

ABSTRAK

Traveloka sedang mendapat banyaknya keluhan layanan mengenai *refund* dan *reschedule* pasca kebijakan *Work From Home* sehingga menunjukkan bahwa adanya *service failure*. Jika hal tersebut dibiarkan maka akan membuat kepuasan pelanggan menurun dan akhirnya tidak loyal. Dengan demikian maka perusahaan harus mengambil keputusan sebagai reaksi terhadap terjadinya kegagalan layanan dengan tujuan untuk mengubah ketidakpuasan menjadi kepuasan dan akhirnya perusahaan mampu mempertahankan pelanggan tersebut atau disebut Pemulihan Layanan atau *service recovery*. Dengan banyaknya keluhan pelanggan Traveloka yang terselesaikan maka citra merek akan berpengaruh positif dimata pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan, pemulihan layanan, citra merek terhadap loyalitas pelanggan, dan kepercayaan pelanggan Traveloka.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Traveloka di kota Semarang. Teknik pengambilan sampel menggunakan adalah *purposive sampling*. Sampel yang diambil adalah 121 pelanggan Traveloka di Kota Semarang yang pernah menggunakan layanan Traveloka minimal satu kali dan mendapatkan refund pembelian pada saat pandemi Covid-19. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan Google Form. Metode analisis data menggunakan *structural equation modelling*.

Pemulihan layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan dan citra merek Traveloka. Kepuasan dan kepercayaan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Traveloka. Citra merek berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: kepuasan pelanggan, pemulihan layanan, citra merek, loyalitas pelanggan, kepercayaan pelanggan