Available at https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie
Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 9(01), 2023, 780-787

Pengaruh Customer Experience dan Complaint Handling Terhadap Customer Satisfaction pada Nasabah yang Melakukan Transaksi di PT. Bank Sumut KCP Syariah HM Joni Medan

Nadya Andayani[1*)], Tuti Anggraini[2)]
[1,2]Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatra Utara
*Email korespondensi: nadyaandayani15@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the effect of customer experience and complaint handling on customer satisfaction in customers who make transactions at PT. Bank Sumut KCP Syariah HM Joni Medan. The methodology used is a quantitative approach. The sample in this study were all customers who made transactions at Bank Sumut KCP Syariah HM Joni Medan of 100 people. The data in this study were obtained by distributing questionnaires in the form of Google forms and testing data analysis using SPSS 25. The results showed that simultaneously all independent variables had an effect on the dependent variable, Simultaneous Test variables X1 and X2 had a significant effect on Customer Satisfaction (Y) this can be proven by the value of 24,040 > 3.090 meaning that F count is greater than F table (F count > F table). So it can be concluded that the variables X1 and X2 simultaneously have a significant effect on the dependent variable Y. Meanwhile, partially the effect of each variable X1 and X2 on Y has an effect, meaning that X1 can be proven by the value of T table 6.869 > 1.98, namely the calculated F value is greater than the value F table so that it can be concluded that there is a partial effect. Whereas X2 has no effect, this is evidenced by its significance value of 0.152 > 0.05 or the calculated T value with T table -1443 < 1.98 which is larger T table than T calculated and its significance value is also greater than the predetermined value of 0.05 so it can be concluded X2 has no partial effect. The results of the determination test for the R-squared value show a result of 0.331 or 33%, so the conclusion is that customer satisfaction at PT. Bank Sumut KCP Syariah HM Joni Medan is 33% influenced by Customer Experience (X1) and Complaint Handling (X2) on Customer Satisfaction (Y) while the remaining 67% is influenced by other variables outside the model in this study.

Keywords**:** *Customer Experience, Complaint Handing, Customer Satification*

Saran sitasi: Andayani, N., & Anggraini, T. (2023). Pengaruh Customer Experience dan Complaint Handling Terhadap Customer Satisfaction pada Nasabah yang Melakukan Transaksi di PT. Bank Sumut KCP Syariah HM Joni Medan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 9*(01), 780-787. doi: http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.8309

DOI: http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.8309

1. PENDAHULUAN

Perbankan merupakan sebuah lembaga yang berfungsi untuk menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kepada masyarakat.Seiring perkembangan sistem perbankan syariah di Indonesia, beberapa Lembaga Keuangan Syariah tumbuh dan berkembang dengan pesat di Indonesia. Salah satu wujud dari perkembangan ekonomi syariah adalah dengan berkembangnya lembaga keuangan yang berdasarkan prinsip syariah. Dengan pertumbuhan yang sangat baik dari perbankan syariah, maka pemerintah mengeluarkan UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah.

Perbankan syariah memegang peran yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi,dan memenuhi kebutuhan masyarakat bagi kelancaran usahanya yang sesuai dengan prinsip syariah. Dalam menjalankan usahanya baik dalam produk mobilisasi dana, produk pembiayaan maupun produk pelengkap atau jasa, bank Syariah menerapkan instrumen-instrumen Syariah sebagai media transaksi agar transaksi itu sah dalam pandangan Syariah (Kasmir, 2002).

Secara umum transaksi diartikan sebagai kegiatan yang melibatkan paling sedikit dua belah pihak, pembeli dan penjual, yang saling

melakukanpertukaran.Adapun yang dimaksud dengan transaksi pertukaran (mu'awad}at) adalah suatu transaksi yang diperoleh melalui proses atau perbuatan memperoleh suatu dengan memberikan sesuatu, melibatkan diri dalam perikatan usaha, pinjam-meminjam atas dasar suka sama suka ataupun atas dasar ketetapan hukum dan syariah yang berlaku (Fathurrahman Djamil, 2013).

Transaksi dalam Islam harus dilandasi oleh aturan hukum-hukum Islam karena transaksi adalah manisfestasi amal manusia yang bernilai ibadah dihadapan Allah, yang dapat dikategorikan menjadi transaksi yang halal dan haram. Dalam transaksi terdapat akad yang saling mempertemukan antara ijab dan qabul yang berakibat timbulnya akibat hukum. Akad merupakan tindakan hukum dua belah pihak yang melaksanakan pertemuan ijab dan qabul yang menyatakan kehendak pihak lain. Tujuan akad itu adalah untuk melahirkan suatu akibat hukum dalam transaksi jual beli (Muhammad dkk).

Menurut Kotler dan Keller (2009) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil dari sebuah produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan maka konsumen akan sangat senang atau puas. Kepuasan itu terjadi saat terpenuhinya kebutuhan atau harapan yang dicapai melalui interaksi yang dilakukan oleh perusahaan dan pembeli. Menurut Irawan (2008) kepuasan pelanggan dapat dilihat dri terpenuhinya indikator-indikator yaitu : Perasaan Puas, merupakan ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan ketika menggunakan produk atau menerima pelayanan dari perusahaan. Jika produk dan pelayanan yang diterima baik, maka pelanggan dapat merasa puas. Harapan Terpenuhi, ketika membeli atau menggunakan suatu produk atau layanan, konsumen pastinya mengharapkan mendapat suatu manfaat atau kemudahan. Ketika harapan tersebut terpenuhi sesuai ekspektasi, dapat dikatakan kepuasan pelanggan pun terpenuhi. Pembelian Kembali,ketika merasa puas, pelanggan terdorong untuk membeli atau menggunakan kembali produk/layanan perusahaan, demi mencapai tujuan dan harapan yang diinginkan para pelanggan itu sendiri. Rekomendasi, pelanggan yang puas juga cenderung menceritakan kembali pengalaman mereka menggunakan produk atau layanan perusahaan kepada orang lain, serta mengajak mereka untuk menggunakan produk/layanan yang sama. Hal ini menguntungkan perusahaan karena mendapatkan pelanggan baru. Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Hidayat et al, 2015) menyatakan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepercyaan nasabah bank syariah secara bersama-sama berpengaruh signifikat terhadap kepuasan nasabah.

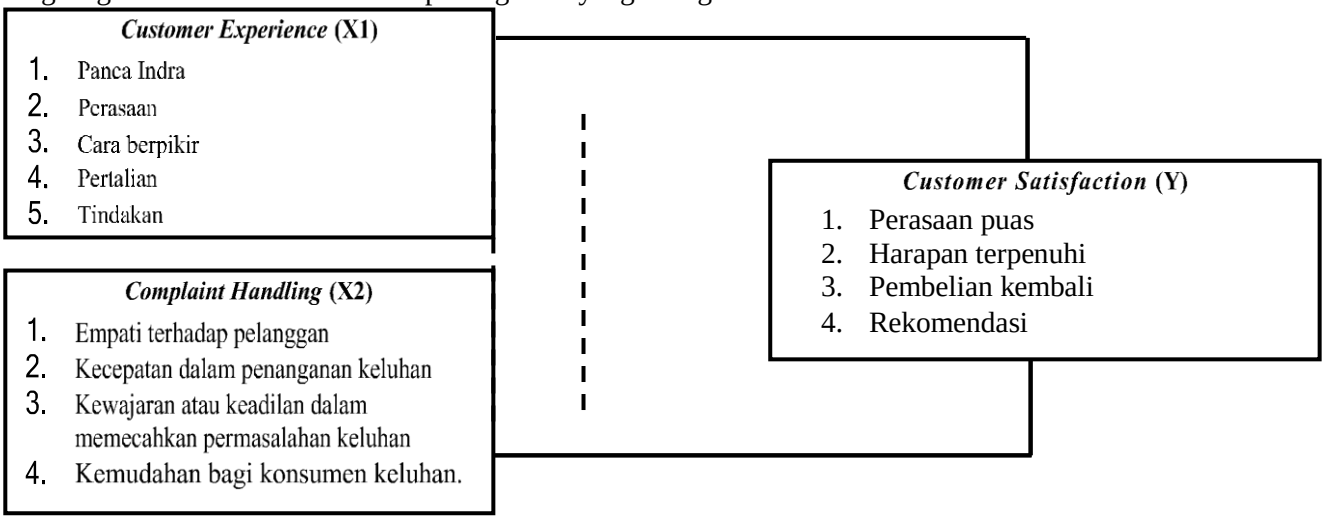
Customer experience merupakan hasil interaksi konsumen dengan perusahaan secara fisik dan emosional. Hasil interaksi ini dapat membekas di benak konsumen dan mempengaruhi penilaian konsumen terhadap perusahaan. Schmitt (1999) dalam Roberto Gunawan Pranoto (2017) menyarankan ada lima tipe customer experience sebagai dasar untuk analisis pemasaran pengalaman keseluruhan, yakni: Sense (panca indra), merupakan pengalaman yang didapat konsumen melalui wujud fisik atau yang dirasakan terhadap suatu produk dengan lima indra manusia. Feel (perasaan) merupakan pengalaman yang didapat konsumen dan melibatkan perasaan emosional ketika mendapatkan suatu produk. Think (cara berpikir) merupakan pengalaman yang didapat konsumen melalui pola pikir konsumen pada saat melakukan pembelian setelah menggunakan suatu produk. Relate (pertalian) merupakan salah satu pengalaman konsumen yang dirasakan melalui suatu pendekatan secara individu dengan suatu produk. Act (tindakan) merupakan salah satu pengetahuan konsumen setelah mendapatkan pengalaman berinteraksi dengan orang lain. Hasil penelitian yang dilakukan (Venkat, 2007) menyatakan bahwa pengalaman pelanggan secara signifikat mempengaruhi kepuasan keseluruhan.

Menurut Mudie dan Pirrie (2006) penanganan keluhan secara efektif memberikan peluang untuk mengubah seseorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan barang/jasa perusahaan yang puas. Menurut Crisna dan Artanti (2013), terdapat empat indikator handling complaint yaitu : Empati terhadap pelanggan yang marah, dalam menghadapi pelanggan yang emosi atau marah, perusahaan perlu bersikp empati, karena bila tidak maka situasi akan bertambah runyam atau rumit. Kecepatan dalam penanganan keluhan, Kecepatan merupakan hal yang sangat penting dalam penanganan keluhan. Apabila keluhan pelanggan tidak segera ditanggapi, maka rasa tidak puas terhadap perusahaan akan menjadi permanen dan tidak dapat diubah lagi. Sedangkan apabila keluhan dapat ditangani dengan cepat, maka ada kemungkinan

pelanggan tersebut menjadi puas. Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan.Perusahaan harus memperhatikan aspek kewajaran dalam hal biaya dan kinerja jangka panjang. Hasil yang diharapkan tentunya adalah situasi "win-win"realistis, fair dan proporsional, dimana pelanggan dan perusahaan jasa sama-sama diuntungkan.Kemudahan bagi konsumen untuk menyampaikan komentar, saran, kritik, pertanyaan maupun keluhannya.Hal ini sangat penting bagi pelanggan untuk menyampaikan komentar, saran, kritik, pertanyaan dan keluhannya. Disini sangat dibutuhkan metode yang mudah untuk pelanggan menyampaikan keluh kesahnya. Hasil penelitian yang dilakukan (Ma'mun, 2019) menyatakan bahwa penanganan complain berpengaruh signifikat terhadap kepuasan nasabah. Menurut Fornell (2003) dalam penelitian Anindhyta, mengatakan suatu perusahaan yang melakukan penanganan keluhan dapat mengubah konsumen yang mengeluh menjadi konsumen yang merasa puas dan setia menggunakan jasa layanan perusahaan. Kepuasan dirasakan langsung oleh konsumen melalui penanganan yang cepat dan tepat atau keluhan-keluhan yang mereka kemukakan. Jika penanganan komplain dapat ditangani oleh perusahaan, maka kepuasan nasabah pun akan meningkat. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Anindhyta Budiarti (2011), yang menunjukkan bahwa penanganan keluhan/komplain memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Maka dapat ditemukan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu : Apakah Customer Experience berpengaruh terhadap Customer Satisfaction pada nasabah yang melakukan transaksi di PT.Bank Sumut KCP HM Joni Medan?. Apakah Complaint Handing berpengaruh terhadap Customer Satisfaction pada nasabah yang melakukan transaksi di PT.Bank Sumut KCP HM Joni Medan?. Apakah Customer Experience dan Complaint Handing berpengaruh signifikat terhadap Customer Satisfaction pada nasabah yang melakukan transaksi di PT.Bank Sumut KCP HM Joni Medan ?

Berdasarkan rumusan masalah dan landasan teori yang telah di uraikan, maka dapat dibentuk kerangka konsep yang diajukan dalam penelitian seperti pada gambar berikut:



Gambar 1. kerangka konsep

Hipotesis dari Penelitian ini adalah Customer Experience berpengaruh signifikan terhadap Customer Satisfaction, Complaint Handling berpengaruh signifikan terhadap Customer Satisfaction, dan Customer Experience dan Complaint Handling secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Customer Satisfaction.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan angka-angka baik data yang langsung diambil dari lapangan maupun data yang telah diolah menggunakan analisis statistik (Sugiono, 2015). dan penelitian ini bersifat deskriptif asosiatif, yaitu uraian sistematis tentang teori dan hasil-hasil penelitian yang relevan dengan variabel yang diteliti untuk mencari hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya, serta menguji dan menggunakan kebenaran suatu masalah atau pengetahuan (Sugiono, 2015).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data Primer.Dalam penelitian ini data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek

penelitian meliputi karakteristik responden dan persepsi responden terhadap variabel penelitian (Danang Sunyoto, 2011). .Dalam penelitian ini data primer adalah hasil dari kuesioner yang disebarkan kepada nasabah yang melakukan transaksi di PT.Bank Sumut KCP Syariah HM Joni. Dan data sekunder bersumber dari literature-literatur kepustakaan seperti buku-buku,jurnal serta sumber lainnya yang berkaitan dengan materi permasalahan penelitian, dan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode kuesioner (Sugiono, 2010).

Adapun Populasi dari penelitian ini yaitu seluruh nasabah yang bertransaksi di Bank Sumut sebanyak 7842 orang. Dalam mengetahui jumlah sampel dari suatu populasi maka dapat diketahui dengan rumus slovin (Husen Umar, 2011) :

$$n = \frac{N}{1 + N\,(e)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel N = Jumlah populasi

e = Batas kesalahan yang diperbolehkan atau taraf nyata (1%, 5%, dan 10%)

Dengan rumus diatas, maka peneliti dapat membuat hitungan dalam menentukan sampel yaitu :

$$n = \frac{7842}{1 + 7842\,(0{,}1)^2}$$

n = 98,74 (Dibulatkan menjadi 100)

Dengan melihat perhitungan diatas maka jumlah sampel minimal yang didapat untuk diteliti adalah sebesar 100 orang dari seluruh nasabah yang bertransaksi di PT.Bank Sumut KCP Syariah HM Joni.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

3.1.1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013:160) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pendeteksian normalitas secara statistik adalah dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Uji Kolmogorov-Smirnov merupakan uji dilakukan dengan tingkat signifikan 0,05 jadi hasil dari uji Kolmogorov-Smirnovharus lebih besar dari 0.05 untuk dapat distribusi normal.

Tabel 1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.40248866
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.065
	Negative	-.046
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Berdasarkan uji normalitas Kolmogorov-Simirnov terdapat pada tabel 1 telah diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.200 > 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdestribusi normal, sedangkan uji grafik P.O plot diperoleh titik-titik terhimpit dengan garis diagonal sehingga garis residual mengikuti distribusi normal dan asumsi normal terpenuhi.

3.1.2. Uji multikoloniearitas

Uji multikoloniearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya kolerasi yang tinggi antara variable-variabel bebas dalam satu model regresi berganda (Duli, 2019) salah satu metode mengetahui adanya multikoloniearitas adalah menganalisis nilai tolerance dan varianceinflation dengan ketentuan jika nilai tolerance dibawah 0.10 atau VIF di bawah10 maka tidak terjadi multikoloniearitas.

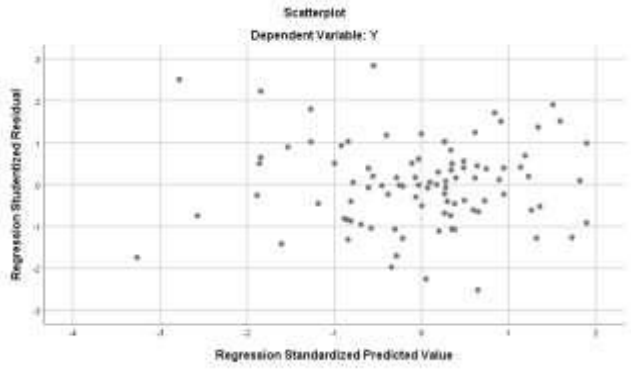
Tabel 2. Uji multikoloniearitas

Coefficients[a]								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	31.900	3.311		9.634	.000		
	X1	.583	.085	.572	6.869	.000	.995	1.005
	X2	-.087	.060	-.120	-1.443	.152	.995	1.005
a. Dependent Variable: Y								

Berdasrkan uji multikoloniearitas pada tabel 4.2, diperoleh nilai semua variable X1dan X2 sama. Artinya dengan nilai tolerance = 0.995 serta nilai VIF = 1.005. maka nilai tolerance 0.995 > 0.10 dan nilai VIF 1.005 < 10. dapat disimpulkan tidak adanya gejala multikoloniearitas pada penelitian ini.

3.1.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Persyaratan yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas.



Gambar 2. **Uji Heteroskedastisitas scatterplot**

Berdasarkan uji scatterplot pada gambar hasil menunjukkan titik-titik data menyebar secara acak diatas dan dibawah atau disekitar angka nol serta titik-titik tidak membentuk pola yang tidak jelas. Sehingga dapat disimpulkan tidak ada gejala heteroskedastisitas. Artinya, tidak ada kesamaan atau ketidaksamaan variance dari residul satu pengamatan lain.

3.1.4. Uji T (Parsial)

Uji -T digunakan untuk menguji hubungan variabel-variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) (Telussa et al.,2013) uji t disini untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variable Independen secara parsial dengan variabel denpenden. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan dari variable masing-masing yaitu: (X1) Customer experience, (X2) Complaint Handling terhadap (Y)

Tabel 3. Hasil uji T (Parsial)

Coefficients[a]								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	31.900	3.311		9.634	.000		
	X1	.583	.085	.572	6.869	.000	.995	1.005
	X2	-.087	.060	-.120	-1.443	.152	.995	1.005
a. Dependent Variable: Y								

X1 : T Hitung = 6.869

T Tabel = 1.98

a. Diketahui niai T Hitung lebih besar dari T tabel untuk pengaruh Customer Experience (X1) terhadap Customer Satisfaction (Y) adalah sebesar 6.869 > 1.98 sehingga dapat disimpulkan berpengaruh variabel Customer experience (X1) terhadap Customer Satisfaction (Y).

X2 : T Hitung = -1443

T Tabel = 1.98

b. Diketahui niai T lebih kecil dari pada T tabel untuk pengaruh Complaint Handling (X2) terhadap Customer Satisfaction (Y) adalah sebesar -1443 < 1.98 sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh variabel Complaint Handling (X2) terhadap Customer Satisfaction (Y).

3.1.5. Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama – sama (stimultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tingakatan yang digunakan adalah sebesar 0.5 atau 5%, jika nilai signifikan Sig < 0.05 atau membandingkan F hitung dengan F tabel maka dapat diartikan bahwa variabel independent secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya (Ghozali, 2016).

Tabel 4. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2011.516	2	1005.758	24.040	.000[b]
	Residual	4058.194	97	41.837		
	Total	6069.710	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

F Hitung = 24.040

F tabel = 3,090

Berdasarkan output di atas diketahui nilai F hitung untuk pengaruh Customer Experience (X1) dan Complaint Handling (X2) secara simultan terhadap Customer Satisfaction (Y) adalah 24.040 > 3,090 artinya F hitung lebih besar dari F tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa Customer Experience (X1) dan Complaint Handling X2 secara simultan terhadap Customer Satisfaction (Y) ada pengaruh simultan (bersama-sama) yang diberikan variabel Customer Experience (X1) dan Complaint Handling (X2) terhadap Customer Satisfaction (Y).

3.1.6. Regresi Koefisien linier berganda

Gambar 6

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	31.900	3.311		9.634	.000
	X1	.583	.085	.572	6.869	.000
	X2	-.087	.060	-.120	-1.443	.152
a. Dependent Variable: Y						

Y = 31.900 + 0.583 – 0.087

a. Nilai konstanta positif menunjukkan pengaruh positif variabel independent (X1 dan X2).
b. 0.583 merupakan nilai koefisien regresi variabel X1 terhadap Y artinya jika variabel X1 mengalami kenaikan sa satuan maka Y akan mengalami peningkatan sebesar 0.583 ata 58 %.
c. -0.087 merupakan nilai koefisien regresi variabel X2 terhadap Y artinya jika nilai X2 dinaikan maka nilai Y akan mengalami penurunan dan sebaliknya.

3.1.7. Uji Determinasi (R Squared)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel independent yang terdiri dari Customer Experience (X1) dan Complaint Handling (X2) terhadap) terhadap Customer Satisfaction (Y). secara keseluruhan. Berikut ini adalah hasil koefisien determinasi (larasati & Gilang, 2016)

Gambar 9. Uji Determinasi (R Squared)

Model Summary[b]				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.576[a]	.331	.318	6.46816
a. Predictors: (Constant), X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				

Uji koefisien determinasi R Square = 0.331

Berdasarkan uji deteminasi di atas dipengaruhi nilai koefisien R Square sebesar 0.331 atau 33% jadi bisa di ambil kesimpulan kepuasan nasabah PT.Bank Sumut KCP Syariah HM Joni Medan dipengaruhi oleh Customer Experience (X1) dan Complaint Handling (X2) sedangkan sisanya sebsar 67% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model dalam penelitian ini.

3.2. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengatahui pengaruh Customer Experience Dan Complaint Handling Terhadap Customer Satisfaction Pada Nasabah Yang Melakukan Transaksi Di PT.Bank Sumut KCP Syariah HM Joni Medan. Data penelitian ini diperoleh dengan menyebar kuesioner berupa google form dan pengujian analisis data menggunakan SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel independent berpengaruh pada variabel dependen dengan cara simultan akan tetapi secara parsial variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (y).

Uji secara parsial (T) Pengaruh secara parsial dengan hasilpositif artinya pengujian dengan cara pengujian masing-masing variabel, apakah pengaruh variabel Customer Experience (X1) terhadap Customer Satisfaction (Y) dengan hasil nilai signifikansinya sebesar 0.000 < 0.05 atau nilai T

hitung dengan T tabel 6.869 > 1.98 artinya nilai signifikansinya lebih kecil dari pada nilai yang sudah ditentukan 0.05 sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh secara parsial. dan pengaruh Complaint Handling (X2) terhadap Customer Satisfaction (Y) dengan hasil nilai signifikansinya sebesar 0.152 > 0.05 atau nilai T hitung degan T tabel -1443 < 1.98 artinya nilai signifikansinya lebih besar dari pada nilai yang sudah ditentukan 0.05 sihingga dapat disimpulkan tidak ada pengaruh secara parsial.

Hasil uji semultan (F) menunjukkan bahwa variabel Customer Experience (X1) dan Complaint Handling (X2) secara bersamaan terhadap Customer Satisfaction (Y) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Customer Satisfaction (Y) hal ini dapat dibuktikan dengan nilai 24.040 > 3,090 artinya F hitung lebih besar dari pada F tabel (F hitung > dari F tabel). Maka dapat disimpulkan variabel X1 dan X2 secara simultan berpengaruh signifikan pada variabel terikat Y.

Hasil uji determinasi Nilai R-squared sebesar 0.331 atau 33% jadi bisa di ambil kesimpulan kepuasan nasabah PT.Bank Sumut KCP Syariah HM Joni Medan dipengaruhi oleh Customer Experience (X1) dan Complaint Handling (X2) sedangkan sisanya sebsar 67% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model dalam penelitian ini.

4. KESIMPULAN

a. **uji normalitas** menguji dari penelitian memiliki distribusi normal. Pendeteksian normalitas secara statistik dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0.200 > 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdestribusi normal.

b. **Secara parsial** pengaruh masing- masing variabel X1 dan X2 terhadap Y berpengaruh artinya X1 dapat dibuktikan dengan nilai T tabel 6.869 > 1.98 yaitu nilai F hitung lebih besar dari pada nilai F tabel sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh secara parsial. Sedangkan X2 tidak berpengaruh hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansinya sebesar 0.152 > 0.05 atau nilai T hitung dengan T tabelnya -1443 < 1.98 lebih besar T tabel dari pada T hitung dan nilai signifikansinya juga lebih besar dari pada nilai yang sudah ditentukan sebesar 0.05 sihingga dapat disimpulkan X2 tidak ada pengaruh secara parsial.

c. **Uji secara Simultan** variabel X1 dan X2 berpengaruh signifikan terhadap Customer Satisfaction (Y) hal ini dapat dibuktikan dengan nilai 24.040 > 3,090 artinya F hitung lebih besar dari pada F tabel (F hitung > dari F tabel). Maka dapat disimpulkan variabel X1 dan X2 secara simultan berpengaruh signifikan pada variabel terikat Y

d. **Hasil uji determinasi Nilai R-squared** terdapat hasil sebesar 0.331 atau 33% jadi kesimpulan kepuasan nasabah PT.Bank Sumut KCP Syariah HM Joni Medan 33% **dipengaruhi** oleh Customer Experience (X1) dan Complaint Handling (X2) terhadap Customer Satisfaction (Y) sedangkan sisanya sebsar 67% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model dalam penelitian ini.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada Bapak Rektor Universitas Islam Negeri Sumatra Utara,bapak dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Univesitas Islam Negeri Sumatra Utara,dan terima kasih saya ucapakan kepada ibu kajur sekaligus dosen pembimbing saya dalam menyelesaikan tugas akhir artikel jurnal, yaitu ibu Dr.Tuti Anggraini,Ma . Terimakasih atas kebaikan dan keikhlasan yang telah diberikan kepada peneliti insyaallah kita selalu dilimpahkan rahmat dan karunia serta keberkahannya.Akhir kata dengan kerendahan hati peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penelitian ini.

6. REFERENSI

Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*.Jakarta: Gema Insanu Press

Ariff, M. (1982). *Monetary and Fiscal Economics of Islam*. (Jeddah: International Centre for Research in Islamic Economics King Abdul Aziz University)

Azhari, M.I, Fanani dkk. (2015). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Malang, JAB Vol 28, No 1, 2015), h.144.

Budiarti, A. (2011). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Umum Syariah di Surabaya.* Jurnal Ekuitas, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Vol.15, No.2 Juni 2011: 210-231.

Chrisna, F.C. & Artanti, Y. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Nganjuk). *Jurnal Ilmu Manajemen.*Volume 1 Nomor 4.

Fathurrahman, D. (2013). *Hukum Ekonomi Islam.*Jakarta: Sinar Grafika.

Fathurrahman, D. (2013). *Penerapan Hukum Perjanjian Dalam Transaksi Di Lembaga Keuangan Syariah.* Jakarta: Sinar Grafika

Husein, U. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Japarianto, Y. A. P. E. (2013). Analisa Pengaruh Customer Value dan Customer Experience terhadap Customer Satisfaction di De Kasteel Resto Surabaya", (Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Vol.1, No.1 2013).

Kamali, M. H. (2000). *Islamic Commercial Law.* Cambridge: Islamic Texts Society.

Kasmir. (2014). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya.Cet. 6.*Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Erlangga

Mustagfiroh, F. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Penanganan Keluhan, Nilai Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah dan Word Of Mouth, (Tugas Akhir (D3): Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Walisongo Semarang, 2016)

Mohd. Ma'sum Billah.2003.*Modern Financial Transaction Under Syariah.* Petaling Jaya: Ilmiah Publisher.

Mudie & Pirrie. (2006). *Services Marketing Management.* Third edition. Elsevier Ltd.

Prashnth U. N. (2016). An Investigation Into Wheater Complaining can Cause Increased Consumer Satisfaction, (Journal Of Consumer Marketing, 2000), h.1-14

Rosita, B. & Indrawijaya, S. (2015). Pengaruh Penanganan Komplain Terhadap kepuasan Nasabah. (Jurnal Digest Marketing, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Jambi, ISSN:2302-4682, Vol.1 No. 1 Juli, 2015).

Sugiono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D.*Bandung: Alfabeta.

Sugiono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D* . Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta

Supriaddin, et al,. (2015). The Effect Of Complaint Handling Towards Customers Satisfaction,Trust And Loyalty To Bank Rakyat Indonesia (Bri) Southeast Sulawesi', The International Journal Of Engineering And Science (IJES), 2015), pp. 1-10.

Wahbah. (1997). *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuh, juz. 1, cet. 4.*Beirut: Dar al-Fikr.

Yulia, Y. A. (2016). Pengaruh Pengalaman Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Iphone dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening di Surakarta. (Jurnal Bhirawa, Vol.3, No.1 Desember 2016), h. 23-30