



ANALISIS KOMPARATIF KUALITAS PELAYANAN BANK SYARIAH DAN BANK KONVENSIONAL DI KOTA BATAM

Hikmah

Dosen Universitas Putra Batam

(Naskah diterima: 1 Januari 2024, disetujui: 28 Januari 2024)

Abstract

This study aims to determine the performance comparison between sharia banks and conventional banks, and know the difference in quality between sharia banks and conventional banks. The instrument used to compare service quality is SERVQUAL. Data were analyzed descriptively and analyzed comparatively by using T-test. Descriptive analysis is used to find out patterns that appear in the data while T-test is used to analyze among variables in the questionnaire. The results showed that the dimensions of assurance that have significant differences between sharia and conventional banks, while other dimensions did not differ significantly. In addition, the results of the study also show that Islamic banks are higher in quality at point 3.57 while conventional banks are at point of 3.52

Keywords: *Sharia Bank, Conventional Bank, Service Quality, SERVQUAL.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan indeks pelayanan antara bank syariah dan bank konvensional, dan mengetahui perbedaan kualitas pelayanan antara bank syariah dan bank konvensional. Instrumen yang digunakan untuk membandingkan kualitas layanan adalah SERVQUAL. Data dianalisis secara deskriptif dan dianalisis secara komparatif dengan menggunakan uji-T. Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui pola yang muncul dalam data sementara uji-T digunakan untuk menganalisis korelasi antar variabel dalam kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi *Assurance* yang memiliki perbedaan signifikan antara bank syariah dan konvensional, sedangkan dimensi lainnya tidak berbeda signifikan. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa bank syariah dinilai lebih tinggi dalam hal kualitasnya pada titik 3,57 sedangkan bank konvensional berada pada titik 3,52.

Kata Kunci: Bank Syariah, Bank Konvensional, Kualitas Pelayanan, SERVQUAL.

I. PENDAHULUAN

Perbankan merupakan lembaga keuangan yang menyediakan jasa keuangan. Dalam perkembangannya, kegiatan operasional perbankan bukan hanya menghimpun dan menyalurkan dana saja tetapi juga menjadikan kualitas layanan sebagai *strategy based* dalam rangka memenangkan persaingan. Dalam lingkungan perbankan yang kompetitif saat ini, sebagian besar bank-bank menawarkan produk yang sama atau serupa di seluruh dunia dan kualitas layanan adalah penting artinya untuk membedakan diri mereka di pasar (Hossain dan Leo, 2009). Di Indonesia, sistem perbankan menganut *dual banking system*, sehingga nasabah masih dapat melakukan pilihan antara bank konvensional dengan bank syariah (Wensen, Murni, & Untu, 2017).

Keberadaan bank (konvensional dan syariah) secara umum memiliki fungsi strategis sebagai lembaga intermediasi dan memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, namun karakteristik dari kedua tipe bank (konvensional dan syariah) dapat mempengaruhi perilaku calon nasabah dalam menentukan preferensi mereka terhadap pemilihan antara kedua tipe bank tersebut.

Lebih lanjut, perilaku nasabah terhadap produk perbankan (bank konvensional dan bank syariah) dapat dipengaruhi oleh sikap dan persepsi masyarakat terhadap karakteristik perbankan itu sendiri. Sejalan dengan itu, bahwa untuk mengukur kinerja perusahaan, menjaga kualitas pelayanan saat ini telah menjadi masalah serius bagi bank di pasar yang kompetitif, dan pengukuran kualitas pelayanan yang dirasakan nasabah dapat digunakan sebagai instrumen dasar untuk membandingkan kinerja berbagai bank (Shibani & Fuentes, 2017). Di sisi lain, kualitas pelayanan yang dirasakan dapat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah yang memenuhi layanan (Abdul-majid, Falahaty, & Jusoh, 2017). Bahkan, Zeithaml et al. (2006) menemukan bahwa kualitas pelayanan memberikan dampak positif pada kepuasan nasabah, retensi, pengurangan biaya dan profitabilitas yang lebih tinggi (Mayes, 2017). Kualitas pelayanan juga membantu dalam meningkatkan produktivitas, pangsa pasar, metode pelayanan yang menarik, menurunkan potensi pergantian pegawai yang cenderung lebih rendah dan meningkatkan semangat karyawan (Miah & Uddin, 2017).

Konseptualisasi awal kualitas layanan didasarkan pada paradigma diskonfirmasi yang digunakan dalam literatur jenis barang fisik (Misbach Irwan, 2013: 23). Paradigma diskonfirmasi ini merupakan dasar bagi Parasuraman, Berry dan Zeithaml (1985) yang memperkenalkan model SERVQUAL (Service Quality), yang memandang kualitas layanan sebagai kesenjangan antara tingkat layanan yang diharapkan dengan tingkat persepsi konsumen dari layanan yang diterima (Shibani & Fuentes, 2017). Parasuraman et al. (1988) mengembangkan penelitiannya yang menghasilkan 22 instrumen skala pengukuran persepsi konsumen yang dikenal dengan model SERVQUAL (kualitas layanan).

Model pengukuran SERVQUAL ini dikenal dengan 5 dimensi: *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangible* (bukti fisik), untuk menilai persepsi kualitas layanan konsumen dalam organisasi jasa dan ritel (Putri Dwi Cahyani, 2016). Penggunaan dimensi SERVQUAL di lintas industri harus disesuaikan dengan karakteristik industri yang akan diteliti karena adanya tipe/konsep layanan yang berbeda pada masing-masing industri. Hal ini sesuai dengan Babkus dan Boller (1992) bahwa

SERVQUAL tergantung konteks jasa tertentu yang bersifat murni penjual jasa seperti bank, jasa telepon, broker, reparasi peralatan, asuransi, rumah sakit ataupun perusahaan kartu kredit (Choliq, 2016)

Banyak penelitian yang berupaya untuk memberikan definisi, pemodelan, pengukuran, prosedur pengumpulan data, serta analisis data yang relevan dengan masalah kualitas pelayanan. Namun, masih sedikit yang telah dilakukan dalam konteks industri perbankan di Indonesia, khususnya Kota Batam. Jadi penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan yang dirasakan oleh nasabah bank syariah dan bank konvensional di Kota Batam.

Kualitas pelayanan bank konvensional masih dirasakan oleh nasabah kurang maksimal hal ini dapat dilihat pada beberapa bank yang harus menunggu berjam jam untuk pembukaan rekening karena kurangnya fasilitas atau kurang tersedianya *customer service*, kurang tersedianya kursi di ruang tunggu untuk menunggu antrian, jadi sebagian nasabah harus berdiri, sedangkan Kualitas pelayanan di bank syariah, banyak kritik dari masyarakat terutama mengenai penerapan sistem bagi hasil yang diterapkannya. Beberapa diantara mereka meragukan

kesesuaian bank syariah yang sesuai dengan syariat Islam. Selain itu, beberapa keluhan pelayanan di bagian front office yang terkesan kurang profesional juga banyak dilontarkan masyarakat. Hal tersebut tentu saja harus segera diselesaikan untuk menjaga loyalitas nasabah yang mengutamakan prinsip syariah sebagai motivator untuk menggunakan bank syariah. Upaya yang memungkinkan untuk dilakukan adalah dengan memperbaiki dan meningkatkan pelayanan bank syariah yang di dalamnya juga melibatkan kesesuaian produk dengan prinsip syariah yang menjadi pembeda bank syariah dengan bank konvensional.

Dari uraian di atas, peneliti mengajukan beberapa pertanyaan diantaranya adalah: (1) Berapakah indeks kualitas pelayanan bank syariah dan bank konvensional; (2) Apakah terdapat perbedaan indeks kualitas pelayanan antara bank syariah dan bank konvensional?

II. KAJIAN TEORI

2.1 Konsep dan Desain Kualitas Pelayanan

Kualitas telah dipelajari sejak lama dan banyak yang telah ditulis tentang bagaimana kualitas harus ditangani dalam suatu perusahaan/lembaga. Banyak penulis yang telah berulang kali membahas pentingnya manajemen mutu sebagai faktor esensi dalam pelayanan, misalnya kualitas kepemimpinan

bagi pemimpin, dan keterlibatan karyawan dalam kualitas, pelatihan karyawan, dan manajemen mutu supplier (Parasuraman et al, 1985; Berry et al, 1988; Cronin et al, 2000). Sehingga, banyak konsep kualitas telah dikembangkan yang meliputi Quality Control (QC), Total Quality Management (TQM), dan Service Quality (SERVQUAL) (Nalim, 2015).

Kualitas layanan merupakan isu krusial bagi setiap perusahaan, apapun bentuk produk yang dihasilkan. Secara sederhana, kualitas layanan bisa diartikan sebagai “ukuran ekspektasi pelanggan (Wulandari & Subagio, 2015). Berdasarkan definisi ini, kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dengan kata lain, menurut Parasuraman, et al., (1985). faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan adalah layanan yang diharapkan pelanggan (*expected service*) dan persepsi terhadap layanan (*perceived service*) (Miah & Uddin, 2017).

SERVQUAL memiliki berbagai aplikasi yang sangat banyak. Hal ini dapat membantu berbagai layanan dan organisasi ritel dalam menilai harapan pelanggan dan persepsi kualitas pelayanan. Hal ini juga dapat membantu dalam penentuan daerah yang

membutuhkan perhatian manajerial dan tindakan untuk meningkatkan kualitas layanan (Wijiharta, 2015). SERVQUAL memiliki skala multi-item ringkas, dengan reliabilitas dan validitas baik, dapat digunakan untuk lebih memahami harapan dan persepsi pelanggan dan pada akhirnya mampu meningkatkan kualitas layanan. Instrumen model SERVQUAL berkembang menjadi 22 item untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan yang terdiri dari lima dimensi: *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*). Dimensi pertama, "*tangible*", terkait dengan fasilitas fisik, peralatan dan penampilan personil. Dimensi kedua, "*reliability*", berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan layanan yang diinginkan, akurat dan konsisten. Dimensi ketiga, "*responsiveness*", terkait dengan kesediaan untuk memberikan layanan dan bantuan pelanggan. Dimensi keempat, "*assurance*", berkaitan dengan pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan karyawan untuk memberikan kepercayaan dan keyakinan. Dimensi terakhir adalah "*emphaty*" disebut peduli, dan memberikan perhatian individual kepada pelanggan (Choliq, 2016).

2.2 Skala SERVQUAL – PBZ Pengukuran

Pengukuran kualitas layanan merupakan isu kritis dan beberapa model kualitas layanan yang disajikan selama beberapa dekade terakhir, tetapi yang paling umum digunakan adalah 'SERVQUAL' oleh Parasuraman, Zeithmal dan Berry (1985).

Menurut Parasuraman et al. (1985), persepsi pelanggan tentang kualitas layanan dapat ditentukan oleh lima 'Gap'. The 'SERVQUAL' skala didasarkan pada gap 5 dan sepuluh dimensi asli yang disempurnakan menjadi lima dimensi dan 22 item. Skala SERVQUAL (Parasuraman et al., 1985, 1988, 1991) telah banyak dimanfaatkan oleh manajer dan akademisi. Popularitas SERVQUAL adalah karena sejumlah keuntungan yang telah diakui untuk (Rivai, Lukviarman, Lukman, & Andrius, 2014)

Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985) melakukan serangkaian penelitian khusus terhadap beberapa jenis industri jasa dan berhasil mengidentifikasi 10 faktor utama yang menentukan kualitas layanan yaitu Reliabilitas, Responsivitas atau daya tanggap, Kompetensi, Akses, Kesopanan (*courtesy*), Komunikasi, Kredibilitas, Keamanan (*security*), Kemampuan memahami pelanggan, Bukti fisik (*tangibles*). Dalam riset

selanjutnya, Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1988) kembali melakukan penelitian pada kelompok fokus (*focus group*), baik pengguna maupun penyedia layanan, dan menemukan adanya *overlapping* di antara beberapa dimensi di atas. mereka menemukan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara *communication*, *competence*, *courtesy*, *credibility* dan *security* yang kemudian dikelompokkan menjadi satu dimensi yaitu *assurance*. Hubungan yang sangat kuat juga terjadi pada *access* dan *understanding* yang kemudian dikelompokkan menjadi *emphaty*. Oleh sebab itu, mereka menyederhanakan sepuluh dimensi tersebut menjadi lima dimensi pokok kualitas layanan. Kelima dimensi tersebut disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut (Meslier, Risfandy, & Tarazi, 2017):

1. *Reliability* (kehandalan) berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun
2. *Responsiveness* (daya tanggap) berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespons permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan secara cepat dan tanggap.
3. *Assurance* (jaminan) yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya.
4. *Emphaty* (empati) yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan dan perusahaan dalam memberikan perhatian tulus dan bersifat individual atau memahami masalah pelanggan dan bertindak demi keinginan dan kebutuhan pelanggan.
5. *Tangible* (bukti fisik) yaitu kemampuan perusahaan untuk menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal yang meliputi penampilan fasilitas fisik (gedung, ruang *front office*, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan komunikasi (teknologi) serta penampilan karyawannya.

2.3 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Tidak sedikit masyarakat umum dan bahkan kalangan intelektual terdidik yang belum memahami konsep bank syariah. Mereka beranggapan bagi hasil adalah sama dengan bunga. Mereka mengklaim, bahwa bagi hasil hanyalah nama lain dari sistem bunga. Pandangan ini juga masih terdapat di kalangan sebagian kecil ustadz yang belum memahami konsep dan operasional bagi hasil. Bank Islam (syariah) merupakan bank yang secara operasional berbeda dengan bank konvensional. Dalam beberapa hal, bank syariah dan bank konvensional memiliki persamaan terutama dalam sisi teknis. Akan tetapi terdapat banyak perbedaan yang mendasar diantara keduanya yang menyangkut akad dan aspek legalitas, lembaga penyelesaian sengketa, usaha yang dibiayai dan lingkungan kerja serta corporate culture (Misbach Irwan, 2013:66)

Pengertian bank menurut Undang-Undang No. 10 tahun 1999 tentang perubahan atas Undang-Undang No. 7 tahun 1992 tentang perbankan adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau

bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Bank konvensional dapat didefinisikan seperti pada pengertian bank umum pada pasal 1 ayat 3 Undang-Undang No. 10 tahun 1998 dengan menghilangkan kalimat “dan atau berdasarkan prinsip syariah”, yaitu bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Bank Islam atau selanjutnya disebut dengan Bank Syariah, adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, men Bank Syariah, adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Menurut Antonio dan Perwataatmadja yang dikutip oleh (Ismail, 2011: 32) dalam buku Perbankan Syariah. Bank Islam adalah bank yang beroperasi dengan prinsip syariah Islam dan bank yang tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan al-Qur'an dan al-Hadits.

III. METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah bank syariah dan konvensional yang ada di Kota Batam. Bank syariah yang terdiri dari Bank Negara Indonesia Syariah (BNI Syariah), Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRI Syariah), dan Bank Syariah Mandiri (BSM). Sedangkan bank konvensional yang terdapat di Kota Batam adalah Bank Mandiri, Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank BCA. Karena jumlah populasi secara keseluruhan tidak diketahui, maka dalam memilih jumlah sampel, peneliti menggunakan pendekatan yang dikemukakan oleh Lemeshow (1991) dengan rumus:

$$n = \frac{Z^2 P(1 - P)}{d^2}$$

Dimana:

Z = nilai kritis untuk distribusi z = 1,96

P = nilai peluang estimasi maksimum = 0,5

d = persen kelonggaran, biasanya

diperbolehkan antara 1 sampai 10%.

Dalam penelitian ini diambil $d = 7\% = 0,07$

$$n = \frac{1,96^2 0,5(1 - 0,5)}{0,07^2}$$

$$n = 150,0625$$

$$n = 150.$$

Kuesioner dirancang dengan menggunakan skala likert dimana setiap

jawaban diberi bobot nilai (Skor) 5 (lima) untuk jawaban sangat setuju sampai dengan 1 (satu) untuk jawaban sangat tidak setuju. Nilai dari setiap jawaban kemudian diproses dan diolah untuk digunakan sebagai alat pengukur variabel-variabel tersebut.

IV. HASIL PENELITIAN

4.1 Indeks Kualitas Pelayanan Bank Syariah dan Konvensional

Jika kedua jenis bank disejajarkan pada setiap dimensi, maka akan terlihat perbedaan indeks pelayanannya, Penilaian nasabah terhadap kedua jenis bank selalu beriringan pada setiap dimensi. Hanya saja skor atau indeks kualitas pelayanannya sedikit berbeda untuk setiap dimensi. Terlihat bahwa untuk setiap dimensi, indeks kualitas pelayanan bank syariah selalu lebih tinggi daripada bank konvensional. Jika seluruh dimensi layanan digabung maka akan diperoleh indeks kualitas pelayanan kedua jenis bank. Indeks pelayanan bank syariah lebih tinggi dibanding bank konvensional. Hal ini dapat dilihat dari nilai sebesar 3,57 (syariah) berbanding 3,52 (konvensional).

Meskipun selisihnya sangat kecil (0,05), namun tetaplah bahwa kualitas pelayanan bank syariah dinilai lebih baik

daripada bank konvensional. Hal ini tentu menjadi penyemangat tersendiri bagi para calon nasabah bank konvensional karena pelayanannya lebih ditingkatkan dari bank syariah

Analisis Komparasional: Uji-T Sampel Bebas

Hasil uji t sampel bebas pada setiap dimensi Bank Konvensional dan Bank Syariah dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Nilai signifikansi setiap dimensi pelayanan

Dimensi	Nilai Sig. (2-Tailed)
<i>Tangible</i>	0,341
<i>Reliability</i>	0,552
<i>Responsiveness</i>	0,139
<i>Assurance</i>	0,095
<i>Empathy</i>	0,243

Tabel 1 menunjukkan bahwa dari kelima dimensi, hanya dimensi *Assurance* yang memiliki perbedaan signifikan antara bank syariah dan konvensional, sedangkan dimensi lainnya tidak berbeda signifikan.

Analisis Komparasi Kualitas Pelayanan antara Bank Konvensional dengan Bank Syariah. Pada Tabel 2 ditunjukkan output SPSS dari analisis uji t sampel bebas mengenai kualitas pelayanan pada bank konvensional dan bank syariah. **Tabel 2.** Independent samples test

Dari Tabel 2 dapat dilihat bahwa nilai

			Pelayanan	
			Equal variances assumed	Equal variances not
Levene's Test	F		.768	
Variances	Sig.		.324	
t-test for	T		-2.738	-2.738
	Df		78	76.135
	Sig. (2-tailed)		.007	.007
	Mean Difference		-1.36537	-1.36537
	Std. Error Difference		.35194	.35194
	95% Confidence	Lower	-2.22784	-2.22841
	Difference	Upper	-.40891	-.40834

signifikansi yang dihasilkan sebesar 0.007.

Artinya terdapat perbedaan yang signifikan antara pelayanan bank syariah dan konvensional. Dengan demikian, kualitas pelayanan secara keseluruhan gabungan seluruh dimensi) yang diberikan oleh bank konvensional berbeda dengan bank syariah. Bank syariah yang notabene merupakan bank dengan *basic* syariah, ternyata memberikan pelayanan kepada nasabah dengan kualitas yang lebih baik daripada bank konvensional. Hal ini dapat dilihat dari indeks kualitas bank syariah yang lebih besar daripada bank konvensional ($3,57 > 3,52$). Dapat dikatakan bahwa pelayanan yang dirasakan oleh nasabah bank syariah lebih baik daripada bank konvensional meskipun dari sisi usia, bank syariah tertinggal jauh dari bank konvensional. Dari hasil analisis di atas diperoleh bahwa, jika yang dibandingkan adalah dimensi pelayanan, maka tidak ada

perbedaan yang signifikan antara bank konvensional dengan bank syariah dalam dimensi *tangible*, *reability*, *responsiveness* dan *emphaty*. Namun, khusus dimensi *assurance* memiliki perbedaan signifikan. Artinya sebagian besar dimensi kualitas pelayanan yang diberikan oleh kedua bank tersebut tidak jauh berbeda. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya diperoleh kesimpulan sebagai berikut: (1) Dimensi kualitas pelayanan yang paling baik di bank syariah dan konvensional adalah dimensi *reability* (2) Terdapat perbedaan indeks kualitas pelayanan antara bank syariah dan bank konvensional di kota Batam

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul-majid, M., Falahaty, M., & Jusoh, M. (2017). Performance of Islamic and conventional banks: A meta-frontier approach. *Research in International Business and Finance*.
<https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2017.07.069>
- Cholih, H. A. (2016). Bank Syariah Dan Bank Konvensional (Pendekatan Model PBZ), 20(1), 127–140.

Ismail. (2011). *Ismail. 2011. Perbankan Syariah, Jakarta: Kencana Prenada Media Group*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Mayes, D. (2017). Islamic Bank Efficiency Compared to Conventional Banks during the Global Crisis in the GCC Region. *Journal of International Financial Markets, Institutions & Money*.
<https://doi.org/10.1016/j.intfin.2017.08.010>

Meslier, C., Risfandy, T., & Tarazi, A. (2017). Dual market competition and deposit rate setting in Islamic and conventional banks. *Economic Modelling*, 63(November 2016), 318–333.
<https://doi.org/10.1016/j.econmod.2017.02.013>

Miah, M. D., & Uddin, H. (2017). Efficiency and stability : A comparative study between islamic and conventional banks in GCC countries, 3, 172–185.
<https://doi.org/10.1016/j.fbj.2017.11.001>

Misbach Irwan. (2013). *Kualitas Layanan Bank Syariah*. Makassar: Press. Makassar.

Nalim. (2015). Analisis perbandingan terhadap Pelayanan Bank syariah dan Bank Konvensional di Kota Pekanbaru. *Jurnal Hukum Islam*, 13(108), 108–118.

Putri Dwi Cahyani. (2016). Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah Di Yogyakarta. *Esens: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 6(September), 151–162.

Rivai, H. A., Lukviarman, N., Lukman, S., & Andrius, F. (2014). Identifikasi faktor penentu keputusan konsumen dalam memilih jasa perbankan: bank syariah vs bank konvensional. *Bank Indonesia Dan Center for Banking Reserch*.

Shibani, O., & Fuentes, C. De. (2017). The differences and the similarities between corporate governance principles in Islamic banks and Conventional banks
First author : Osama Shibani Facultat d
â€™TM Economia, Universitat de València
,Avda . Tarongers s / n , 46021 Valencia
,Spain. *Research in International Business and Finance*.
<https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2017.07.036>

Wensen, N., Murni, S., & Untu, V. (2017). Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Mandiri (Persero) Tbk Dan Bank Central Asia (Persero) Tbk Periode Tahun 2011-2015. *Jurnal EMBA*, 5(2), 734–743.

Wijiharta. (2015). Perbandingan Kualitas Pelayanan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional Di Yogyakarta Bagi Nasabah Ganda Menggunakan “Carter” Model. *JBTI*, 1(1), 90–107.

Wulandari, D., & Subagio, A. (2015). Consumer Decision Making in Conventional Banks and Islamic Bank based on Quality of Service Perception. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211(September), 471–475.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.062>