

RINGKASAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif pada konsumen Yo Tours dan Travel di tasikmalaya. Penelitian ini mengambil judul: “Pengaruh pemulihan layanan terhadap *word of mouth* dan loyalitas konsumen (Studi Pada Konsumen Yo Tours dan Travel di Tasikmalaya)”.

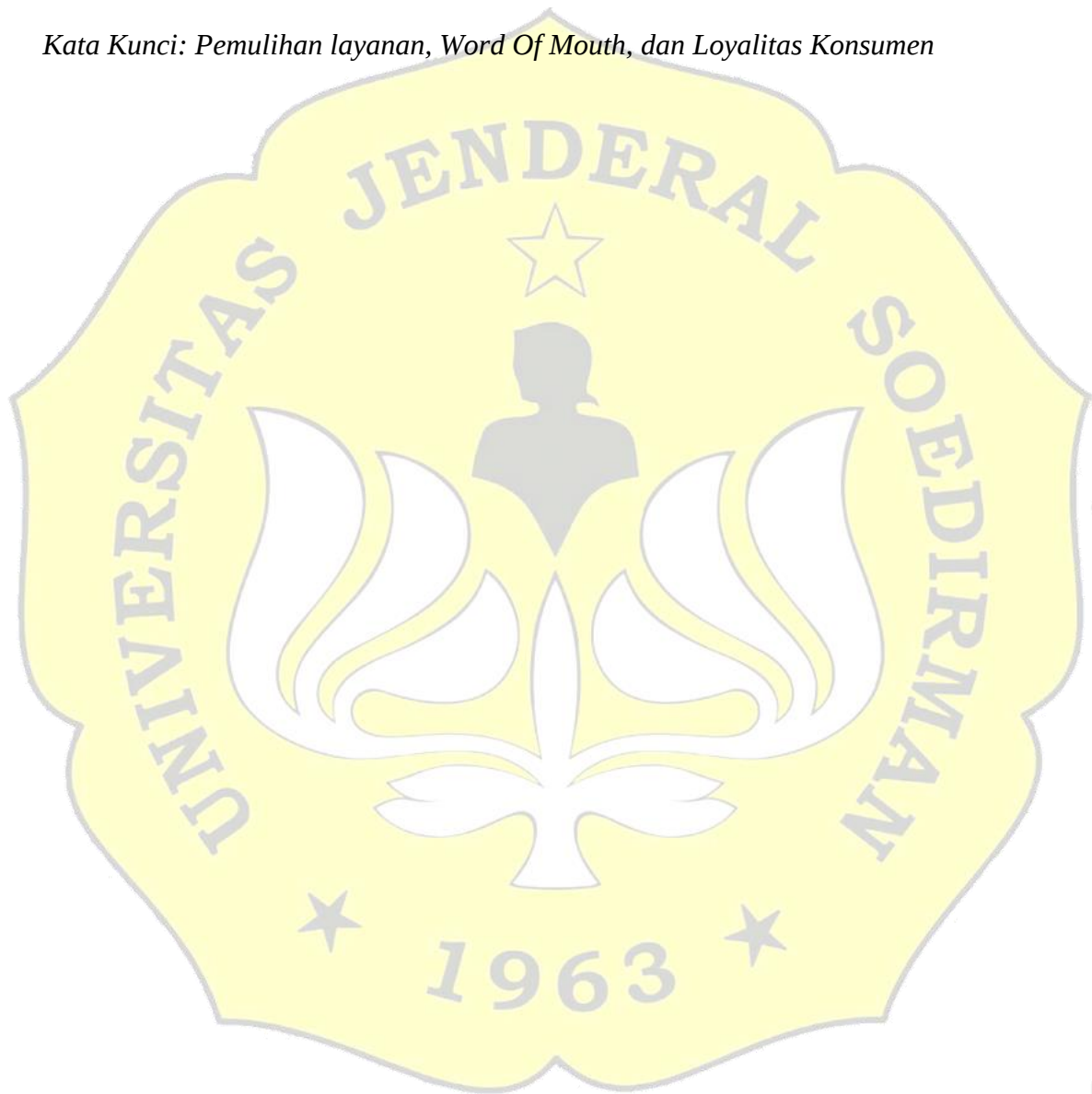
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemulihan layanan terhadap *word of mouth* dan loyalitas konsumen. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa Yo Tours dan Travel di Tasikmalaya. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 106 responden. Metode pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*.

Berdasarkan hasil data yang telah diolah menggunakan *SPSS* menunjukkan hasil pernyataan bahwa: (1) Pemulihan layanan berpengaruh positif terhadap *word of mouth*, (2) Pemulihan layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen, (3) *Word of mouth* berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen, (4) Pemulihan layanan terhadap loyalitas konsumen dengan *word of mouth* sebagai mediasi.

Implikasi dari kesimpulan di atas yaitu khususnya bagi perusahaan jasa Yo Tours dan Travel Tasikmalaya ketika ada kesalahan atau kelalaian dalam pelayanan harus segera memperbaiki kesalahan tersebut dengan melakukan pemulihan layanan guna untuk meningkatkan dan menjaga loyalitas konsumen karena dengan melakukan pemulihan layanan yang baik dan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen, otomatis konsumen tersebut akan mengajak atau merekomendasikan kepada orang lain

atau kerabatnya bahwa perusahaan jasa Yo Tours dan Travel adalah perusahaan jasa yang pelayanannya baik karena mampu memuaskan konsumennya dan akan menggunakan jasa tersebut terus menerus.

Kata Kunci: Pemulihan layanan, Word Of Mouth, dan Loyalitas Konsumen



SUMMARY

This research is a type of quantitative research on consumers of Yo Tours and Travel in Tasikmalaya. This study takes the title: "The effect of service recovery on word of mouth and consumer loyalty (Study on Consumers Yo Tours and Travel in Tasikmalaya)".

This study aims to analyze the effect of service recovery on word of mouth and consumer loyalty. The population used in this study are consumers who have used the services of Yo Tours and Travel in Tasikmalaya. The number of samples in this study were 106 respondents. The sample selection method in this study using purposive sampling method.

Based on the results of data processed using SPSS, it shows that: (1) Service recovery has a positive effect on word of mouth, (2) Service recovery has a positive effect on consumer loyalty, (3) Word of mouth has a positive effect on consumer loyalty, (4)) Service recovery towards consumer loyalty with word of mouth as mediation.

The implication of the above conclusions, especially for Yo Tours and Travel Tasikmalaya service companies when there is an error or negligence in service, they must immediately correct these errors by performing service recovery in order to increase and maintain consumer loyalty because by restoring good service and in

accordance with what desired by consumers, the consumer will automatically invite or recommend to other people or relatives that the Yo Tours and Travel service company is a service company whose service is good because it is able to satisfy its consumers and will use these services continuously.

Keywords: Service recovery, Word Of Mouth, and Consumer Loyalty

