

ABSTRAK

Industri perbankan di Indonesia telah berkembang dengan pesat sehingga memberikan konsekuensi pada tingkat persaingan yang semakin tinggi. Keberhasilan industri perbankan bergantung pada kapasitas mereka memberikan pengalaman konsumen yang memuaskan secara konsisten.

Kegagalan layanan menjadi keadaan yang tidak bisa dihindari, maka dari itu dalam memberikan layanan yang konsisten dan memuaskan menjadi tujuan utama dalam industri perbankan. Dalam konteks layanan perbankan, nasabah berada pada posisi yang rentan sehingga memerlukan banyak informasi yang dapat dikomunikasikan dengan baik. Dalam keadaan tersebut, karyawan bank memainkan peran penting dalam menjaga hubungan baik dengan nasabah

Penelitian ini bersifat kuantitatif yang dilakukan dengan metode survei. Analisis data yang dilakukan menggunakan metode SEM (Structural Equation Model) berbasis varian dengan menggunakan aplikasi SmartPLS 3. Hasil riset menunjukkan bahwa adanya pengaruh langsung pemulihan layanan dan perilaku penjualan relasional terhadap kepercayaan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan pada industri perbankan.

Manajer Bank mandiri dapat menggunakan hasil ini untuk meningkatkan kepercayaan, kepuasan, serta loyalitas pelanggan setelah kegagalan layanan terjadi melalui penerapan pemulihan layanan dan strategi pemulihan layanan.

Kata Kunci: Pemulihan Layanan, Perilaku Penjualan Relasional, Kepercayaan, Kepuasan, Loyalitas.

ABSTRACT

The banking industry in Indonesia has grow rapidly, resulting in increasingly high levels of competition. The success of the banking industry depends on their capacity to provide consistently satisfying consumer experiences.

Service failure is an unavoidable situation, therefore providing consistent and satisfactory service is the main goal in the banking industry. In the context of banking services, customers are in a vulnerable position so they need a lot of information that can be communicated well. In these circumstances, bank employees play an important role in maintaining good relationships with customers.

This research is quantitative and was conducted using a survey method. Data analysis was carried out using the variant-based SEM (Structural Equation Model) method using the SmartPLS 3. The results showed that there is a direct influence of service recovery and relational sales behavior on customer trust, satisfaction and loyalty in the banking industry.

Managers Bank can use these results to increase customer trust, satisfaction and loyalty after service failures occur through implementing service recovery and service recovery strategies.

Keywords: Service Recovery, Relational Selling Behavior, Trust, Satisfaction, Loyalty

