



**ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE*
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA BANK SYARIAH
KABUPATEN KOLAKA SULAWESI TENGGARA**

Endang Puspita¹, Munadi Idris², Muhammad Akbar³.

¹Mahasiswa Ekonomi Syariah, IAI Al-Mawaddah Warrahmah Kolaka

²Dosen Ekonomi Syariah, IAI Al-Mawaddah Warrahmah Kolaka

³Dosen Manajemen Pendidikan Islam, IAI Al-Mawaddah Warrahmah Kolaka

Jalan Pondok Pesantren No. 10 Lamokato, Sulawesi Tenggara

Received 02 December 2020; Accepted 02 Desember 2020

Available Online

Abstract

There are two Sharia Banks in Kolaka Regency, namely BNI Syariah Bank KCP Kolaka and Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Kolaka. The determinants of customer satisfaction include service quality and customer experience. To attract the hearts of its customers, every company, especially the Kolaka Regency Sharia Bank, must always provide and pay attention to customer satisfaction. The formulation of the problem in this study is whether there is a simultaneous influence of Service Quality and Customer Experience on Customer Satisfaction at the Kolaka Regency Sharia Bank? The purpose of the study was to determine whether there was a simultaneous influence of Service Quality and Customer Experience on Customer Satisfaction at the Kolaka Regency Sharia Bank.

The research method used in this study is to use a quantitative approach. Determination of the number of representative samples that depends on the number of indicators multiplied by 5 based on the results of a questionnaire with a total of 65 respondents. The sampling technique used is the Accidental Sampling method, which is a sampling technique based on chance. The data sources used are primary and secondary data sources, the data in this study are direct answers assisted by questionnaires or questionnaires given directly by customers to be filled in according to the actual situation. Data analysis techniques through the SPSS 0.20 program are Validity, Reliability, Classical Assumptions Test, and Statistics.

The results showed that by using a questionnaire or questionnaire, researchers obtained research results by showing that partially the Service Quality Variable (X1) had no positive and significant effect on the Customer Satisfaction Variable (Y) with a Sig value. Of 0.154 while the Customer Experience Variable (X2) has a positive and significant effect on the Customer

Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah (2020) 3 (2), 301-316

Satisfaction Variable (Y) with a Sig value of 0.000. Meanwhile, the Service Quality and Customer Experience variables simultaneously have a positive and significant influence on the Customer Satisfaction Variable.

Keywords: *Service Quality, Customer Experience, Customer Satisfaction*

ISSN 2599-1191© Production and Hosting by IAI Al-Mawaddah Warrahmah Kolaka

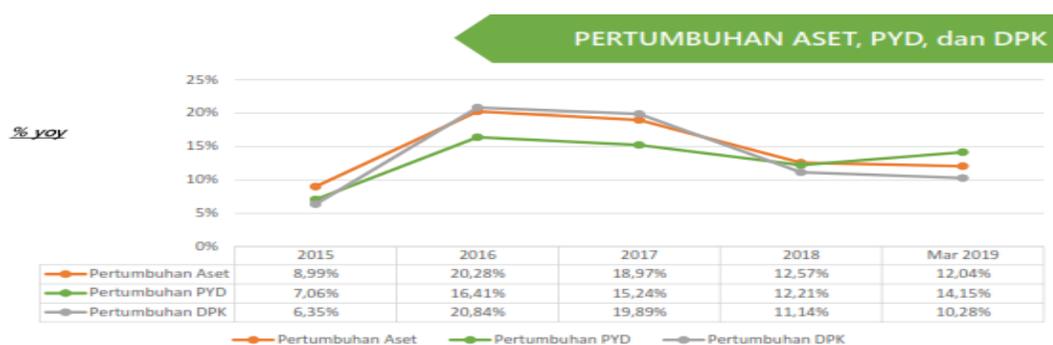
DOI: 10.5281/zenodo.5501565

PENDAHULUAN

Pada dasarnya, usaha untuk memahami perilaku konsumen perusahaan yang merupakan kunci kesuksesan perkembangan perusahaan dalam jangka panjang, perusahaan harus meneliti jumlah penduduk, kapan, dengan siapa dan bagaimana produk tersebut dibeli dan dikonsumsi/digunakan oleh konsumen. Selain itu faktor internal dan eksternal juga dapat mempengaruhi sikap dan gaya hidup konsumen yang pada akhirnya mempengaruhi kebutuhan sehari-harinya.¹

Dalam konteks perbankan syariah di Indonesia, kepuasan pelanggan belum tercapai secara maksimal. Terbukti dari data perkembangan Bank sejak tahun 2015 – 2018 mengalami fluktuasi, bahkan di tahun 2019 mengalami penurunan dibandingkan tahun sebelumnya.

Diagram 1.1 Pertumbuhan Aset, PYD, dan DPK



Sumber: OJK, 2017 – 2019²

Dari data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tersebut, Pertumbuhan Aset, Pembiayaan yang disalurkan (PYD), dan Dana Pihak Ketiga (DPK) mengalami peningkatan, yakni dari 8.99% ke angka 20.28% pada tahun 2016. Hal berbeda justru terjadi pada tahun 2017 dan 2018 terjadi penurunan pada bank syariah bahwa berdasarkan pertumbuhan Aset di tahun 2017 dan 2018 sebesar 18.97% menjadi 12.57%, Pembiayaan yang disalurkan (PYD) di tahun 2017 dan 2018 sebesar 15.24% dan 12.21%, dan Dana Pihak Ketiga (DPK) di tahun 2017 dan 2018 sebesar 19.89% dan 11.14%. Sebagaimana diungkapkan sebelumnya bahwa pada tahun 2018 bank syariah mengalami penurunan Aset, Pembiayaan yang disalurkan (PYD) dan Dana Pihak Ketiga

¹ Asmai Ishak, “Pentingnya Kepuasan Konsumen dan Implementasi Strategi Pemasarannya”, *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol. 3, November 2005, hlm. 5.

² Snapshot Perbankan Syariah Indonesia Otoritas Jasa Keuangan Posisi Maret 2019, hlm. 1.

(DPK). Akan tetapi, nilai tersebut mengalami sedikit peningkatan pada Januari 2019 dibandingkan perolehan pada tahun sebelumnya.

Berdasarkan fenomena bank syariah diatas menunjukkan bahwa selama 2 tahun berturut-turut terjadi Penurunan Aset, Pembiayaan yang disalurkan (PYD) dan Dana Pihak Ketiga (DPK) perbankan syariah disebabkan banyaknya nasabah yang kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh bank syariah, baik dari segi kualitas pelayanan, produk dan jasa serta pengalaman pelanggan yang telah dibandingkan oleh pelanggan/nasabah antara pelayanan dibank syariah dan bank konvensional sehingga mempengaruhi nasabah yang menabung pada bank syariah dan berdampak pada kurangnya profitabilitas perbankan.

Efek penurunan perkembangan bank syariah di Indonesia juga diikuti oleh beberapa provinsi termasuk Sulawesi Tenggara dari tahun ketahun. Perkembangan perbankan syariah khususnya Provinsi Sulawesi Tenggara mengalami kenaikan dan penurunan baik dari Pertumbuhan Aset di tahun 2017³ sebesar 16.07% mengalami peningkatan di tahun 2018⁴ sebesar 19.77% dan pada tahun terakhir yaitu di tahun 2019⁵ kemudian kembali mengalami penurunan Aset sebesar 17.03%. Selanjutnya pada Pertumbuhan Pembiayaan yang disalurkan (PYD) dari tahun ketahun terus mengalami penurunan dari 14.63% menjadi 6.37%. Sedangkan pada Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga (DPK) jika dilihat dari tahun ketahun terus mengalami peningkatan atau pertumbuhan dari 16.65% menjadi 23.49%.

Tabel 1.1 Perkembangan Perbankan Syariah
Provinsi Sulawesi Tenggara Tahun 2017-2019

Tahun	Pertumbuhan Aset (yoy)	Pertumbuhan PYD (yoy)	Pertumbuhan DPK (yoy)
2017	16.07 %	14.63 %	16.65 %
2018	19.77 %	7.89 %	21.81 %
2019	17.03 %	6.37 %	23.49 %

³ Snapshot Perbankan Syariah Indonesia Otoritas Jasa Keuangan Tahun 2017, hlm. 5.

⁴ Snapshot Perbankan Syariah Indonesia Otoritas Jasa Keuangan Posisi Desember 2018, hlm. 5.

⁵ Snapshot Perbankan Syariah Indonesia Otoritas Jasa Keuangan Posisi Maret 2019, hlm. 5.

Terdapat banyak anteseden/ungkapan yang mempengaruhi kepuasan. Menurut Fachruzi Amir kepuasan dipengaruhi oleh pelayanan, kualitas produk, harga, dan promosi.⁶ Adapun menurut Erwan Widhianto Kepuasan dipengaruhi oleh pengiriman produk, performa produk, citra perusahaan/produk/merk/nilai harga yang dihubungkan dengan nilai yang diterima konsumen, prestasi para karyawan, keunggulan dan kelemahan pesaing.⁷ Menurut Erwan Widhianto dalam Lupiyoadi untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan terdapat lima faktor yang mempengaruhi kepuasan adalah kualitas produk, pelayanan, emosional, harga, dan biaya.⁸

HASIL PENELITIAN

1. Sejarah Bank Syariah

Dalam distorinya, perbankan syariah di Indonesia lahir rekomendasi lokakarya MUI pada tanggal 18-20 tahun 1990 yang secara formal ditandai dengan berdirinya Bank Muamalat Indoensia (BMI) pada tahun 1992. Perbankan syariah mulai menggeliat, persis ketika perbankan nasional sengam dilanda badai krisis moneter pada tahun 1998. Saat itu banyak bank konvensional yang *collaps* dan banyak yang dilikuidasi karena kegagalan sistem bunganya. Akan tetapi perbankan syariah mampu bertahan dan tetap eksis dari terpaan krisis moneter tersebut. Bahkan, pasca reformasi perbankan syariah mengalami perkembangan yang membanggakan.⁹

Sejak diberlakukannya UU No. 10 Tahun 1998, tentang perbankan syariah dalam UU tersebut diatur dengan rinci landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah. Undang-undang tersebut juga memberikan arahan bagi bank-bank konvensional untuk membuka cabang syariah atau bahkan mengkonversi diri secara total menjadi bank syariah.¹⁰

⁶ Fachruzi Amir, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada PT. Hasjrat Abadi Dimakassar" *Skripsi*, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin Makassar, 2012, hlm. 27-33.

⁷ Erwan Widhianto, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Po. Purwo Widodo di Sidoharjo Wonogiri", *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2007, hlm. 26.

⁸ Jumari, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Khususnya Siswa SMA atau SMK DIY Dalam Menggunakan Layanan Kolam Renang Uny Yogyakarta", *Skripsi*, Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta, 2017, hlm. 13-14.

⁹ Rozalinda, "Potret Perbankan Syariah di Indonesia", *Jurnal Al'Adl* Vol. 7 No. 2, Juli 2014, hlm. 16.

¹⁰ Muhammad Syafii Antonio, *Op.cit*, hlm. 26.

Berdasarkan hal itu dan mengacu pada UU No. 10 Tahun 1998, maka mulailah PT. Bank Negara Indonesia (Persero) merintis Divisi Usaha Syariah. dengan berlandaskan pada Undang-Undang No. 10 Tahun 1998, pada tanggal 29 April tahun 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara, dan Banjarmasin yang mulai beroperasi tanggal 29 April tahun 2000. Selanjutnya UUS bni terus berkembang menjadi 27 kantor Cabang dan 31 kantor cabang pembantu, disamping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional dengan kurang 1500 *outlet* yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia. Didalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI syariah tetap memerhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Pada Juni tahun 2014 BNI Syariah memiliki jumlah cabang BNI Syariah mencapai 65 Kantor Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan Gerak dan 16 Payment Point.¹¹

Salah satunya Kantor Cabang Pembantu di Kabupaten Kolaka, Sulawesi Tenggara yaitu BNI Syariah KCP Kolaka. BNI Syariah KCP Kolaka berdiri pada bulan Mei Tahun 2013 dan saat ini sudah berjalan selama 7 tahun, awalnya Bank BNI Syariah KCP Kolaka masih bersifat mikro setelah transformasi pada bulan Juli tahun 2018 Bank BNI Syariah KCP Mikro Kolaka sudah beralih menjadi reguler tetapi masih bersifat semi reguler. Jadi semua pelayanan Bank BNI Syariah yang dilayani oleh reguler juga dapat melakukan pelayanan reguler.

Dari segi pembiayaan Bank BNI Syariah KCP Kolaka masih sangat terbatas dan akad yang diterapkan pada Bank BNI Syariah KCP Kolakahanya satu akad yaitu akad *Murabahah*. BNI Syariah KCP Kolaka telah menawarkan beberapa produk yang dijual atau ditawarkan dan untuk produktifnya ada yang dinamakan Mikro 2 yaitu dananya sekitar 5 juta – 50 juta. Untuk Mikro 3 yaitu dananya sekitar 50 juta – 1 M yang dulunya hanya sampai 500 juta, kini sudah mencapai hingga 1 M, sedangkan untuk pembiayaan *Murabahah* yang bersifat konsimtif dapat berupa KPR yang diaplikasikan dalam produk Griya iB Hasanah.¹²

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (“Bank Muamalat Indonesia”) memulai perjalanan bisnisnya sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia pada 1 November 1991 atau 24 Rabi’us Tsani 1412 H. Sejak resmi beroperasi pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H, Bank Muamalat Indonesia terus berinovasi dan mengeluarkan produk-produk keuangan syariah seperti Asuransi

¹¹ BNI Syariah, “*Sejarah BNI Syariah*”,(online).<http://www.bnisyariah.co.id/sejarah-bni-syariah>. (Diakses 13 Januari 2020).

¹² Wawancara dengan Abdul Hamid S.Sos Pimpinan Bank BNI Syariah KCP Mikro Kolaka, tanggal 21 November 2019 di Kantor PT. BNI Syariah KCP Mikro Kolaka.

Endang Puspita *at al*, 2020 Analisis Pengaruh Service...
Syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat)
dan multifinance syariah yang seluruhnya menjadi terobosan di Indonesia.¹³

Bank Muamalat Indonesia mendapat izin sebagai Bank Devisa pada 27 Oktober 1994 dan merupakan perusahaan publik namun tidak *listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI). Bank Muamalat Indonesia telah melakukan penawaran Umum Terbatas (PUT) dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) sebanyak 5 kali dan merupakan lembaga perbankan pertama di Indonesia yang mengeluarkan Sukuk Subordinasi Mudharabah di tahun 2003.¹⁴

Bank Muamalat Kolaka pertama kali didirikan pada tanggal 16 Mei 2005 yang dipimpin oleh Bapak Yaspn. Sejak Bank Muamalat pertama kali hadir di Kab. Kolaka memiliki sistem atau produk yang bernama Shar-E dimana pada saat itu akses jaringan masih sangat minim. Oleh sebab itu, jika ada masyarakat yang ingin menabung atau bertransaksi di Bank Muamalat bisa melalui kantor pos dengan syarat menabung setoran awalnya senilai Rp. 125.000 dengan caataan saldonya Rp.100.000 dan biaya pendaftaran Rp. 25.000.¹⁵

2. Responden

Berdasarkan dari jumlah responden yang ditentukan sebesar sebesar 65 angket disebar kepada nasabah Bank Syariah Kabupaten Kolaka yang terdiri dari 65 responden nasabah bank syariah Penggolongan yang dilakukan terhadap responden dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas mengenai gambaran responden sebagai objek penelitian. Gambaran umum responden sebagai objek penelitian tersebut satu persatu dapat diuraikan sebagai berikut:¹⁶

a. Gambaran Responden berdasarkan Jenis Kelamin.

Tabel 4.1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden
Laki-Laki	22
Wanita	43
Total	65

Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2020

¹³ Profil Bank Muamalat. (Online). <http://www.bankmuamalatindonesia.co.id> (Diakses 08 Desember 2019).

¹⁴ *Ibid*, hlm. 2

¹⁵ Hasil wawancara dengan bapak Samsul, pada tgl 06 Desember 2019. (Pukul 16.10)

¹⁶ *Ibid*.

b. Gambaran Responden berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.2 Responden berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah Responden
SMP	1
SMA	45
D3	2
S1	17
S2	0
S3	0
Total	65

Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2020

3. Pembahasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan menunjukkan bahwa semua variabel bebas yang telah diteliti yang mencakup *Service Quality* (X1) dan *Customer Experience* (X2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada Bank Syariah Kabupaten Kolaka. Dan secara terpisah (persial) kedua variabel bebas tersebut hanya terdapat satu variabel bebas yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat pada Bank Syariah Kabupaten Kolaka. Berikut uraian masing-masing pengaruh variabel yang diteliti adalah sebagai berikut:

a. Pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction*

Dari hasil perhitungan Uji T (Parsial) yang diperoleh, nilai koefisien Uji T pada variabel *Service Quality* dengan perolehan nilai Signifikan sebesar 0,099. Dengan ketentuan nilai Sig. $0,154 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 1,442 < t_{tabel} 1,998$. Sehingga Ppengujian mengenai pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction*, menunjukkan bahwa *Service Quality* berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap *Customer Satisfaction*. Artinya bahwa harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang baik lebih tinggi dari layanan yang dirasakan dan disediakan oleh Bank Syariah Kabupaten Kolaka. Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat

Endang Puspita *at al*, 2020 Analisis Pengaruh Service...

Johnston dan Robert¹⁷, begitu pula Yarhands Dissou Arthur *et.al*¹⁸ bahwa konsumen tidak senang terhadap kinerja penyedia layanan yang diberikan.

b. Pengaruh *Customer Experience* terhadap *Customer Satisfaction*

Berdasarkan Hasil Uji T (parsial) mengenai pengaruh *Customer Experience* terhadap *Customer Satisfaction*, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel X2 terhadap variabel Y. Dengan perolehan nilai Sig. yang di dapatkan pada variabel X2 terhadap variabel Y adalah sebesar 0,000. Dengan ketentuan nilai Sig $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 4,655 > t_{tabel} 1,998$, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel X2 terdapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Variabel Y. Hasil ini memberikan makna bahwa memberikan *Customer Experience* yang sangat baik kepada pelanggan atau nasabah akan berdampak pada peningkatan *Customer Satisfaction* secara nyata, dengan arti lain bahwa peningkatan *Customer Experience* dengan serta merta harus diperhatikan dan dijaga sebaik mungkin oleh suatu perusahaan sebagai faktor penentu pihak pelanggan ingin menjadi nasabah atau tidak. Ketika pengalaman yang diberikan oleh pelanggan baik dan hasilnya membuktikan bahwa pelanggan atau nasabah tetap berkunjung atau ingin menjadi nasabah atau pelanggan yang loyal untuk pihak perusahaan khususnya Bank Syariah Kabupaten Kolaka memberikan arti bahwa pelanggan tersebut puas dengan pelayanan yang diberikan sesuai dengan pengalaman yang telah di dapatkan sebelumnya.

c. Pengaruh *Service Quality* dan *Customer Experience* terhadap *Customer Satisfaction*

Berdasarkan Hasil Uji F (simultan) mengenai pengaruh *Service Quality* (X1) dan *Customer Experience* (X2) terhadap *Customer Satisfaction* (Y), terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y. Dengan perolehan nilai Sig. yang di dapatkan pada variabel X1 sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 38,018 > F_{tabel} 3.14$ Dengan ketentuan nilai Sig $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel X1 dan X2 terdapat berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap Variabel Y. Hasil ini memberikan makna bahwa memberikan *Service Quality* dan *Customer Experience* yang sangat baik kepada pelanggan atau nasabah akan berdampak pada peningkatan *Customer Satisfaction*.

d. Koefisien Diterminasi

¹⁷ Robert dan Johnston “ *The Determinants Of Service Quality: Satisfiers and Dissatisfies*”, International Journal of Service Industry Management, Vol. 6. Nomor 5, 1995, hlm. 53-71.

¹⁸ Yarhands Dissou Arthur dkk, “*The impact off service quality on customer satisfaction in Obuasi Electricity Company of Ghana (ECG) – The customers perspective*”, International Journal of Contemporary Applied Sciences, Vol. 3. Nomor 3, Maret 2016, hlm. 256.

Pada pengujian koefisien determinasi ditemukan nilai R Square sebesar 0,536 atau 53,6%. Hal ini menunjukkan bahwa *Service Quality* dan *Customer Experience* memberikan pengaruh terhadap *Customer Satisfaction* 53,6%, sedangkan sisanya yakni 46,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar dari variabel ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang dilakukan, maka kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Independen *Service Quality* (X1) terhadap Variabel Dependen *Customer Satisfaction* (Y) pada Bank Syariah Kabupaten Kolaka, menunjukkan hasil bahwa Dari hasil perhitungan Uji T (Parsial) yang diperoleh, nilai koefisien Uji T pada variabel *service quality* dengan perolehan nilai $t_{hitung} 1,442 < t_{tabel} 1,998$ dengan nilai Signifikan sebesar $0,154 > 0,05$ Pengujian mengenai pengaruh langsung *service quality* terhadap *customer satisfaction*, menunjukkan bahwa *service quality* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. Artinya bahwa harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang baik lebih tinggi dari layanan yang dirasakan dan disediakan oleh Bank Syariah Kabupaten Kolaka.
2. Variabel Independen *Customer Experience* (X2) terhadap Variabel Dependen *Customer Satisfaction* (Y) pada Bank Syariah Kabupaten Kolaka, menunjukkan hasil bahwa berdasarkan hasil perhitungan Uji T (parsial) yang diperoleh, nilai koefisien Uji T pada variabel *Customer Experience* dengan perolehan nilai $t_{hitung} 4,655 > t_{tabel} 1,998$ dengan nilai Signifikan sebesar 0,000. Hasil ini memberikan makna bahwa Pengujian mengenai pengaruh langsung *Customer Experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* yang berarti bahwa dalam memberikan *Customer Experience* (Pengalaman Pelanggan) yang sangat baik kepada pelanggan atau nasabah akan berdampak pada peningkatan *Customer Satisfaction* (Kepuasan Pelanggan) secara nyata, dengan arti lain bahwa peningkatan *Customer Experience* (Pengalaman Pelanggan) dengan serta merta harus diperhatikan dan dijaga sebaik mungkin oleh suatu perusahaan sebagai faktor penentu pihak pelanggan ingin menjadi nasabah atau tidak.
3. Berdasarkan hasil penelitian tentang Pengujian Uji F secara simultan atau bersama-sama antara *Service Quality* dan *Customer Experience* terhadap *Customer Satisfaction* pada Bank Syariah Kabupaten Kolaka. Memberikan hasil bahwa adanya pengaruh *Service Quality* dan

Endang Puspita *at al*, 2020 Analisis Pengaruh Service...

Customer Experience berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*.

Dari hasil Uji F Secara simultan (bersama-sama) yang diperoleh nilai $F_{hitung} 138,018 > F_{tabel} 3.14$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima maka bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel *Service Quality* (X1), *Customer Experience* (X2) berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap *Customer Satisfaction* (Y).

DAFTAR PUSTAKA

- Alaan Yunus, 2016. “Pengaruh *Service Quality* (*Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness* dan *Assurance*) Terhadap *Customer Satisfaction*: Hotel Serela Bandung”, *Jurnal Manajemen*, Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha. Vol. 15. Nomor 2.
- Amir Fachruzi. 2012. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada PT. Hasjrat Abadi Dimakassar”. *Skripsi*. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin Makassar.
- Ascarya, Yumanita Diana, 2015. “Bank Syariah: Gambaran Umum”. Bank Indonesia (Jakarta: Januari)
- Astuti Tri, 2013. “Pengaruh Persepsi Nasabah tentang Suku Bunga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah”. *Jurnal Nominal*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Vol. II. Nomor 1.
- Ayudianti Soraya Eka, 2010. “*Analisis pengaruh Locus Of Control terhadap kinerja denan etika kerja islam sebagai variabel moderating*”. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Bahreisy H. Said, Bahreisy H. Salim. 2004. *Terjemahan Singkat Tafsir Ibnu Katsir Jilid 2*, (Surabaya: PT. Bina Ilmu)
- BNI, “*Sejarah BNI*”, (Online). <http://www.bni.co.id/tentangkami/sejarah.aspx>. (Diakses 13 Januari 2020)
- BNI Syariah, “*Sejarah BNI Syariah*”, (online) <http://www.linkedin.com/company/pt-bank-negara-indonesia-syariah>. (Diakses 13 Januari 2020).
- BNI Syariah, “*Sejarah BNI Syariah*”, (online) <http://www.bnisyariah.co.id/sejarah-bni-syariah>. (Diakses 13 Januari 2020).

- Budiarta Sandy Indimas and Ira Fachira. 2017. “*Customer Loyalty: The Effects of Service Quality and The Mediating Role of Customer Satisfaction Study Case: PT. Sabda Alam Hotel*”, *Journal of Business and Management*. Vol 6. Nomor 2.
- Chandra Silvana, 2014. “*The Impact of Customer Experience Toward Customer Satisfaction and Loyalty of Ciputra World Surabaya*”. Vol. 2. Nomor 2.
- Damayanti Deni. 2016. *Pintar Menulis Karya Ilmiah Sejak Bangku Kuliah Esai Jurnal Skripsi Tesis Dan Karya Ilmiah Populer*. (Cet. 1; Yongyakarta: Araska)
- Darman Dian Martha, dkk. 2015. “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Studi Kasus Pada Pasar Buah Sudirman Kota Pekanbaru*”. Vol. 2. Nomor 1.
- Darsono, dkk. 2017. *Perbankan Syariah di Indonesia Kelembagaan dan Kebijakan Serta Tantangan ke Depan*, Edisi. 1, (Cet. 2; Depok: Rajawali Pers)
- Desiyanti Ni Luh, dkk, 2018. “*Effect of Service Quality on Customer Satisfaction, Customer Delight and Customer Loyalty Studi on LPD Desa Adat Sembung and LPD Desa Adat Seseh*”, *International Journal of Contemporary Research and Review*. Vol. 9. Nomor 3.
- Dewi Gemala. 2017. *Aspek-Aspek Hukum Dalam Perbankan Dan Perasuransian Syariah di Indonesia*. Edisi. 3. (Cet. 5; Depok: Kencana).
- Dissou Arthur Yarhands dkk, 2016. “*The impact off service quality on customer satisfaction in Obuasi Electricity Company of Ghana (ECG) – The customers perspective*”, *International Journal of Contemporary Applied Sciences*, Vol. 3. Nomor 3.
- Foster. Bob. 2016. “*The Effect Of Price And Service Quality In Customer Satisfaction In Mutiara Hotel Bandung, University Of Infomatics And Business Of Indonesia*”, *American Reserch Journal Of Humanities And Social Sciences*. ISSN:2378-7031. Vol. 2016
- Gunawan Imam. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Preaktik*. Edisi. 1 (Cet. 5; Jakarta: PT. Bumi Aksara).
- Heldalina, 2016. “*Analisis Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Bank Syariah (Studi pada PT Bank Muamalat Indonesia dan PT Bank Syariah Mandiri di Kota Banjarmasin)*”. *Jurnal Intekna*. Vol. 16. Nomor 1.
- Huda Nurul, et.al. 2017. “*Pemasaran Syariah Teori & Aplikasi*”. Cet. I (Depok: Kencana)

- Endang Puspita *at al*, 2020 Analisis Pengaruh Service...
- Ibrahim. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif Panduan Penelitian Beserta Contoh Proposal Kualitatif*. (Cet.1; Bandung: Alfabeta)
- Kiswati Sri, 2010. Studi tentang Sikap Konsumen atas Merek Tolak Angin pada Mahasiswa FE Undip Semarang. *Tesis*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Ikit, 2018. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Cet.1. (Yogyakarta: Gava Media)
- Indrawan Rully, Yaniawati R. Poppy. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Campuran Untuk Manajemen Pembangunan dan Pendidikan*. Cet. Ke-2 Bandung: PT. Refika Aditama.
- Ishak Asmai. 2005. “Pentingnya Kepuasan Konsumen dan Implementasi Strategi Pemasarannya”. *Jural Siasat Bisnis*. Vol. 3.
- Jamari. 2017. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Khususnya Siswa SMA atau SMK DIY Dalam Menggunakan Layanan Kolam Renang Uny Yogyakarta”. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta.
- Johnston, Robert. 1995. “ *The Determinants Of Service Quality: Satisfiers and Dissatisfies*”, *International Journal of Service Industry Management*. Vol. 6. Nomor 5.
- Karim Adiwarmar, 2016. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Edisi 5. (Cet.11; Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada).
- Kasmir, 2010. *Pemasaran Bank*. Edisi Revisi. Cet. IV. (Jakarta: Kencana)
- Leni Yulita, 2017. “Pengaruh *Customer Experience* Terhadap Minat Beli Ulang Studi Kasus Pada Konsumen Hanbingo Korean Dessert Cafe Yogyakarta”, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Melindawati Elvi, 2014. “Pengaruh Kualitas *Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Mandiri Kntor Cabang Cipanas”. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Eonomi Jakarta.
- Mustofa Imam. 2016. *Fiqhi Mua’alah Kontemporer*. Edisi 1. (Cet.1; Jakarta: Rajawali Pers,).
- Nuridin, 2018. “*Effect Of Service Quality And Quality Of Products to Customer Loyalty With Customer Satisfaction As Intervening Variabel In PT. Nano Coating Indonesia*”. E-ISSN: 2469-6501. Vol. 4. Nomor 1.
- Nur Annisa Safitri, 2016. “Pengaruh Etika Kerja Islami Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Bank Syariah Sragen” Institut Agama Islam Salatiga. *Skripsi*.

- Nur Safitri. 2017. “*Pengaruh Kompensasi Finansial dan Motifasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Telkom Indonesia, Tbk Witel Sulsel*”, Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar, Skripsi.
- Passe Longginus, 2016. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah” Studi Pada PT. Bank Papua Cabang Daerah Istimewa Yogyakarta. *Skripsi*. (Universitas Sanata Dharma Yogyakarta)
- Periara, Daniel, dkk, 2016. “Pengaruh Service Quality Terhadap Satisfaction dan Customer Loyalty Koperasi Dadirah di Timor Leste”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*. ISSN: 2337-3067.
- Pramita Putu Eny Guna, 2019. “*Effect Of Experience In Building Satisfaction, Trust, And Loyalty*”. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Vol. 17. Nomor 1.
- Prasetio, Ari. 2012. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan”, *Management Analysis Journal*, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Vo. 1. Nomor 4.
- Pratiwi Marizha Corry, 2009. “*Pengaruh Customer Service Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Tentang Pelayanan Customer Service Kepada Pelanggan di Plasa Telkom Karanganyar Untuk Menciptakan Kepuasan Pelanggan)*”. Universitas Sebelas Maret Surakarta. *Skripsi*.
- Profil Bank Muamalat. (Online). <http://www.bankmuamalatindonesia.co.id> (Diakses 13 Januari 2019).
- Rasjid Sulaiman. 2013. *Fiqh Islam*. (Cet. 65; Bandung: Sinar Baru Algensindo)
- Rianto Nur. 2015. *Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktik*. (Cet.1; Bandung: CV. Pustaka Setia).
- Rozalinda, 2014. “*Potret Perbankan Syariah di Indonesia*”. *Jurnal Al’Adl* Vol. 7 No. 2.
- Sastra. Brahmadi Andria, Indrawati, “*Measuring The Influence Of Customer Experience On Customer Satisfaction, Loyalty Intention And Word Of Mouth Behavior Using Customer Experience Quality (EXQ) Model On Telkom’s Indihome Complaint Handling Process*”, *School of Economy of Business Telkom University Bandung*.
- Schmitt. Bernd. 1999. “*Experiential Marketing: A New Framework for Design and Communication*”. *Design Management Journal*. Vo. 10. Nomor 2.

- Endang Puspita *at al*, 2020 Analisis Pengaruh Service...
- Senjaya Vivie, dkk, 2013. "Pengaruh Customer Experience Quality Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Di Kafe Excelso Tanjung Plaza Surabaya : Perspektif B2C", *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Jurusan Manajemen Pemasaran Universitas Kristen Petra. Vol. 1. Nomor 1.
- Sjahdeini Sutan Remy. 2014. *Perbankan Syariah Produk-Produk dan Aspek-Aspek Hukumnya*, Edisi Pertama. (Cet.1; Jakarta: Kencana)
- Soemitra Andri. 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Edisi Pertama, (Cet. 1; Jakarta: Kencana)
- Sugiyono, T. T, "*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*". (Bandung: Alfabeta)
- Sujarwen V.Wiratna, 2015. "*Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*". (Yogyakarta : Pustaka Baru Press).
- Sukardi. 2003. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kometensi dan Praktiknya*. (Cet. Pertama; Jakarta: Bumi Aksara).
- Suryani dan Hendryadi. 2015. *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. (Jakarta: Kencana).
- Susanto Heri, Khaerul Umam, 2013. "*Manajemen Pemasaran Bank Syariah*". (Bandung: CV. Pustaka Setia).
- Susyanti Jeni. 2016. *Pengelolaan Lembaga Keuangan Syariah*. (Cet. Pertama; Malang: Empat Dua)
- Syafii Antonio Muhammad, 2001. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press).
- Teresia, 2018. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Industri Salon di Area Tajem Yongyakarta)". *Skripsi*.
- Tjoanoto, Michael Tanu, Kunto Yohanes Sondang, 2013. "Pengaruh Service Quality Terhadap Satisfaction di Restoran Jade Imperial". *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vo. 1. Nomor 1
- Triyanta Agus. 2016. *Hukum Perbankan Syariah*. (Malang: September)
- Umam Khotibul, 2014. *Perbankan Syariah Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*. (Cet. 1; Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada).
- Umar Husein. 2002. *Metode Riset Bisnis di Lengkapi Contoh Proposal dan Hasil Riset Bidang Manajemen dan Akuntansi*. (Cet. Pertama; Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama).

Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah (2020) 3 (2), 301-316

Utami Setyaningsih Sri, 2009. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Mempergunakan Jasa Transportasi PT. Solo Central Taxi Di Surakarta. Vol. 9. Nomor 1.

Usman Husaini, Akbar Purnomo Setiady, 2015. "*Pengantar Statistik*". (Jakarta : PT Bumi Aksana).

Wardhana Erik, 2019. "Pengaruh Nilai Ulitarian, Nilai Hedonis, Pengalaman Pelanggan, Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Sonny Vaio", *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Krisna dwi payana Jakarta.

Widhianto Erwan. 2007. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Po. Purwo Widodo Di Sidoharjo Wonogiri". *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Muhamadiyah Surakarta.