

## ABSTRAK

Alfi Nur Lailatul Homisah, 2021. *Pengaruh Service Excellence dan Corporate Image Terhadap Customer Satisfaction di BPRS. Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Pembimbing: H. Wadhan, SE.M.Si.

**Kata Kunci:** *Service Excellence, Corporate Image, Customer Satisfaction*

Di Indonesia lembaga perbankan syariah terus berkembang, mulai dari perkotaan hingga pedesaan, baik bank pemerintah yang berskala besar maupun bank swasta yang berskala kecil. Menghadapi masyarakat yang semakin kritis seperti sekarang, selain produk, pelayanan yang diberikan juga mempengaruhi keberlangsungan perusahaan. Hal tersebut menuntut lembaga perbankan syariah untuk semakin baik dalam memberikan pelayanan atau *service excellence*. Apabila pelayanan bagus maka citra perusahaannya atau *corporate image* juga bagus sehingga menarik minat masyarakat serta masyarakat akan merasa puas bertransaksi di bank syariah tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *Service Excellence* dan *Corporate Image* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* di BPRS. Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi berganda. Adapun cara pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan metode pemilihan sampel yaitu *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan 100 responden dengan menyebarkan kuesioner. Analisis data menggunakan uji F (simultan) dan uji T (parsial).

Hasil penelitian berdasarkan hasil uji t untuk variabel *Service Excellence* yaitu memiliki pengaruh terhadap *Customer Satisfaction* dengan nilai  $t_{hitung} 2,489 < t_{tabel} 1,98447$  dan taraf signifikan  $0,015 < 0,05$  dan untuk variabel *Corporate Image* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* diperoleh nilai  $t_{hitung} -2,641 > t_{tabel} 1,98447$  dengan taraf signifikan  $0,10 > 0,05$ . Serta pengujian hipotesis dengan uji F menunjukkan bahwa *Service Excellence* dan *Corporate Image* berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan dengan  $f_{hitung} 8,473 > f_{tabel} 3,94$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Hasil analisis Koefisien determinasi terlihat bahwa besarnya  $R^2$  adalah 0,149% atau 14,9% dapat dikatakan lemah karena masih terdapat 85,1% variabel lain yang mempengaruhi.