

## ABSTRAK

**Arabiah.** 2025, *Pengaruh Customer Experience dan Service Rerovery Terhadap Corporate Image (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Banjarmasin)*. Skripsi. Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing I: Mahmud Yusuf, SHI., M.S.I., Pembimbing II: Lutpi Sahal, SHI., M.S.I

**Kata Kunci:** *Customer Experience, Service Rerovery, Corporate Image, Bank Syariah Indonesia*

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena banyaknya keluhan nasabah terhadap layanan Bank Syariah Indonesia, masalah seperti gangguan sistem pada *M-banking*, pelayanan petugas, hingga lambatnya respon keluhan. Maka penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Customer Experience* dan *Service Recovery* terhadap *Corporate Image* (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia Banjarmasin).

Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan teknik *non-probability sampling*. Adapun sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yang menggunakan kriteria dalam pengambilan sampel nya. Sehingga didapatkan jumlah sampel sebanyak 97 responden dari seluruh populasi. Teknik Pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui, adapun teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa: (1) *Customer Experience* berpengaruh signifikan terhadap *Corporate image*. Hal tersebut dibuktikan pada Uji Parsial (Uji T) sebesar  $6,963 > 1,985$  serta Sig,  $0,00 < 0,05$ ; (2) *Service Recovery* berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Image*. Hal tersebut dibuktikan pada Uji Parsial (Uji T) sebesar  $8,664 > 1,985$  serta Sig,  $0,00 < 0,05$ . Adapun hasil pengujian simultan menunjukkan bahwa variabel *Customer Experience* dan *Service Recovery* berpengaruh terhadap *Corporate Image*.