yang memiliki Gap negatif, yaitu *tangible* (-1,94), *reliability* (-2,51), dan *assurance* (-1,4). Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap ketiga dimensi tersebut masih lebih rendah dibandingkan harapannya. Dimensi *reliability* memiliki nilai Gap terbesar sehingga menjadi prioritas utama untuk diperbaiki, disusul oleh *tangible* dan *assurance*. Dengan demikian, peningkatan pada ketiga dimensi tersebut diperlukan guna memperkecil kesenjangan dan meningkatkan kualitas pelayanan.

Analisis Importance Performance Analysis

Adapun untuk hasil Tingkat kesesuaian dapat dilihat pada tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5. Tingkat kesesuaian

No	Atribut	Skor Persepsi	Skor Harapan	Kesesuaian
<i>Tangibles</i>				
P1	Fasilitas Bank Syariah ABC terlihat bersih dan nyaman	311	345	90,1%
P2	Penampilan karyawan rapi dan sopan	316	344	91,9%
P3	Peralatan transaksi seperti ATM dan komputer selalu berfungsi dengan baik	284	338	84%
P4	Brosur dan informasi layanan tersedia dengan tampilan menarik dan mudah dipahami	289	334	86,5%
<i>Reliability</i>				
P5	Memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan	298	331	90%
P6	Transaksi nasabah diproses dengan cepat dan akurat	294	340	86,5%
P7	Karyawan mampu menyelesaikan keluhan nasabah dengan baik	288	326	88,3%
P8	Sistem transaksi digital seperti <i>Mobile</i> jarang mengalami gangguan	215	303	71,0%
<i>Assurance</i>				
P9	Nasabah merasa aman dalam melakukan transaksi di	292	341	85,6%
P10	Karyawan selalu bersikap sopan dan ramah kepada nasabah	310	344	90,1%
P11	Karyawan memberikan informasi dengan jelas dan mudah dipahami	316	349	90,5%

Berdasarkan perbandingan antara harapan dan persepsi pada setiap atribut pelayanan, ditetapkan batas keputusan sebesar 86,8% sebagai acuan penentuan prioritas. Atribut dengan

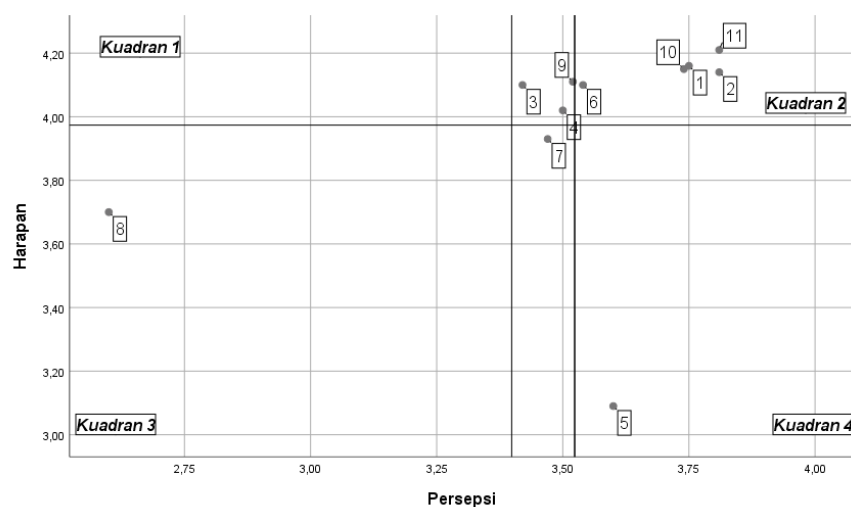


tingkat kesesuaian di bawah 86,8% dikategorikan sebagai Action (A) dan memerlukan perbaikan, sedangkan atribut di atas 86,8% termasuk Hold (H) dan perlu dipertahankan. Melalui metode IPA, klasifikasi ini membantu perusahaan memfokuskan perbaikan pada atribut penting yang belum memuaskan serta menjaga kinerja atribut yang sudah baik. Hasil keputusan disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Keputusan *Hold* dan *Action*

No	Atribut	Kesesuaian	Keputusan	
			Hold (H)	Action (A)
Tangibles				
P1	Fasilitas Bank Syariah ABC terlihat bersih dan nyaman	90,1%	H	
P2	Penampilan karyawan rapi dan sopan	91,9%	H	
P3	Peralatan transaksi seperti ATM dan komputer selalu berfungsi dengan baik	84%		A
P4	Brosur dan informasi layanan tersedia dengan tampilan menarik dan mudah dipahami	86,5%		A
Reliability				
P5	memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan	90%	H	
P6	Transaksi nasabah diproses dengan cepat dan akurat	86,5%		A
P7	Karyawan mampu menyelesaikan keluhan nasabah dengan baik	88,3%	H	
P8	Sistem transaksi digital seperti Mobile jarang mengalami gangguan	71,0%		A

Untuk menganalisis hubungan antara persepsi dan harapan nasabah dalam menilai kualitas pelayanan serta menentukan usulan perbaikan, digunakan diagram kartesius yang terbagi ke dalam 4 kuadran dengan sumbu X sebagai rata-rata skor harapan dan sumbu Y sebagai rata-rata skor persepsi. Hasil pemetaan tersebut disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Diagram Kartesius

Berdasarkan diagram kartesius, kuadran yang memiliki atribut terbanyak berada pada Kuadran II, yaitu P1, P2, P6, P10, dan P11. Selanjutnya, Kuadran I memuat atribut P3, P4,



dan P9, sedangkan Kuadran III terdiri dari atribut P7 dan P8. Adapun Kuadran IV hanya mencakup atribut P5.

KESIMPULAN

Hasil analisis SERVQUAL menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan antara persepsi dan harapan nasabah pada dimensi tangible (-1,94), *reliability* (-2,51), dan *assurance* (-1,4). Dimensi *reliability* tercatat memiliki nilai kesenjangan paling besar, yang mengindikasikan bahwa aspek keandalan layanan terutama terkait sistem digital, ketepatan waktu pelayanan, serta akurasi transaksi belum berjalan secara optimal. Selanjutnya, hasil IPA mengidentifikasi beberapa atribut pada Kuadran II sebagai prioritas perbaikan, yaitu penampilan karyawan yang rapi, kecepatan dan keakuratan transaksi, sikap ramah dan sopan, serta kejelasan informasi layanan. Oleh karena itu, upaya peningkatan kepuasan nasabah perlu difokuskan pada penguatan keandalan layanan digital, pemeliharaan fasilitas, percepatan pelayanan, serta peningkatan kompetensi dan profesionalisme karyawan secara berkelanjutan

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, N. M., Dwp, S., & Santoso, J. T. (2020). Pengaruh Bukti Fisik Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan Dan Empati Terhadap Kepuasan Bumdes. *Business And Accounting Education Journal*, 170-180.
- Ansari, N., K, N., Lestari, B. C., & Arsyid, K. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah. *Peshum: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*.
- Dewi, F. P., Rachman, B., & Rivanda, A. K. (2024). Peran Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Nasabah, Citra Dan Kepuasan Nasabah Dalam Mendapatkan Loyalitas Nasabah Pada Industri Lembaga Keuangan Mikro Syariah Di Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2), 2530–2546. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4372>
- Hamka, M., & Agusman, S. M. (2024). Prinsip Menjaga Hubungan Baik Dengan Pelanggan Pada Manajemen Mutu Terpadu Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Kajian Islam*, 132-146.
- Haryanto, J., Silitonga, R. Y. H., & Setiawati, M. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Aplikasi XYZ untuk Meningkatkan Kepuasan Mitra dengan Metode Servqual, IPA, dan CSI. *Journal of Integrated System*, 6(2), 197–209. <https://doi.org/10.28932/jis.v6i2.6587>
- Hasibuan, R. M., Harahap, F., & Lubis, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cafe Vanilla Panyabungan . *Jurnal Misi Institut Pendidikan Tapanuli Selatan (Ipts)* .
- Kholifah, S., Handoko, L. H., & Rudyanto. (2025). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kepuasan Nasabah Bank Syariah: Systematic Literature Review . *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*.
- Mia Sumiarsih, Ilman Ansori, Nijar Kurnia Romdoni, Putri Kamelia, & Ai Rahmatika. (2025). Strategi Perbaikan Kualitas Pelayanan Menggunakan Metoda SERVQUAL dan Model Importance Performance Analysis (IPA) pada Bisnis Kuliner Baso Aci Sambel Garut. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 3(4), 851–859. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.535>
- Muhaimin, A., Azis Syarif, A., & Hasibuan, Y. M. (2023). IESM (Industrial Engineering System and Management) Journal Analisa Kepuasan Konsumen di PT. Indomobil Primaniaga Dengan Metode Service Quality dan Metode IPA (Importance Performance Analysis) Analysis of Customer Satisfaction At PT. Indomobil Primaniaga . *IESM (Industrial Engineering System and Management)*, 4(1), 81–94.
- Munzir, T., Tanjung, R., Ismanto, W., Arifin, A., & Manan, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Dimensi*, 10(1),



- 178–196. <https://doi.org/10.33373/dms.v10i1.2986>
- Nasfi, Sabri, & Rahmad. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Ekonomi Syariah: Journal Of Economic Studies*.
- Ridwan, S., Ermansyah, M. J., dan Apriyana, N. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Orange Supermarket Di Merauke Town Square. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi (MEA)*, 8(2), 1048–1070. Doi: <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4116>
- SE., MM, K., & Indrayani, R. (2019). Importance Of The Performance Analysis (IPA) And Customer Satisfaction For Determining The Service Strategies Through The Servqual Model Approach. *Journal of Management and Business*, 18(1), 25–31. <https://doi.org/10.24123/jmb.v18i1.352>
- Sumarsid And Paryanti, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progres*.
- Teressa, B., Lukito, J. I., Aprilia, A., & Andreani, F. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Wizz Drive Thru Gelato Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(1), 1–14. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.18.1.1-14>
- Widiyanti, W. (2022). Perspektif: Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika Evaluasi Servqual pada Petshop Indonesia menggunakan Metode IPA dan CSI. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 20(1), 50–59.