

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemulihan pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang telah dipulihkan pelayanannya pada pengguna transportasi berbasis aplikasi online. Penelitian ini merupakan studi kuantitatif yang menggunakan survey sebagai metode pengumpulan data yang disebar secara daring melalui *google form* kepada pengguna transportasi berbasis aplikasi online. Sebanyak 367 responden diambil dan kemudian dianalisis menggunakan SPSS untuk menguji validitas, reliabilitas, profil serta demografi responden, analisis statistik deskriptif, uji regresi berganda, multikolinearitas, dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemulihan pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen yang telah dipulihkan pelayanannya. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, penyedia jasa transportasi berbasis aplikasi online perlu memastikan kebijakan dan prosedur yang adil, melatih karyawan dalam keterampilan komunikasi dan empati, serta berinvestasi dalam peningkatan proses pemulihan layanan. Penelitian ini memiliki keterbatasan, yaitu cakupan geografis yang terbatas hanya pada beberapa provinsi di Indonesia, keterbatasan dalam pengukuran jenis kegagalan layanan, dan ketidakseimbangan fokus pada platform transportasi tertentu, yang dapat mempengaruhi generalisasi hasil untuk seluruh industri transportasi berbasis aplikasi online.

Kata Kunci: service recovery, service failure, customer satisfaction, repurchase intention

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of service restoration on customer satisfaction whose services have been restored for online application-based transportation users. This research is a quantitative study that uses surveys as a data collection method which is distributed online via Google Form to online application-based transportation users. A total of 367 respondents were taken and then analyzed using SPSS to test validity, reliability, respondent profiles and demographics, descriptive statistical analysis, multiple regression tests, multicollinearity and hypothesis testing. The research results show that service restoration has a significant effect on the satisfaction of consumers whose services have been restored. To increase customer satisfaction, online application-based transportation service providers need to ensure fair policies and procedures, train employees in communication and empathy skills, and invest in improving service recovery processes. This research has limitations, namely geographical coverage which is limited to only a few provinces in Indonesia, limitations in measuring the types of service failures, and an imbalance in focus on certain transportation platforms, which can affect the generalization of the results for the entire online application-based transportation industry.

Key words: service recovery, service failure, customer satisfaction, repurchase intention