

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*

Anggi Nugraha

44211120097

Pengaruh *Service Recovery* Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Permata Cabang
Kelapa Gading Boulevard

Jumlah Halaman : xiv + 95 halaman + 24 lampiran

Bibliografi : 34 acuan, tahun 1985 – 2012

ABSTRAK

Pelayanan bukan hanya menjadi budaya perusahaan, melainkan sebagai komoditas dalam industri jasa. Industri perbankan kini tengah berlomba untuk menjadi yang terdepan di bidang pelayanan. Pelayanan yang baik seharusnya berangkat dari kebutuhan nasabah. Namun adakalanya, bank tidak dapat memenuhi janjinya sebagai penyedia layanan yang berkualitas, sehingga akhirnya nasabah mengalami kekecewaan, yang berujung pada pengajuan keluhan kepada pihak bank.

Bagaimana bank menyikapi nasabah yang mengalami kegagalan layanan merupakan prioritas utama. Bila keluhan nasabah tidak diakomodasi dengan baik, besar kemungkinan nasabah akan memutuskan untuk tidak menggunakan layanan bank dan pindah ke bank lain. Ini adalah bentuk ketidakloyalitan nasabah.

Dalam penelitian ini, tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh *service recovery* pada saat nasabah mengajukan keluhan atau kegagalan layanan terhadap loyalitas nasabah dengan menggunakan landasan teori dari Robert W Lucas dalam bukunya *Customer Service Skills for Success* dan Jill Griffin dalam bukunya *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif dengan tipe penelitian eksplanatif. Metode yang digunakan adalah *survey* dengan menyebarkan kuesioner kepada sampel responden.

Hasil penelitian ini membahas pengaruh antara *service recovery* terhadap loyalitas nasabah Bank Permata cabang Kelapa Gading Boulevard pada saat nasabah mengalami kegagalan transaksi. Dengan demikian, peneliti mampu mengetahui seberapa besar pengaruhnya.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara *service recovery* terhadap loyalitas nasabah. Semakin baik *service recovery* yang diberikan kepada nasabah, maka loyalitas akan semakin meningkat. Oleh karena itu, pengelolaan *service recovery* pada saat nasabah mengalami kegagalan layanan perlu ditingkatkan agar loyalitas nasabah juga semakin meningkat.