

PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE DAN COMPLAINT HANDLING TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Syifa Khoirunnisa¹, Amirudin²

^{1,2}Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta

* Email: syifakhoirunisa123@gmail.com, amirudinakademik@gmail.com

ABSTRAK

Loyalitas nasabah memiliki peran penting dalam perkembangan seluruh ekosistem perbankan. Perbankan syariah di Indonesia sudah semakin meningkat, tetapi belum beroperasi secara optimal dalam sistem teknologi yang seringkali terjadi gangguan jaringan dan menjadi keluhan para nasabah yang akan berdampak pada suatu pengalaman yang dialami ketika bertransaksi serta memicu rasa ketidakpuasan nasabah, maka keluhan-keluhan tersebut harus di handling dengan sebaik mungkin dan pihak perbankan harus selalu mengevaluasi permasalahan, agar tercipta customer experience yang baik dan dapat mempertahankan loyalitas nasabah terhadap bank melalui rasa puas yang nasabah alami saat bertransaksi. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa pengaruh customer experience dan complaint handling terhadap loyalitas nasabah, serta apakah kepuasan dapat menjadi perantara antar keduanya. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dengan cara membagikan kuesioner kepada nasabah melalui google form, yakni populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP UIN Syarif Hidayatullah, dengan mengambil sampel sebanyak 100 nasabah yang dihitung menggunakan rumus slovin. Penghitungan analisis data menggunakan smartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa customer experience dan complaint handling berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, lalu customer experience pula berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, melainkan complaint handling tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Kata Kunci : Customer Experience, Complaint Handling, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah.

ABSTRACT

Customer loyalty has an important role in the development of the entire banking ecosystem. Sharia banking in Indonesia is increasing, but it is not yet operating optimally in a technological system where network disruptions often occur and become complaints from customers which will impact the experience experienced when making transactions and trigger feelings of customer dissatisfaction, so these

Syifa Khoirunnisa, Amirudin

complaints must be handled. as best as possible and banks must always evaluate problems, in order to create a good customer experience and maintain customer loyalty to the bank through the sense of satisfaction that customers experience when making transactions. This research aims to measure how much influence customer experience and complaint handling have on customer loyalty, and whether satisfaction can be an intermediary between the two. This type of research uses quantitative methods. The data used is primary data by distributing questionnaires to customers via Google Form, namely the population in this study is all customers of Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP UIN Syarif Hidayatullah, by taking a sample of 100 customers calculated using the Slovin formula. Calculation of data analysis using smartPLS 4. The research results show that customer experience and complaint handling have a significant effect on customer satisfaction, then customer experience also has a significant effect on customer loyalty, but complaint handling has no effect on customer loyalty.

Keywords : *Customer Experience, Complaint Handling, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*

PENDAHULUAN

Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP UIN Syarif Hidayatullah juga sering kali mengalami keluhan nasabah yang pada umumnya adalah terkait dengan fasilitas ATM, seperti lupa pin ATM, tertelan kartu ATM, atau uang yang tidak keluar tetapi saldonya terdebit di ATM, masalah terkait penipuan melalui telepon yang mengaku BSI dan meminta kode penipuan kepada nasabah, serta kegagalan dalam bertransaksi, seperti gagal transfer atau penarikan uang tunai.

Telah banyak penelitian sebelumnya yang membahas tentang pengaruh kepuasan dan loyalitas nasabah di bank syariah, khususnya persepsi nasabah terhadap *customer experience* dan penanganan keluhan.

Hasil penelitian yang dilakukan Miftahul Huda (2020) menunjukkan bahwa *customer experience* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. (Miftahul Huda, 2020 Vol. 4 No.2, 258) Hasil penelitian yang dilakukan Muhammad Azhar Anas (2020) juga menyatakan bahwa *customer experience* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. (Muhammad Azhar Anas, 2020. 58)

Hasil penelitian yang dilakukan Indah Permata Sari (2023) menunjukkan bahwa penanganan keluhan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, lalu penanganan keluhan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (Nadya Andayani & Tuti Angraini, 2023. 780-787)

Identifikasi Masalah penelitian ini, penggabungan Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan tiga bank syariah lainnya, yaitu BRI Syariah, BNI Syariah, dan Bank Syariah Mandiri. yang diharapkan dapat memberikan layanan yang lebih luas dan baik, ternyata masih belum efektif dalam system pelayanan maupun fasilitas bank terkait ATM, seperti lupa pin ATM, tertelan kartu ATM, atau uang yang tidak keluar tetapi saldonya terdebit di ATM, masalah terkait penipuan melalui telepon yang mengaku BSI dan meminta kode penipuan kepada nasabah, serta kegagalan dalam bertransaksi, seperti gagal transfer atau penarikan uang tunai dan yang akhirnya berdampak pada penilaian kepuasan serta loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)

Rumusan Masalah

1. Apakah *customer experience* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP UIN Syarif Hidayatullah Jakarta?
2. Apakah *complaint handling* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP UIN Syarif Hidayatullah Jakarta?

Berdasarkan pada pokok-pokok permasalahan diatas, maka tujuan penulisan ini adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh *customer experience* terhadap kepuasan nasabah BSI KCP UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- b. Untuk mengetahui pengaruh *complaint handling* terhadap kepuasan nasabah BSI KCP UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Manfaat Penulisan Secara teoritis yaitu kajian mengenai *customer experience*, *complaint handling*, kepuasan, dan loyalitas, diharapkan dapat bermanfaat dalam memberikan referensi untuk pengembangan penelitian dan juga berguna sebagai literature untuk penelitian berikutnya yang ingin melakukan penelitian yang lebih mendalam tentang topik penelitian ini.

Populasi pada penelitian ini merupakan seluruh nasabah yang menggunakan jasa perbankan di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dan jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 5.875 nasabah.

Menurut Sugiyono mengatakan bahwa jumlah sampel harus dapat mewakili populasi dalam penelitian karena sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik populasi. (Sugiyono, 2013:81) Kriteria sampel pada penelitian ini diantaranya:

1. Merupakan nasabah BSI KCP UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
2. Menggunakan layanan BSI KCP UIN Syarif Hidayatullah Jakarta terhitung kurang lebih dari 1 Tahun.
3. Waktu yang dilaksanakannya penelitian ini yakni pada bulan Oktober 2023 sampai dengan Desember 2023.

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Penelitian ini menggunakan data dari kuisioner yang dibagikan kepada nasabah atau sampel yang terpilih di BSI KCP UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. (Mutiar Puti Andini , 2016. 51)

Instrumen penelitian yang menggunakan skala likert dibuat dalam bentuk daftar checklist atau pilihan ganda. Berguna untuk melihat seberapa pengaruh customer experience dan complaint handling terhadap loyalitas nasabah BSI KCP UIN Syarif Hidayatullah Jakarta melalui kepuasan sebagai variabel intervening.

Teknik Pengumpulan Data Pada peneliti ini menggunakan Google Forms yang berisi kuisioner, akan diberikan secara langsung kepada nasabah di kantor Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pertanyaan terbuka dan tertutup. Pertanyaan terbuka berhubungan dengan identitas responden, sedangkan pertanyaan tertutup meminta responden untuk memilih salah satu jawaban yang tersedia dari setiap pertanyaan yang tersedia.

Teknik Pengelolaan Data. Teknik pengelolaan data adalah proses mengubah data mentah menjadi data yang siap untuk dianalisis.¹ Pada penelitian ini akan dibahas setiap variabel yaitu berupa:

- a. Definisi konseptual, Menurut Cooper dan Schindler dalam Simamora (2003), Definisi konseptual adalah kumpulan ide atau pengertian yang

¹ Universitas An-Nur Lampung, Diakses 25 Juli 2023, <https://an-nur.ac.id/blog/pengolahan-dan-analisis-data-penelitian-kuantitatif.html>

dapat dikaitkan dengan peristiwa, objek, keadaan, situasi, atau perilaku tertentu. (Ni Gusti Ayu Lia Rusmayani, 2022.57)

- b. Definisi operasional, adalah informasi ilmiah yang sangat membantu peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dengan variabel yang sama.

Dengan informasi ini akan mengajarkan mereka cara mengukur variabel, serta diuraikan alat ukur setiap item indikator pada variabel. Berikut teknik pengelolaannya.

Variabel Penelitian Menurut Sugiyono (2020:68), variabel penelitian adalah sifat atau atribut seseorang atau organisasi yang dapat diukur atau diamati yang memiliki variasi tertentu yang diidentifikasi oleh peneliti untuk dijadikan pelajaran dan kemudian ditarik kesimpulan.² Ada tiga jenis variabel pada penelitian ini, diantaranya:

- a. Variabel Independen (X)

Menurut Sugiyono variabel independen adalah yang mempengaruhi variabel dependen atau variable terikat.³ Pada penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah customer experience (X¹) dan *complaint handling* (X²)

- b. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono variabel dependen adalah yang dipengaruhi oleh variabel independen atau variable bebas (Ni Gusti Ayu Lia Rusmayani, 2022,.60). Pada penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah loyalitas nasabah (Y)

- c. Variabel Intervening

Menurut Sugiyono variabel intervening (penghubung) adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan dependen.⁴ Posisinya yang di antara keduanya, variabel intervening mempengaruhi perubahan atau munculnya variabel dependen secara tidak langsung. Pada penelitian ini yang menjadi variabel intervening adalah kepuasan nasabah (Z).

² (Ni Gusti Ayu Lia Rusmayani, 2022.57)

³ Ni Gusti Ayu Lia Rusmayani, 2022), hal.60

⁴ Ni Gusti Ayu Lia Rusmayani, , 2022), hal.61

LANDASAN TEORI

Customer Experience

Pada tinjauan teori *customer experience* diatas, dapat disimpulkan peneliti menggunakan teori pada berikut ini:

Tabel 3. 1

Tinjauan Teori *Customer Experience*

Variabel	Dimensi	Indikator
<i>Customer Experience</i> (Gentile, 2007)	Sense	1. Penglihatan 2. Pendengaran
	Feel	1. Perasaan terhadap produk 2. Perasaan terhadap layanan
	Think	1. Evaluasi produk 2. Evaluasi Layanan
	Act	1. Tindakan fisik 2. Interaksi (jasa) 3. Gaya hidup yang timbul (produk)
	Relate	1. BSI dengan pribadi nasabah 2. BSI dengan orang lain, atau budaya

Complaint Handling

Pada tinjauan teori *complaint Handling* diatas, dapat disimpulkan peneliti menggunakan teori pada berikut ini:

Tabel 3. 2

Tinjauan Teori *Complaint Handling*

Variabel	Dimensi	Indikator
<i>Complaint Handling</i> (Batin, 2020)	Empati	1.Responsip 2.Perhatian
	Kecepatan	1.Kecepatan dalam Penanganan 2.Ketepatan dalam Solusi
	Kewajaran dan Keadilan	1.Keadilan 2.Transparasi
	Kemudahan	1.Kemudahan terhadap Produk 2.Kemudahan fasilitas

Kepuasan

a. Pengertian Kepuasan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Kepuasan berasal dari kata dasar puas yakni mengenai perihal sifat (kesenangan, kelegaan dan sebagainya). Maka kepuasan dapat didefinisikan suatu perasaan puas, rasa senang dikarenakan terpenuhi kebutuhan sesuai dengan harapannya.⁵ Kepuasan nasabah adalah salah bentuk dari rasa senang dan puas akan produk, fasilitas atau pun pelayanan yang diberikan oleh pihak bank terhadap nasabahnya.

Pada tinjauan teori kepuasan nasabah diatas, dapat disimpulkan peneliti menggunakan teori pada berikut ini:

Tabel 3. 3

Tinjauan Teori Kepuasan Nasabah

Variabel	Dimensi	Indikator
-----------------	----------------	------------------

⁵ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) : <https://kbbi.web.id/puas>

Kepuasan Nasabah (Mowen dan Minor, 2002)	Overall Satisfaction	1. Kinerja karyawan 2. Harapan
	Expectation Satisfaction	1. Pelayanan karyawan 2. Penampilan karyawan
	Confirmation Of Satisfaction	1. Konfirmasi Kepuasan 2. Komitmen Kepuasan

Loyalitas

a. Pengertian Loyalitas

Loyalitas berasal dari kata dasar "loyal", yang berarti setia, atau setia.⁶ Secara umum, loyalitas dapat didefinisikan sebagai kesetiaan, dan kepercayaan yang diberikan atau ditujukan kepada seseorang atau lembaga, bersama dengan cinta dan tanggung jawab untuk berusaha memberikan pelayanan dan perilaku terbaik.⁷

Pada tinjauan teori kepuasan nasabah diatas, dapat disimpulkan peneliti menggunakan teori pada berikut ini:

Tabel 3. 4

Tinjauan Teori Kepuasan Nasabah

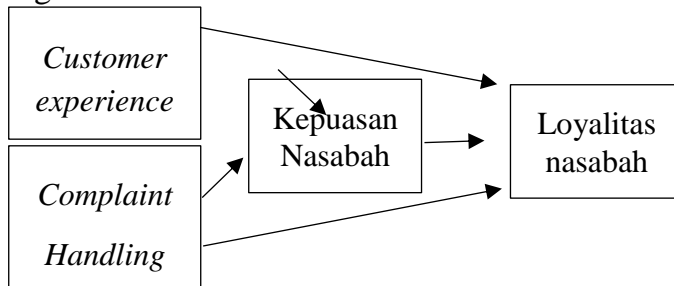
Variabel	Dimensi	Indikator
----------	---------	-----------

⁶ Agustin Hermawati, "Pengaruh Penanganan Keluhan, Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan terhadap Loyalitas (Literature Review Manajemen Pemasaran)"(Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital (JMPD), 2023) Vol. 1, No. 1. hal, 19-20

⁷ Annas Thohir Syamsudin & Wirawan Fadly, "Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Kepercayaan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Di Pt. Bpr Syariah Mitra Mentari Sejahtera Ponorogo", (Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance, 2021) Vol. 1, No. 1, Januari – Juni 2021 hal. 53

Loyalitas Nasabah (Kotler dan Keller, 2009)	Repeat Purchase	1. Pembelian berulang 2. Patuh
	Referallas	1. Mereferensikan kepada orang lain 2. Ketepatan dalam Solusi
	Retention	1. Kesetian nasabah 2. Konsistensi

Kerangka Pemikiran



Berdasarkan bagan diatas, bahwa *customer experience* (X^1) dan *complaint handling* (X^2) sebagai variabel yang mempengaruhi atau variabel *independen*, loyalitas nasabah (Y) sebagai variabel yang dipengaruhi atau variabel *dependen*, dan sedangkan kepuasan nasabah (Z) variabel yang mempengaruhi hubungan antar variabel *independen* dan *dependen* atau variabel *Intervening*.

Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara mengenai masalah penelitian yang harus diuji kebenarannya dengan melalui penelitian yang berupa pernyataan.⁸ Hipotesis Penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. *Customer experience* (X^1) dengan Kepuasan Nasabah (Z)

⁸ Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, “Pedoman Penulisan Karya Ilmiah”, (Serang : UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2019), hal. 47

H0-1 = *Customer experience* tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah

Ha-1 = *Customer experience* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah

2. *Complaint Handling* (X^2) dengan Kepuasan Nasabah (Z)

H0-2 = *Complaint Handling* tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah

Ha-2 = *Complaint Handling* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah

LANDASAN TEORITIS

a. Optimalisasi

Optimalisasi Menurut Kamus Besar Indonesia optimalisasi berasal dari kata dasar optimal yang berarti terbaik, tertinggi paling menguntungkan. sehingga optimalisasi suatu tindakan, proses atau metodologi, untuk membuat sesuatu menjadi lebih sempurna fungsional atau lebih efektif (KBBI 2019) Optimalisasi adalah ukuran yang menyebabkan tercapainya tujuan jika dipandang dari sudut usaha. Optimalisasi adalah usaha memaksimalkan kegiatan sehingga mewujudkan keuntungan yang diinginkan atau dikehendaki. (Muhammad Ali dan Muhammad Asrori 2022). Optimasi adalah proses pencarian solusi terbaik tidak selalu menghasilkan keuntungan yang paling besar yang dapat dicapai jika tujuan adalah memaksimalkan keuntungan, atau biaya yang paling kecil yang dapat ditekan jika tujuan adalah meminimumkan biaya. (Menurut Hotnar Sigoringgo 2005).

b. Pengelolaan zakat

Pengelolaan menurut Suharismiarikunto umumnya adalah pengadministrasian, pengumpulan, pengaturan, atau penataan suatu kegiatan. Istilah lain dari pengelolaan adalah "manajemen", yang berasal dari kata Inggris "management", yang berarti "kelola" dengan awalan "pe" dan akhiran "an" (Suharismiarikunto 1996) pengelolaan pada umumnya dikaitkan dengan aktivitas perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, penempatan, pengarahan, pemotivasian, komunikasi, dan pengambilan keputusan yang dilakukan oleh setiap organisasi dengan tujuan untuk mengkoordinasikan berbagai sumber daya yang dimiliki oleh organisasi sehingga akan dihasilkan suatu produk atau jasa secara efisien (Andrew F. Sikula dalam Sobri & Asep Jihad 2009). Dalam hal ini, berkaitan dengan pengumpulan, penggunaan dan pemberdayaan mustahik, dan pengawasan zakat. Pengelolaan zakat berbasis manajemen menempatkan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan. Keempat hal tersebut

menjadi persyaratan mutlak yang harus dilakukan dalam pengelolaan zakat berbasis manajemen (M. Hasan 2011).

c. Pendistribusian

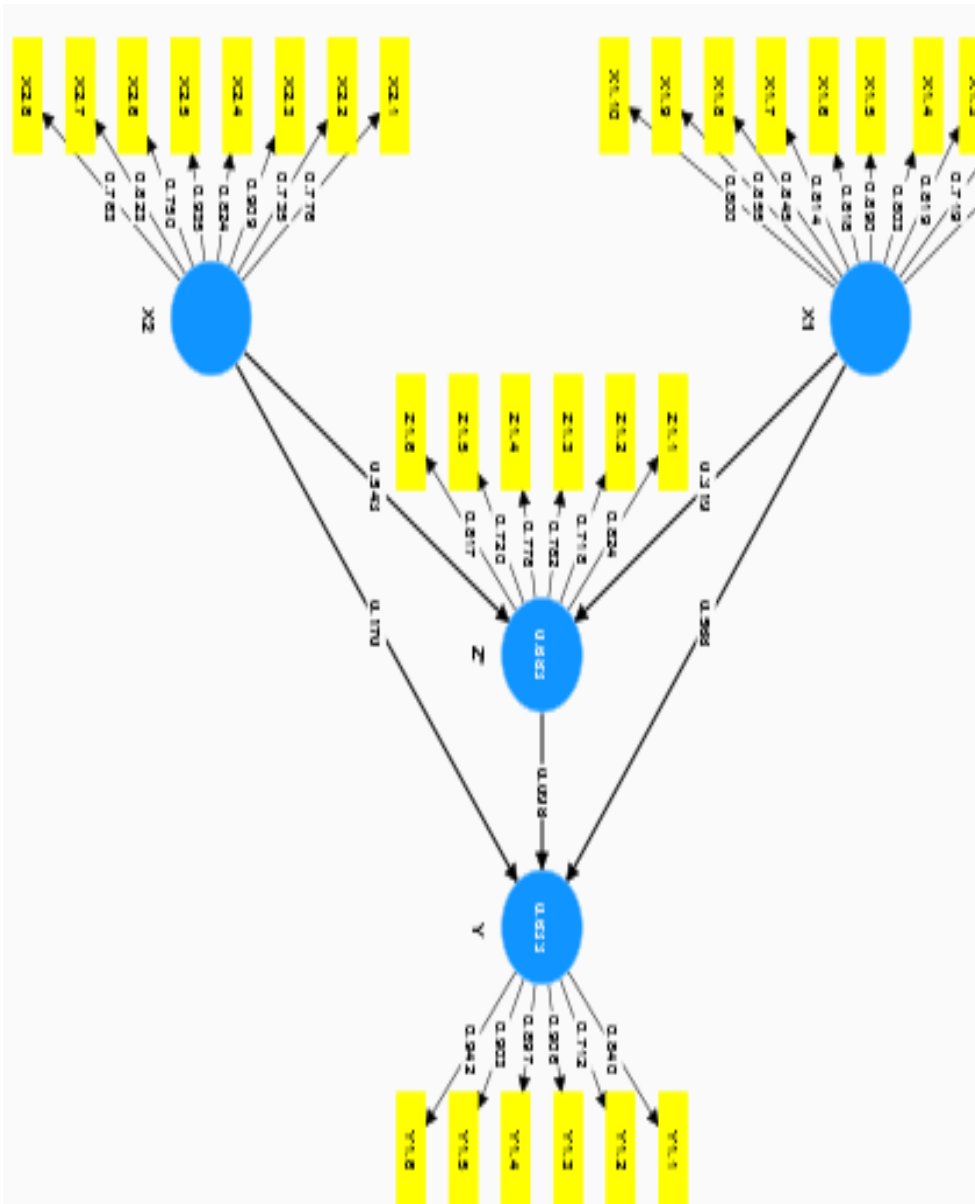
Bahasa Inggris "distribusi" berasal dari kata "distribute", yang berarti "pembagian atau penyaluran." Distribusi adalah penyaluran (pembagian) barang kebutuhan sehari-hari oleh pemerintah kepada pegawai negeri, penduduk, dan sebagainya(Sukezi Adiwarta 2019). Pendistribusian adalah upaya pemasaran untuk mempercepat dan mempermudah penyebaran barang dan jasa dari produsen ke pembeli dalam jumlah, jenis, harga, dan waktu yang diperlukan. Dengan kata lain, distribusi adalah jenis tindakan pemasaran yang memiliki kemampuan untuk meningkatkan nilai produk melalui penggunaan fitur pemasaran yang dapat menunjukkan manfaat atau fasilitas yang berkaitan dengan bentuk, lokasi, dan kepemilikan produk. Ini juga memungkinkan arus saluran pemasaran, yang juga dikenal sebagai "saluran pemasaran", baik secara fisik maupun non-fisik(Fandy Tjiptono 2001) Menurut buku Pedoman Zakat yang diterbitkan oleh Ditjen Bimas Islam dan Urusan Haji Departemen Agama (2002: 244), pola distribusi zakat saat ini juga mengalami perubahan. Inovasi diklasifikasikan dalam empat kategori: distribusi konsumtif tradisional, konsumtif kreatif, produktif tradisional, dan produktif kreatif.(Siti Rahmah, And Jumi Herlita 2019) Menurut Pasal 25 (1) Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat, zakat harus diberikan kepada mustahik sesuai dengan syari'at Islam. Pasal 26 menyatakan bahwa distribusi zakat dilakukan berdasarkan prinsip pemerataan, keadilan, dan kewilayahan (Undang undang Nomor 23 Tahun 2011)

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Validitas Konvergen

Uji validitas kovergen kepada 100 responden dengan *loading factor* > 0.70, dinyatakan valid. Dengan menggunakan SmartPLS 4.

Gambar 4.1
Loading Factor



Sumber : Data Diolah Penulis (2023) , SmartPLS 4

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan seluruh indicator memiliki nilai loading factor diatas > 0.7 , sehingga tahap selanjutnya dapat dievaluasi.

Tabel 4. 1

Outer Loading dan AVE

Variabel Laten	Indikator	Outer Loading	AVE
<i>Customer Experience</i>	X1.1	0.705	0.695
	X1.2	0.719	
	X1.3	0.819	
	X1.4	0.803	
	X1.5	0.890	
	X1.6	0.818	
	X1.7	0.814	
	X1.8	0.845	
	X1.9	0.855	
	X1.10	0.800	
<i>Complaint Handling</i>	X2.1	0.776	0.643
	X2.2	0.735	
	X2.3	0.909	
	X2.4	0.824	
	X1.5	0.935	
	X2.6	0.750	
	X2.7	0.823	
	X2.8	0.763	
Kepuasan Nasabah	Z.1	0.824	0.687
	Z.2	0.718	
	Z.3	0.782	
	Z.4	0.778	
	Z.5	0.720	
	Z.6	0.817	

Loyalitas Nasabah	Y.1	0.840	0.767
	Y.2	0.712	
	Y.3	0.906	
	Y.4	0.897	
	Y.5	0.903	
	Y.6	0.942	

Sumber : Data Diolah Penulis (2023)

Indikator dinyatakan valid jika suatu indikator dinyatakan valid secara konvergen, apabila nilai AVE (Average Variance Extracted) lebih dari 0.5 serta Outer Loading lebih dari 0.7. Berdasarkan tabel 4.6 diatas diketahui bahwa nilai AVE untuk semua variabel nilainya lebih dari 0.5. Maka dinyatakan bahwa indikator pada variabel laten berkontribusi lebih dari 50% dan diketahui pula bahwa outer loading lebih dari 0.7 untuk semua variabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel dan indikator yang digunakan valid.

2. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan berhubungan dengan pengukuran-pengukuran konstruk yang berbeda dipastikan tidak berkorelasi dengan tinggi. Pengukuran tersebut dapat dilihat dari hasil cross loading dengan konstraknya, membandingkan akar AVE untuk setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk satu dengan konstruk lainnya dalam model dan korelasi pada variabel laten. Hasil akar AVE dan korelasi variabel laten disajikan pada tabel sebelumnya.

Tabel 4. 2
Cross Loading

Valiabel Laten	<i>Customer Experience</i>	<i>Complaint Handling</i>	Kepuasan Nasabah	Loyalitas Nasabah
X1.1	0.705	0.658	0.510	0.558
X1.2	0.719	0.625	0.485	0.494
X1.3	0.829	0.822	0.672	0.696
X1.4	0.803	0.698	0.641	0.615
X1.5	0.890	0.690	0.714	0.687

Pengaruh Customer Experience dan Complaint Handling terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)
Melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening Studi pada Kcp. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

X1.6	0.818	0.576	0.562	0.571
X1.7	0.814	0.617	0.628	0.585
X1.8	0.845	0.647	0.633	0.675
X1.9	0.855	0.720	0.688	0.755
X1.10	0.800	0.626	0.629	0.648
X2.1	0.651	0.776	0.624	0.507
X2.2	0.493	0.735	0.556	0.442
X2.3	0.778	0.909	0.659	0.670
X2.4	0.629	0.824	0.590	0.552
X2.5	0.818	0.935	0.749	0.740
X2.6	0.603	0.750	0.652	0.576
X2.7	0.726	0.823	0.706	0.685
X2.8	0.656	0.763	0.712	0.462
Z.1	0.584	0.574	0.594	0.840
Z.2	0.670	0.601	0.419	0.712
Z.3	0.722	0.594	0.563	0.906
Z.4	0.765	0.780	0.703	0.897
Z.5	0.643	0.617	0.605	0.903
Z.6	0.674	0.552	0.594	0.942
Y.1	0.506	0.634	0.824	0.316
Y.2	0.644	0.594	0.718	0.542
Y.3	0.653	0.702	0.782	0.751
Y.4	0.676	0.589	0.778	0.660
Y.5	0.475	0.531	0.720	0.304
Y.6	0.532	0.661	0.817	0.354

Sumber : Data Diolah Penulis (2023)

Pada variabel diatas, seluruh indicator pada satu variabel mempunyai korelasi yang lebih tinggi dibandingkan dengan variable lainnya. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua konstruk dalam model yang diestimasi memenuhi kriteria discriminant validity.

3. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengevaluasi konsistensi internal alat ukur; ini menunjukkan ketepatan, akurasi, dan konsistensi alat ukur dalam melakukan pengukuran. Parameter tersebut digunakan untuk menilai nilai Cronbach's alpha dan gabungan reliabilitas adalah dua ukuran reliabilitas. Nilai Cronbach's alpha harus lebih besar dari 0,7, meskipun nilai 0,6 dan 0,5 masih dapat diterima (Hair et al, dalam Hartono, 2015:196)

Tabel 4. 3

Crobach's Alpha dan Composite Reliabilitay

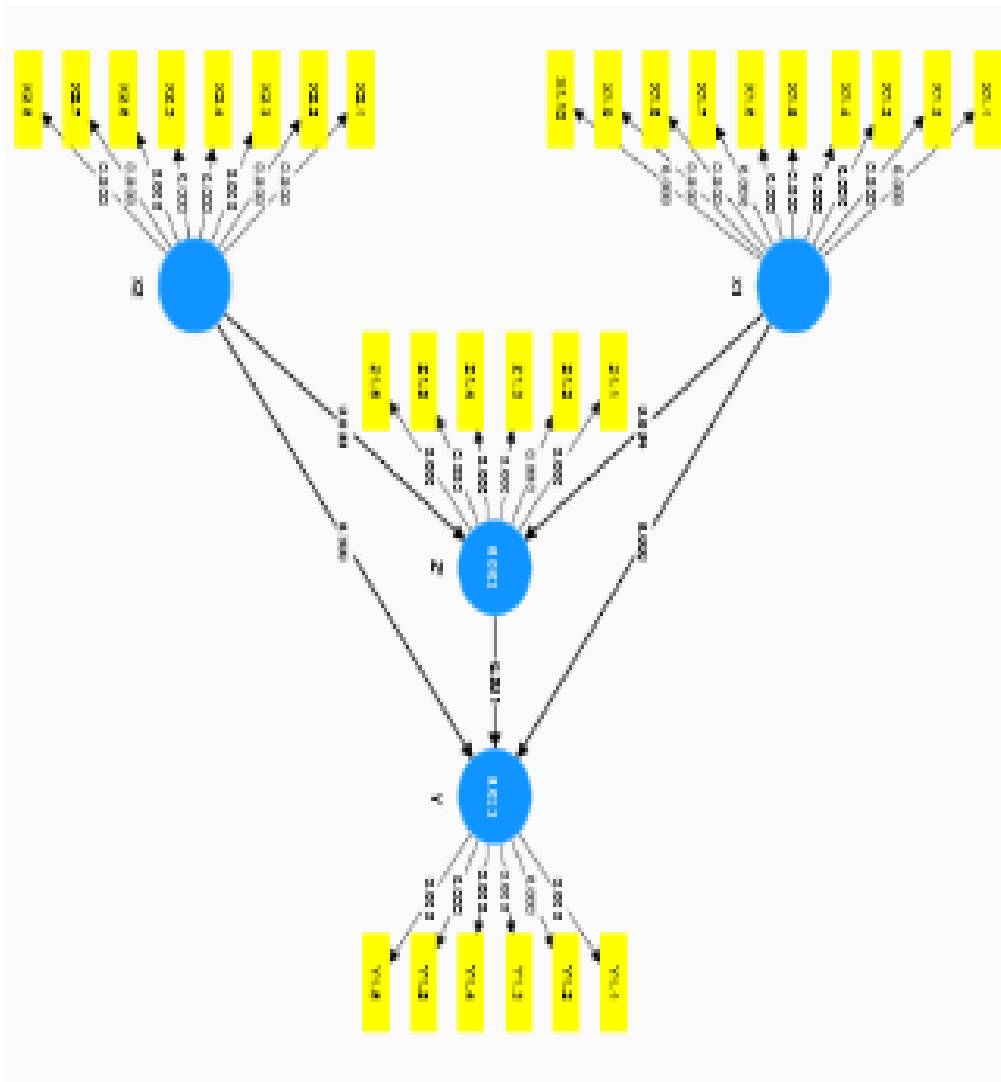
Valiabel	Cronbach's alpha	rho_A	Composite reliability
<i>Customer Experience</i>	0.941	0.945	0.949
<i>Complaint Handling</i>	0.928	0.935	0.941
Loyalitas Nasabah	0.934	0.939	0.949
Kepuasan Nasabah	0.869	0.878	0.900

Berdasarkan Tabel di atas diketahui bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian ini: *Customer Experience*, *Complaint Handling* , kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah memiliki nilai cronbach's alpha lebih besar dari 0,6 dan nilai dari composite reliability adalah lebih besar dari 0,7. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini telah Reliabel.

4. Uji Model Struktural (Inner Model)

Setelah model yang diestimasi memenuhi kriteria *discriminant validity*, selanjutnya dilakukan pengujian terhadap model struktural (Inner model) yang dilakukan dengan melihat nilai R-Square (R²) untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan prediksi dari model structural.

Gambar 4. 2
Model Struktural (Inner Model)



Sumber : Data Diolah Penulis (2023) , SmartPLS 4

Tahapan pengujian terhadap model struktural (Inner model) dilakukan dengan langkah – langkah berikut:

a. R Square / R²

Setelah model yang diestimasi memenuhi kriteria Outer Model, berikutnya peneliti melakukan pengujian model struktural (Inner Model), Nilai R Square sebesar 0.67 dinyatakan kuat, 0,33 dinyatakan moderat, dan 0.19 dinyatakan lemah. Berikut adalah nilai R-Square (R²) pada konstruk penelitian :

Tabel 4. 4

Nilai Koefisien Derterminasi

Variabel	R Square	R Square adjusted
Kepuasan Nasabah	0.683	0.676
Loyalitas Nasabah	0.633	0.622

Pengaruh *customer experience*, *complaint handling*, dan kepuasan nasabah terhadap kepuasan nasabah sebesar 0.683= 68.3% yang berarti kuat.

Pengaruh *customer experience*, *complaint handling*, dan loyalitas nasabah terhadap loyalitas nasabah sebesar 0.633 = 63.3% yang berarti kuat.

b. Effect Size (F Square)

Menurut Hair (2021) F Square 0,02 dinyatakan rendah, 0,15 dinyatakan menengah, dan 0,35 dinyatakan tinggi.

Tabel 4. 5

F Square

	Loyalitas Nasabah	Kepuasan Nasabah
Loyalitas Nasabah		
Kepuasan Nasabah	0.008	
<i>Customer Experience</i>	0.251	0.101
<i>Complaint Handling</i>	0.019	0.292

Kepuasan nasabah mempunyai pengaruh pada level struktural loyalitas adalah menuju rendah (F Square = 0.008), customer experience mempunyai pengaruh pada level struktural loyalitas kepuasan adalah menengah (F Square = 0.251) dan kepuasan nasabah adalah menuju menengah (F Square = 0.101), serta complaint handling mempunyai pengaruh pada level struktural loyalitas adalah menengah (F Square = 0.019) dan kepuasan nasabah adalah menengah (F Square = 0.292).

5. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan t-hitung dengan t-tabel. Perbandingan t-hitung dengan t-tabel digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antar variabel. Nilai t-hitung diperoleh dari hasil bootstrapping dengan software Smart PLS. Pengujian dengan bootstrapp juga bertujuan untuk meminimalkan masalah ketidaknormalan data peneliti. Untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan nilai t-statistik, maka untuk =5% nilai t-statistik yang digunakan adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan/penolakan Hipotesa adalah H_a diterima dan H_0 di tolak ketika t-statistik > 1,96.

Tabel 4. 6

Path Coefficient

Variable	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
<i>Customer Experience</i> > Loyalitas Nasabah	0.568	0.575	0.162	3.495	0.000
<i>Customer Experience</i> > Kepuasan Nasabah	0.319	0.313	0.112	2.846	0.004
<i>Complaint Handling</i> > Loyalitas Nasabah	0.170	0.159	0.164	1.037	0.300
<i>Complaint Handling</i> > Kepuasan Nasabah	0.543	0.559	0.109	4.997	0.000
Kepuasan Nasabah > Loyalitas Nasabah	0.098	0.106	0.146	0.673	0.501

Customer experience mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah sebesar (0.568) dengan t statistic (3.495 > 1.96) atau p value (0.000 < 0.05). setiap perubahan *customer experience* akan signifikan meningkatkan loyalitas nasabah.

Customer experience mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah sebesar (0.319) dengan t statistic (2.846 > 1.96) atau p value (0.004 < 0.05). setiap perubahan *customer experience* akan signifikan meningkatkan kepuasan nasabah.

Complaint handling tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah sebesar (0.170) dengan t statistic (**1.037** < 1.96) atau p value (**0.072** > 0.05) atau p value (**0.300** > 0.05). setiap perubahan *complaint handling* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan pada meningkatkan loyalitas nasabah.

Complaint handling mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah sebesar (0.543) dengan t statistic (4.997 > 1.96) atau p value (0.000 < 0.05). setiap perubahan *complaint handling* akan signifikan meningkatkan kepuasan nasabah.

Kepuasan nasabah tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah sebesar (**0.098**) dengan t statistic (**0.673** < 1.96) atau p value (**0.501** > 0.05). setiap perubahan kepuasan nasabah tidak mempunyai pengaruh yang signifikan pada meningkatkan loyalitas nasabah.

Lalu setelah melalui tahap sebelumnya, maka dapat dilanjut dengan tahap *moderasi regression analysis* yakni berguna untuk menguji pengaruh moderasi dalam memperlemah atau memperkuat hubungan variabel independen dengan dependen.

Tabel 4. 7

Specific Indirec Effects

Variable	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
X1 > Z > Y	0.031	0.034	0.051	0.618	0.537
X2 > Z > Y	0.053	0.060	0.085	0.627	0.531

Customer experience dan kepuasan nasabah tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah sebesar (**0.031**) dengan t statistic (**0.618** < 1.96) atau p value (**0.537** > 0.05). Setiap perubahan *Customer experience* dan kepuasan nasabah tidak mempunyai pengaruh yang signifikan pada meningkatkan loyalitas nasabah.

Complaint handling dan kepuasan nasabah tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah sebesar (**0.053**) dengan t statistic (**0.627** < 1.96) atau p value (**0.531** > 0.05). Setiap perubahan *complaint handling* dan kepuasan nasabah tidak mempunyai pengaruh yang signifikan pada meningkatkan loyalitas nasabah.

Hasil hipotesis pada penelitian ini ialah sebagai berikut :

Tabel 4

Hasil Uji Hipotesis

	Keterangan	Hasil
Uji Hipotesis 1	H0-1 = <i>Customer experience</i> tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Ha-1 = <i>Customer experience</i> berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah	H0-1 = Ditolak Ha-1 = Diterima
	H0-2 = Complaint Handling tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Ha-2 = Complaint Handling berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah	H0-2 = Ditolak Ha-2 = Diterima
Uji Hipotesis 2	H0-3 = Customer experience tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah Ha-3 = Customer experience berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah	H0-3 = Ditolak Ha-3 = Diterima
	H0-4 = Complaint Handling tidak	H0-4 = Diterima Ha-4 = Ditolak

	berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah Ha-4 = Complaint Handling berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah	
	H0-5 = Kepuasan Nasabah tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah Ha-5 = Kepuasan Nasabah berpengaruh terhadap dengan Loyalitas Nasabah	H0-5 = Diterima Ha-5 = Ditolak
Uji Hipotesis 3	H0-6 = Customer experience dan Kepuasan Nasabah tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah Ha-6 = Customer experience dan Kepuasan Nasabah berpengaruh terhadap dengan Loyalitas Nasabah	H0-6 = Diterima Ha-6 = Ditolak
	H0-7 = Complaint Handling dan Kepuasan Nasabah tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah Ha-7 = Complaint Handling dan Kepuasan Nasabah berpengaruh	H0-7 = Diterima Ha-7 = Ditolak

	terhadap dengan Loyalitas Nasabah	
--	--------------------------------------	--

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan diatas mengenai pengaruh *Customer experience* dan *Complaint handling* terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan sebagai variable intervening studi pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, dengan menggunakan metode analisis path (analisis jalur) dapat disimpulkan bahwa:

1. *Customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI KCP. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
2. *Complaint handling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- (KBBI), Kamus Besar Bahasa Indonesia. n.d. <https://kbbi.web.id/puas>.
- (OJK), Otoritas Jasa Keuangan. 2023. *Siaran Pers: Operasional Bank Syariah Indonesia Kembali Normal Masyarakat Diminta Tenang*. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Operasional-Bank-Syariah-Indonesia-Kembali-Normal-Masyarakat>.
- A.Salim, M.Setiawan, R.Rofiaty, and F.Rohman. 2018. "Fokus pada Penanganan Keluhan untuk Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas: Kasus Perbankan Publik Indonesia." *Jurnal Studi Penelitian Eropa* Vol. 21 Edisi 3, 406.
- Adabiyah, Rofida Choiratul. 2021. "Pengaruh Complain Handling, Kualitas Layanan, Internet Banking, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan (Lembaga Umum Keuangan Syariah Kota Malang." *Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim* 12.
- Agustin Hermawati. 2023. "Pengaruh Penanganan Keluhan, Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan terhadap Loyalitas (Literature Review Manajemen Pemasaran)." *Jurnal Manajemn dan Pemasaran Digital (JMPD)* Vol. 1, No. 1, 16.

- Agustina, Nadia, and Achmad Fauzi DH. 2018. "Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Biaya Beralih, dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan." *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol.64 No.1, 95.
- Anas, Muhammad Azhar. 2020. "Pengaruh Customer Relationship Management, Service Quality Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Wakaf Mikro Di Yogyakarta." *Tesis : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta* 58.
- Andayani, Nadya, and Tuti Anggraini. 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* 780-787.
- Andini, Mutiari Puti. 2016. " Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Komitmen, Loyalitas, Dan Word Of Mouth (Studi Pada Konsumen London Beauty Centre Di Bandar Lampung) ." *Skripsi: Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Lampung Bandar Lampung*, 47.
- Andini, Mutiari Puti. 2016. "Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Komitmen, Loyalitas, Dan Word Of Mouth (Studi Pada Konsumen London Beauty Centre Di Bandar Lampung)." *Skripsi: Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Lampung Bandar Lampung*, 51-52.
- Andriani, Dita Mutiara. 2023. "Pengaruh Customer Experience dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Aplikasi Livin By Mandiri Di Bank Mandiri Kcp Medan Pulau Pinang." *Skripsi, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area, Medan*, 11-14.
- Artha, Cendekiya Maulana. 2020. "pengaruh pengalaman pelanggan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada internet banking bank syariah di surabaya dan sidoarjo ." *Artikel Ilmiah, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas, Surabaya*, 22.
- Aslindar, Dwi Astarani. 2022. "BAB 6: menyusun kuesioner ." In *metodologi penelitian kuantitatif*, 76. Universitas Selamat Sri: CV pradina pustaka grup.
- Bachri, Naufal. 2018. *Loyalitas Nasabah Bank Syariah*. Aceh: CV. Sefa Bumi Persada.

- Batin, Mail Hilian. 2019. "Pengaruh Citra Bank, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Nasabah, Penanganan Keluhan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Sumsel Babel Kantor Capem Syariah Uin Raden Fatah Palembang." *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance* Vol.3 No.1, 49-50.
- Bilson. 2003). "Membongkar Kotak Hitam Konsumen." *Jakarta: PT. Gramedia Pustaka* 67.
- Cristhy, Avin. 2017. "Pengaruh Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Terhadap Word Of Mouth Pada Pt Bank Mandiri Bandar Lampung." *Tesis, Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung* 16-21.
- Fauziah, Farah, Ika Febrilia, and Dewi Agustin Pratama Sari. 2023. "Pengaruh Customer Experience dan Customer Trust Terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening: Studi pada Pengguna E-commerce di JABODETABEK." *JIMPS: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah* Vol.8 No.3, 304.
- Febriana, Nina Indah. 2016. "Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung." *An Nisbah* Vol.03, No.1, 57.
- Gentile, Chiara. 2007. "How to Sustain the Customer Experience: An Over of Experience Compnents that Co-create Value With the Customer." *Euopen Manajement Journal*, September 26: Vol.25, Issue.5, 398.
- Hermawati, Agustin. 2023. "Pengaruh Penanganan Keluhan, Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan terhadap Loyalitas (Literature Review Manajemen Pemasaran)." *Jurnal Managemen dan Pemasaran Digital (JMPD)* Vol. 1, No. 1. 19-20.
- Huda, Miftahul. 2020. "Pengaruh Customer Intimacy, Customers Experience, Customer Satisfaction Dan Customer Bonding Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BRI Syariah KCP Panda'an Pasuruan." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* Vol. 4 No. 2, 258.
- Irwan, and Khaeryna Adam. 2015. "Metode Partial Least Square (Pls) Dan Terapannya (Studi Kasus: Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Pdam Unit Camming Kab. Bone)." *Jurnal Teknosains: Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri (UIN) ALauddin Makassar* Vol.9 No.1, 58.

Islam, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. 2019. "Pedoman Penulisan Karya Ilmiah." *Serang : UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten* 47 .

Ismulyaty, S., Nurmaini, and . M. Roni. 2021. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pengguna Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI Kalirejo)." *Jurnal Nisbah* Vol.8 No.(1), 67.

Karimah, Nur, and Nur Laili Fikriah. 2023. "Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Konsumen Potacorner Pasuruan)." *ICONIES : Internasional Conference of Islamic Economics dan Business*, 471.

Khomisah, and Ahmad Amin Dalimunte. 2022. "Strategi Customer Service Dalam Complaint Handling Pada Bank Syariah Indonesia KCP Rantauprapat." *Jurnal Ekonomi Islam* Vol. 3 No. 2, 226.

Khotimah, Lenni. n.d. "Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square) ." *Artikel: Fakultas Sains dan Teknologi UIN Walisongo Semarang*.

Kotler, Phlip, and Keller. 2017. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga,.

Kurniawan, Danang. 2020. "Service Excellent Berdasarkan Prespektif Islam di Bank Syariah." *Tawazun: Journal of Sharia Economic Law* Vol. 3 No. 1, 69.

Lampung, Universitas An-Nur. 2023. "Pengolahan Dan Analisis Data Penelitian Kuantitatif." <https://an-nur.ac.id/blog/pengolahan-dan-analisis-data-penelitian-kuantitatif.html>.

Lantang, Leonardo, and Keni. 2022. "Pengaruh Service Quality Dan Customer Experience Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Di Jakarta: Trust Sebagai Variabel Mediasi." *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan* Vol. 6/No. 3, 232.

Lay, Nico Yudhinata, Erna Listiana, and Heriyadi. 2018. "Analisis Pengaruh Service Quality, Personal Selling dan Complain Handling Melalui Satisfaction Serta Trust terhadap Customer Retention, Survei Nasabah Tabungan Bank Harda Internasional Cabang Pontianak." *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan* Vol.7, No.2, 135 .

Lemon, Katherine N., and & Peter C Verhoef. 2016. "Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey." *Journal of Marketing: AMA/MSI Special Issue* 70.

- Lubis, Muhammad Arif Fadhillah, and Muthmainnah. 2023. "Systematic Literature Review Tentang Loyalitas Nasabah Bank Syariah Di Indonesia." *Ulumuddin: Jurnal Ilmu-ilmu Keislaman* Vol.13 No.2238.
- Manihuruk, Bela Kristy. 2023. "Analisis Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pt Shopee Indonesia." *Journal Business And Management* Vol. 1 No. 1, 11-23.
- Marcelliana, Vanesha, and et al. 2023. "Penerapan Perlindungan Konsumen Terhadap Nasabah Pt. Bank Syariah Indonesia Dalam Kasus Kebocoran Data Nasabah." *Jurnal Publikasi Ilmu Hukum* Vol. 1 No. 2, 182.
- Marfuah, Afri Yani. 2018. "Prosedur Handling Complaint Pada Bank Syariah Mandiri." 1.
- Marlina, Asti, and Widhi Ariyo Bimo. 2018. "Digitalisasasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank." *Jurnal Ilmiah Inovator* 21.
- Ndubisi, N O. 2012. "Relationship Quality: Upshot of Mindfulness-based Marketing Strategy in Small Organisations." *International Journal of Quality & Reliability Management*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/02656711211245638>. Vol.29 No.6, 626–641.
- Nurchayo, Agil. 2022. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Kspps Murni Amanah Sejahtera Malang)." *Skripsi: Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang* 38.
- Nurhamidah, Mahda. 2022. "Pengaruh Complaint Handling Bank Syariah Indonesia Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Ex Bni Syariah Dan Ex Bri Syariah ." *Tesis : Pascasarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta* 47.
- Zakiah, Nurul. 2022. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Melalui Kepuasan Nasabah Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Bsi Kcp Depok Sawangan Raya)." *Skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Islam* 46.

- Pane, Dian. 2016. "Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Minat Beli pada Topjer (Studi Kasus pada Akun Line @topjer_food)." *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, Vol. 4, No. 2, 170.
- Pratama, Anggi Radysta. 2019. "Analisis Pengaruh Service Quality, Personal Selling dan Complain Handling melalui Satisfaction serta Trust terhadap Customer Retention." *Skripsi, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, UII Yogyakarta* 28-31.
- Priadana, Sidik, and Denok Sunarsi. 2021. *Metode Penelitian Kuantitati*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Qolbiyah, Rozana. 2021. "Pengaruh Karakteristik Dan Relationship Syariah Marketing Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada BSI KC Malang Soetta Ex Bris)." *Skripsi: Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang* 43.
- Rahayu, Sri, and Sri Tita Faulina. 2022. "Pengaruh Digital Customer Experience dalam Menciptakan Customer Satisfaction dan Customer Loyalty di Era Digital (Studi Kasus OVO)." *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* Vol 5 No 1, 3.
- Rahmadewi, Triyani, Naili Farida, and Reni Shinta Dewi. 2015. "Pengaruh CRM Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembeian Ulang Melalui Brand Trust Pada PT. Nasmoco Pemuda." *Jurnal Administrasi Bisnis : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro* 68.
- Rahman, Hanif Fathur. 2019. "Pengaruh Kepercayaan, Customer Experience, Dan Complaint Handling Terhadap Customer Satisfaction Pada Nasabah Yang Menabung Di Bank Bni Syariah Kota Depok." 4-5.
- Rizaty, Monavia Ayu. 2023. *Mayoritas Penduduk Indonesia Beragama Islam pada 2022*. <https://dataindonesia.id/varia/detail/mayoritas-penduduk-indonesia-beragama-islam-pada-2022>.
- Rofi'ah, Asmi. 2023. "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Membayar Ziswaf Melalui Shopee Pada Generasi Z Kabupaten Karanganyar." *Skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Sukarakarta* 52.