MUSYTARI
ISSN : 3025-9495

Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 25 No. 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

SEGMENTASI RESPONDEN BERDASARKAN PERSEPSI TERHADAP KUALITAS DAN PELAYANAN MENGGUNAKAN ANALISIS CLUSTER DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

Nailah
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta
Email: 2410116029@mahasiswa.upnvj.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengelompokkan responden berdasarkan persepsi mereka terhadap kualitas dan pelayanan dengan menggunakan analisis cluster dalam perspektif Ekonomi Syariah. Variabel kualitas dan pelayanan diukur melalui beberapa indikator penilaian responden yang merepresentasikan mutu layanan dan pengalaman pelayanan yang mereka terima. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik *cluster analysis* untuk mengidentifikasi kelompok responden yang memiliki karakteristik persepsi serupa. Data yang digunakan merupakan data primer hasil kuesioner dengan skala Likert yang telah diolah menggunakan perangkat lunak SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden dapat terbagi ke dalam beberapa cluster dengan karakteristik persepsi yang berbeda terhadap kualitas dan pelayanan. Setiap cluster menggambarkan tingkat kepuasan dan pengalaman layanan yang bervariasi, mulai dari kelompok dengan persepsi sangat baik hingga kelompok dengan persepsi rendah. Temuan ini memberikan gambaran bahwa persepsi masyarakat terhadap kualitas dan pelayanan tidak homogen, sehingga diperlukan pendekatan pelayanan yang berbeda sesuai karakteristik setiap cluster. Dalam perspektif Ekonomi Syariah, hasil ini menunjukkan pentingnya penerapan prinsip ihsan, maslahah, dan keadilan dalam penyediaan layanan agar setiap kelompok pengguna dapat memperoleh pelayanan yang optimal sesuai kebutuhan mereka.

Kata kunci : Segmentasi_Responden; Kualitas; Pelayanan; Analisis_Cluster; Ekonomi_Syariah

Abstract

This study aims to segment respondents based on their perceptions of quality and service by employing cluster analysis within the framework of Islamic Economics. The variables of quality and service are measured through several indicators that represent the level of service performance and the service experience received by respondents. The research utilizes a quantitative approach with cluster analysis techniques to identify groups of respondents who share similar perceptual characteristics. The data used consist of primary data obtained from a Likert-scale questionnaire and processed using SPSS software.

The findings indicate that respondents can be divided into several clusters with differing perceptions of quality and service. Each

Article history
Received: Desember 2025
Reviewed: Desember 2025
Published: Desember 2025

Plagirism checker no 1471
Doi : prefix doi : 10.8734/musytari.v1i2.359
Copyright : author
Publish by : musytari



This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 25 No. 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

cluster reflects varying levels of satisfaction and service experience, ranging from groups with very positive perceptions to those with lower evaluations. These results suggest that public perceptions of service quality are not homogeneous, highlighting the need for differentiated service approaches tailored to the characteristics of each cluster. From the perspective of Islamic Economics, the results emphasize the importance of applying the principles of ihsan, maslahah, and justice in service delivery so that each respondent group can receive optimal services that meet their respective needs.

Keywords: Respondent_Segmentation; Quality; Service; Cluster_Analysis; Islamic_Economics

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, Bank Indonesia (BI) bersama berbagai pihak terus mendorong perkembangan Ekonomi Syariah di Indonesia sebagai bagian dari strategi pembangunan yang inklusif dan berkelanjutan. Sejak 2025, BI juga menegaskan komitmennya melalui sejumlah program utama yang berfokus pada penguatan ekosistem halal, peningkatan layanan keuangan syariah, serta perluasan inklusi keuangan syariah (Heruanto & Wahyudi, 2022).



Gambar 1. Gubernur BI Perry Warjiyo dalam kegiatan Sarasehan Nasional Ekonomi Syariah Refleksi Kemerdekaan RI 2025 di Jakarta

Perkembangan ini menunjukkan bahwa layanan berbasis syariah, baik di sektor keuangan, jasa, maupun industri halal, semakin menjadi sorotan dan memperoleh perhatian luas dari masyarakat. Upaya ini juga sejalan dengan program inklusi keuangan syariah yang menargetkan perluasan akses dan peningkatan literasi masyarakat terhadap layanan berbasis prinsip syariah.

Dengan meningkatnya dukungan tersebut, layanan syariah di sektor keuangan, jasa, hingga industri halal semakin relevan dan memperoleh perhatian yang lebih luas dari publik. Kondisi ini menandakan bahwa kebutuhan masyarakat terhadap layanan yang sesuai prinsip syariah semakin berkembang, sehingga pengukuran persepsi kualitas dan pelayanan menjadi penting untuk memastikan layanan tersebut mampu memenuhi harapan pengguna.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 25 No. 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

TINJAUAN PUSTAKA

KUALITAS LAYANAN

Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan layanan yang diberikan penyedia jasa berdasarkan persepsi pengguna. Menurut Norvadewi dan Akhmad Nur Zaroni (Zaroni, 2020), kualitas layanan dinilai melalui dimensi seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik yang diterima oleh konsumen. Persepsi terhadap kualitas layanan seringkali dipengaruhi oleh pengalaman langsung pengguna dan ekspektasi mereka terhadap mutu layanan. Dalam konteks penelitian ini, kualitas dipahami sebagai penilaian responden terhadap mutu pelayanan yang mereka terima secara keseluruhan.

PELAYANAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

Dalam Ekonomi Syariah, pelayanan tidak hanya dinilai dari aspek teknis, tetapi juga dari kepatuhan terhadap nilai-nilai syariah. Prinsip seperti ihsan, keadilan, dan maslahah menjadi dasar dalam memberikan layanan yang etis dan bermanfaat bagi semua pihak. Pelayanan yang baik dalam perspektif syariah harus menekankan kejujuran, tidak merugikan, serta menciptakan kenyamanan bagi pengguna layanan (Kurniawansyah et al., n.d.). Oleh karena itu, persepsi masyarakat terhadap pelayanan syariah tidak hanya berhubungan dengan kepuasan, tetapi juga dengan kesesuaian layanan terhadap nilai-nilai Islam.

SEGMENTASI RESPONDEN DAN ANALISIS CLUSTER

Segmentasi responden adalah proses pengelompokan individu berdasarkan karakteristik tertentu, termasuk sikap, persepsi, atau perilaku. Analisis cluster digunakan untuk mengidentifikasi kelompok responden yang memiliki pola persepsi serupa tanpa harus menentukan kelompok sejak awal (Fadhillah et al., 2025). Teknik ini umum digunakan dalam penelitian perilaku konsumen, pemasaran, dan analisis kepuasan layanan. Dalam penelitian ini, analisis cluster berfungsi untuk membentuk kelompok responden berdasarkan kesamaan persepsi mereka terhadap kualitas dan pelayanan.

KETERKAITAN ANTAR VARIABEL

Persepsi terhadap kualitas dan pelayanan merupakan dua aspek yang saling berhubungan. Responden dengan persepsi kualitas tinggi cenderung memiliki penilaian positif terhadap pelayanan yang diberikan, sementara responden yang merasa kualitasnya rendah biasanya menilai pelayanan secara negatif. Melalui analisis cluster, perbedaan persepsi ini dapat terlihat dalam bentuk pengelompokkan responden yang memiliki karakteristik serupa. Temuan ini dapat menjadi dasar untuk memahami kebutuhan pengguna layanan serta merancang strategi pelayanan yang lebih tepat dan sesuai prinsip-prinsip Ekonomi Syariah (Aisyah, 2018).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis cluster untuk mengelompokkan responden berdasarkan persepsi mereka terhadap kualitas dan pelayanan dalam konteks Ekonomi Syariah. Data penelitian merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner skala Likert kepada responden yang pernah mendapatkan layanan berbasis syariah. Seluruh data diolah menggunakan SPSS, mulai dari uji prasyarat, standarisasi variabel, hingga proses pembentukan cluster dengan teknik hierarchical maupun non-hierarchical untuk memperoleh kelompok responden yang memiliki pola persepsi serupa. Tahapan penelitian meliputi pengumpulan data, pengolahan data, penentuan jumlah cluster,

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 25 No. 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

interpretasi karakteristik tiap cluster, serta analisis temuan dalam perspektif Ekonomi Syariah, khususnya terkait prinsip ihsan, maslahah, dan keadilan dalam pelayanan. Pendekatan ini digunakan agar segmentasi responden dapat dipetakan secara objektif dan menghasilkan informasi yang berguna dalam memperbaiki mutu layanan syariah sesuai kebutuhan tiap kelompok pengguna.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum melakukan pengelompokan, data kuesioner yang berisi indikator kualitas layanan dan pelayanan dalam perspektif Ekonomi Syariah terlebih dahulu diolah dan disiapkan. Proses pengolahan ini meliputi pengecekan data, pengkodean jawaban Likert, serta verifikasi kelayakan data untuk dianalisis menggunakan teknik cluster. Setelah data siap, analisis cluster dilakukan untuk mengetahui pola pengelompokan responden berdasarkan kesamaan persepsi mereka. Tahapan analisis dilakukan menggunakan dua teknik, yaitu hierarchical cluster untuk menentukan jumlah cluster optimal, dan K-Means untuk membentuk cluster akhir yang lebih stabil.

ANALISIS CLUSTER HIERARKIS

Case Processing Summary[a,b]

Cases					
Valid		Missing		Total	
N	Percent	N	Percent	N	Percent
50	100.0	0	.0	50	100.0

a. Squared Euclidean Distance used

b. Average Linkage (Between Groups)

Tabel 1. Output Dendrogram Analisis Cluster Hierarkis

Berdasarkan hasil *Case Processing Summary*, terlihat bahwa penelitian ini menggunakan 50 responden dan semuanya dapat dianalisis tanpa ada data yang hilang. Artinya, data sudah lengkap sehingga bisa langsung digunakan tanpa harus diisi atau dibersihkan lagi. Analisis ini memakai ukuran jarak Squared Euclidean Distance dan metode pengelompokan Average Linkage, yang memang umum dipakai untuk data kuesioner skala Likert. Dengan cara ini, proses pembentukan kelompok dianggap cukup stabil dan dapat dipercaya.

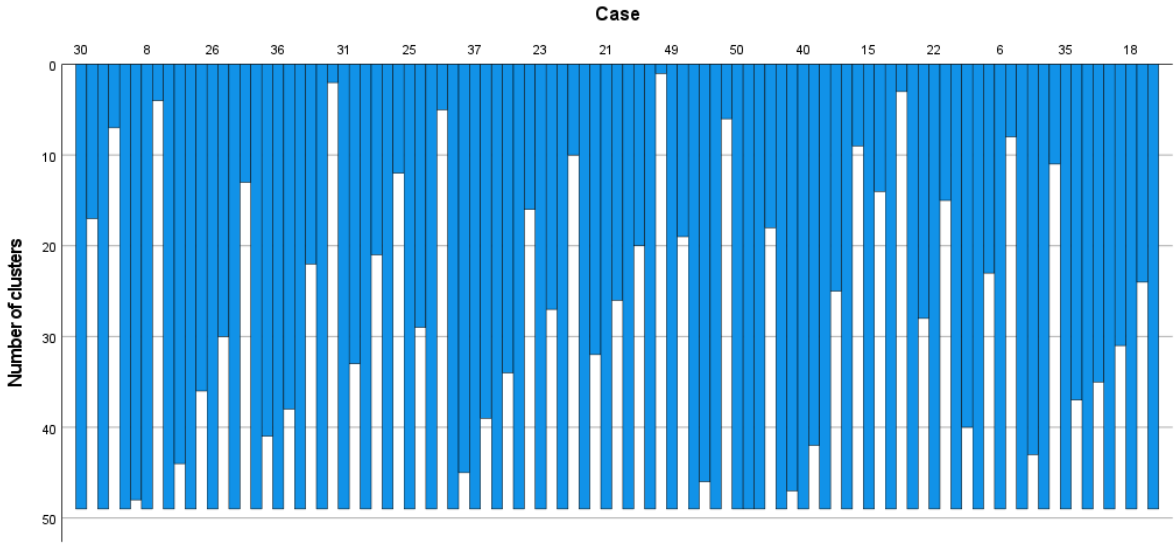
MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 25 No. 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Agglomeration Schedule

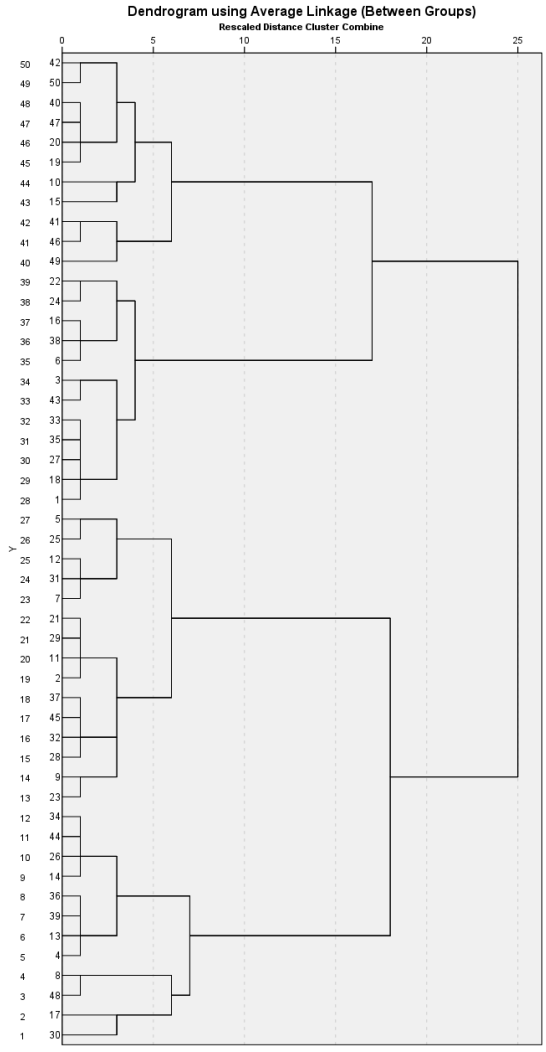
Stage	Cluster Combined		Coefficients	Stage Cluster First Appears		Next Stage
	Cluster 1	Cluster 2		Cluster 1	Cluster 2	
1	42	50	.000	0	0	32
2	8	48	.000	0	0	43
3	40	47	.000	0	0	8
4	41	46	.000	0	0	31
5	37	45	.000	0	0	11
6	34	44	.000	0	0	14
7	3	43	.000	0	0	39
8	20	40	.000	0	3	25
9	36	39	.000	0	0	12
10	16	38	.000	0	0	27
11	32	37	.000	0	5	16
12	13	36	.000	0	9	28
13	33	35	.000	0	0	15
14	26	34	.000	0	6	20
15	27	33	.000	0	13	19
16	28	32	.000	0	11	34
17	12	31	.000	0	0	29
18	21	29	.000	0	0	24
19	18	27	.000	0	15	26
20	14	26	.000	0	14	37
21	5	25	.000	0	0	38
22	22	24	.000	0	0	35
23	9	23	.000	0	0	34
24	11	21	.000	0	18	30
25	19	20	.000	0	8	32
26	1	18	.000	0	19	39
27	6	16	.000	0	10	35
28	4	13	.000	0	12	37
29	7	12	.000	0	17	38
30	2	11	.000	0	24	40
31	41	49	1.000	4	0	44
32	19	42	1.000	25	1	41
33	17	30	1.000	0	0	43
34	9	28	1.000	23	16	40
35	6	22	1.000	27	22	42
36	10	15	1.000	0	0	41
37	4	14	1.000	28	20	46
38	5	7	1.000	21	29	45
39	1	3	1.000	26	7	42
40	2	9	1.333	30	34	45
41	10	19	1.500	36	32	44
42	1	6	1.543	39	35	47
43	8	17	2.500	2	33	46
44	10	41	2.542	41	31	47
45	2	5	2.720	40	38	48
46	4	8	3.250	37	43	48
47	1	10	8.000	42	44	49
48	2	4	8.261	45	46	49
49	1	2	11.931	47	48	0

Tabel 2. Output Agglomeration Schedule Analisis Cluster Hierarkis

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 25 No. 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359



Gambar 2. Vertical Icicle Plot (Hasil Analisis Cluster Hierarkis)



Gambar 3. Dendrogram Hasil Analisis Cluster Hierarkis

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 25 No. 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Pada tabel *Agglomeration Schedule*, kita bisa melihat proses pembentukan cluster terjadi secara bertahap, mulai dari setiap individu sampai menjadi kelompok besar. Pada tahap awal, nilai penggabungan antar objek masih kecil dan hampir sama, menunjukkan bahwa responden yang digabung memang mirip satu sama lain. Namun menjelang tahap terakhir, terjadi lonjakan nilai yang cukup besar, terutama pada tahap ke-49 dengan angka sekitar 11,391. Lonjakan besar ini menunjukkan bahwa penggabungan pada tahap tersebut sudah mulai menyatukan responden yang berbeda karakteristik.

Dari pola itu, dapat disimpulkan bahwa jumlah cluster terbaik berada sebelum lonjakan besar tersebut terjadi. Dengan kata lain, pemilihan tiga cluster adalah yang paling tepat karena pada titik ini responden masih berada dalam kelompok yang relatif serupa di dalamnya tetapi berbeda di antara kelompok lain. Hasil ini kemudian menjadi dasar untuk analisis lanjutan menggunakan metode K-Means agar karakter tiap cluster dapat terlihat lebih jelas.

Secara umum, hasil ini menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap kualitas layanan berbasis syariah ternyata beragam. Ada responden yang merasa pelayanannya sangat baik, ada yang merasa cukup saja, dan ada juga yang kurang puas. Temuan ini memberi sinyal bahwa penyedia layanan perlu memberikan pendekatan yang lebih sesuai bagi setiap kelompok, bukan hanya dalam teknis pelayanan tetapi juga dalam penerapan nilai-nilai syariah seperti keadilan, kenyamanan, dan kebermanfaatan. Dengan demikian, analisis cluster ini bukan hanya memetakan data, tetapi juga memberi gambaran bahwa penerapan prinsip syariah masih perlu diperkuat agar manfaatnya dirasakan secara merata oleh seluruh pengguna.

ANALISIS K-MEANS

Initial Cluster Centers

	Cluster		
	1	2	3
KUALITAS	3.0	7.0	5.0
PELAYANAN	7.0	7.0	3.0

Tabel 3. Initial Clusters Centers

Iteration History[a]

Iteration	Change in Cluster Centers		
	1	2	3
1	.989	.833	.806
2	.000	.000	.000

a. Convergence achieved due to no or small change in cluster centers. The maximum absolute coordinate change for any center is .000. The current iteration is 2. The minimum distance between initial centers is 4.000.

Tabel 4. Iteration History

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 25 No. 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Final Cluster Centers

	Cluster		
	1	2	3
KUALITAS	3.8	6.5	4.9
PELAYANAN	6.4	6.3	3.8

Tabel 5. Final Cluster Centers

Berdasarkan hasil analisis K-Means, data terbagi menjadi tiga kelompok atau cluster sesuai hasil sebelumnya dari metode hierarkis. Proses pengelompokan dilakukan melalui dua iterasi hingga SPSS menemukan posisi cluster yang stabil, artinya pembagian kelompok sudah tepat dan tidak lagi berubah. Hal ini menunjukkan bahwa struktur cluster sudah konvergen dan bisa dipercaya untuk dianalisis lebih lanjut. Pada bagian Final Cluster Centers, terlihat perbedaan karakteristik dari masing-masing cluster. Cluster 2 memiliki nilai kualitas dan pelayanan paling tinggi dibandingkan dua cluster lainnya. Ini menunjukkan bahwa responden dalam kelompok ini merasa paling puas terhadap kualitas dan pelayanan yang mereka terima. Sebaliknya, cluster 3 memiliki skor pelayanan terendah dan kualitas sedang, sehingga kelompok ini dapat dikategorikan sebagai pengguna yang cenderung kurang puas. Sementara itu, cluster 1 memiliki nilai pelayanan tinggi tetapi kualitasnya lebih rendah, menggambarkan kelompok yang merasa pelayanan sudah baik, namun aspek kualitas secara keseluruhan masih perlu ditingkatkan. Initial Cluster Centers menunjukkan titik awal pengelompokan, namun setelah proses iterasi dilakukan, posisi cluster berubah dan stabil pada nilai yang terlihat pada Final Cluster Centers.

ANOVA

	Cluster		Error			
	Mean Square	df	Mean Square	df	F	Sig.
KUALITAS	26.684	2	1.232	47	21.657	<.001
PELAYANAN	39.538	2	.386	47	102.416	<.001

The F tests should be used only for descriptive purposes because the clusters have been chosen to maximize the differences among cases in different clusters. The observed significance levels are not corrected for this and thus cannot be interpreted as tests of the hypothesis that the cluster means are equal.

Tabel 6. ANOVA

Hasil ANOVA menunjukkan bahwa perbedaan nilai antar cluster pada variabel kualitas dan pelayanan memiliki tingkat signifikansi di bawah 0.001. Ini berarti ketiga cluster yang terbentuk benar-benar berbeda secara nyata dan tidak terjadi secara kebetulan. Dengan kata lain, responden dalam setiap cluster memang memiliki persepsi dan pengalaman yang berbeda terkait kualitas dan pelayanan.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 25 No. 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Number of Cases in each Cluster

Cluster	1	18.000
	2	12.000
	3	20.000
Valid		50.000
Missing		.000

Tabel 7. Number of Cases in each Cluster

Pada tabel jumlah anggota cluster terlihat bahwa cluster 3 merupakan kelompok terbesar dengan 20 responden. Kelompok ini tergolong sebagai pengguna yang memiliki tingkat kepuasan pelayanan paling rendah, sehingga menjadi perhatian utama dalam perbaikan layanan. Cluster 1 menempati urutan kedua dengan 18 responden dan mencerminkan kelompok yang menilai pelayanan cukup baik namun masih menganggap kualitasnya belum optimal. Sementara itu, cluster 2 berjumlah 12 responden dan merupakan kelompok dengan tingkat kepuasan tertinggi.

Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun ada kelompok pengguna yang merasa sangat puas, jumlahnya justru paling kecil dibandingkan kelompok yang kurang puas. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan lebih tepat difokuskan pada cluster 3 sebagai pengguna yang paling tidak puas dan cluster 1 sebagai pengguna yang merasa pelayanan belum sepenuhnya sesuai harapan. Strategi ini dapat membantu meningkatkan kepuasan secara keseluruhan dan membuat pengalaman layanan menjadi lebih merata antar kelompok.

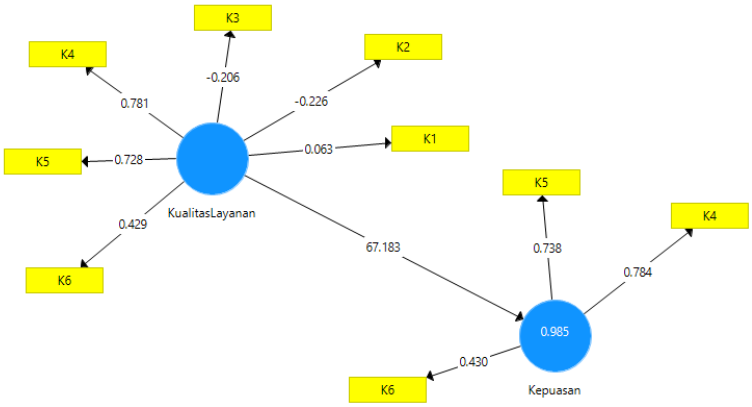
Berdasarkan analisis hierarkis dan K-Means, responden akhirnya terbagi menjadi tiga kelompok yang menunjukkan adanya perbedaan cara mereka menilai kualitas layanan berbasis syariah. Artinya, setiap orang memiliki pengalaman yang berbeda dan tidak semuanya merasakan pelayanan dengan cara yang sama.

Cluster 1 merupakan kelompok yang paling puas. Mereka menilai pelayanan sudah sangat baik, mulai dari keandalan petugas, empati, jaminan layanan, hingga kesesuaiannya dengan prinsip syariah. Kelompok ini merasa pelayanan sudah sesuai dengan harapan mereka. Cluster 2 menunjukkan kelompok dengan penilaian sedang. Sebagian aspek dianggap baik, namun masih ada kekurangan terutama dalam hal daya tanggap petugas dan bukti fisik pelayanan. Kelompok ini merasa pelayanannya cukup baik, tetapi belum sepenuhnya memuaskan. Sementara itu, cluster 3 adalah kelompok dengan tingkat kepuasan terendah. Mereka memberikan nilai rendah pada sebagian besar indikator pelayanan, yang menunjukkan bahwa mereka merasa layanan belum optimal dan masih banyak hal yang perlu diperbaiki.

Secara umum, hasil ini memperlihatkan bahwa pengalaman pengguna terhadap layanan syariah sangat beragam. Walaupun ada kelompok yang sangat puas, jumlahnya lebih sedikit dibandingkan kelompok yang merasa layanan biasa saja atau kurang memuaskan. Oleh karena itu, lembaga penyedia layanan perlu meningkatkan kualitas pelayanan, terutama melalui perbaikan responsivitas, peningkatan fasilitas fisik, pemantapan kualitas pelayanan, serta memperhatikan kebutuhan kelompok yang kurang puas agar persepsi positif dapat meningkat dan jumlah pengguna yang merasa puas semakin banyak. Peningkatan kualitas layanan sebaiknya difokuskan terutama pada kelompok dengan penilaian rendah dan sedang, agar kepuasan pengguna dapat meningkat secara merata. Hasil ini juga dapat menjadi bahan masukan bagi penyedia layanan untuk membenahi aspek pelayanan yang masih dinilai kurang.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 25 No. 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Model Struktural SEM-PLS



Gambar 4. Model SEM-SMARTPLS

Model struktural SEM-PLS pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan terdiri dari beberapa indikator pengukuran. Namun, hanya sebagian indikator yang memiliki nilai loading tinggi dan memenuhi kriteria validitas, sehingga indikator-indikator tersebut yang dipertahankan dalam model. Hubungan antar variabel laten memperlihatkan bahwa kualitas layanan secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan, ditunjukkan oleh garis pengaruh (path) dengan nilai koefisien yang tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa persepsi responden terhadap mutu pelayanan berperan penting dalam menentukan tingkat kepuasan mereka.

Berdasarkan hasil analisis, terlihat bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang kuat dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 67,183, yang menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang dirasakan responden, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang mereka peroleh. Model ini juga menunjukkan bahwa tidak semua indikator awal terbukti valid secara statistik, sehingga hanya indikator tertentu yang dipertahankan sebagai representasi paling relevan terhadap persepsi responden mengenai kualitas layanan dan kepuasan. Dengan demikian, meskipun kuesioner awal memuat sejumlah indikator, hanya sebagian yang benar-benar dianggap responden sebagai penentu utama kualitas layanan.

Temuan ini memperkuat hasil analisis menggunakan SPSS, di mana segmentasi responden melalui analisis cluster juga menunjukkan adanya hubungan antara persepsi terhadap kualitas layanan dan tingkat kepuasan. Kelompok responden yang menilai kualitas layanan lebih baik cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan kelompok lainnya. SPSS menggambarkan bagaimana responden terbagi berdasarkan persepsi mereka, sedangkan SEM menjelaskan mekanisme hubungan antar variabel tersebut. Secara keseluruhan, kedua analisis memberikan temuan yang konsisten bahwa kualitas layanan merupakan faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil mengelompokkan responden ke dalam tiga cluster berdasarkan persepsi mereka terhadap kualitas layanan dan pelayanan berbasis syariah, yaitu kelompok sangat puas, cukup puas, dan kurang puas. Hasil analisis hierarkis dan K-Means menunjukkan bahwa persepsi pengguna tidak homogen, sehingga diperlukan strategi pelayanan yang berbeda sesuai karakteristik setiap kelompok. Temuan ini sejalan dengan hasil SEM-PLS yang menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, sehingga

persepsi mutu pelayanan menjadi faktor utama pembentuk pengalaman pengguna. Dengan demikian, peningkatan kualitas layanan, terutama pada kelompok responden dengan persepsi rendah dan sedang yang menjadi prioritas agar kepuasan dapat meningkat secara lebih merata. Dalam perspektif Ekonomi Syariah, hasil ini menegaskan betapa pentingnya penerapan nilai ihsan, maslahah, dan keadilan dalam layanan agar manfaatnya dapat dirasakan oleh seluruh kelompok pengguna secara adil dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Aisyah, M. (2018). *Islamic Bank Service Quality and It ' s Impact on Indonesian Customers ' Satisfaction and Loyalty*. *10*(95), 367–388.

Fadhillah, M. F., Lovely, A., Suyoso, A., & Puspitasari, I. (2025). *Customer Segmentation with Clustering Algorithm Based on Recency , Frequency , and Monetary (RFM) Attributes Segmentasi Pelanggan dengan Algoritma Clustering Berdasarkan Atribut Recency , Frequency dan Monetary (RFM)*. *5*(January), 48–56.

Heruanto, A., & Wahyudi, M. (2022). *The Impact of Conditional Cash Transfers on Low-Income*. *15*(1), 23–42.

Kurniawansyah, S., Suryanto, T., & Noviarita, H. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Pada Bank Umum Syariah Di Provinsi Lampung*. *6*(2), 193–206.

Zaroni, A. N. (2020). *Pengaruh Service quality Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah*. *4*(2).