

ABSTRAKSI

Sebuah perusahaan jasa pasti pernah mengalami kegagalan layanan. Oleh karena itu perusahaan harus menentukan strategi yang tepat untuk mengelola kegagalan tersebut sehingga dapat menciptakan *customer loyalty*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *service failure severity*, *service recovery justice* (keadilan interaksional, keadilan prosedural, dan keadilan distributif), dan *switching cost* terhadap *customer loyalty*, serta pengaruh moderasi *service recovery justice* dan *switching cost* antara *service failure severity* dan *customer loyalty* dalam konteks perusahaan penyedia layanan internet.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif menggunakan analisis SEM (structural equation modeling). Data diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada pelanggan layanan internet yang pernah mengalami kegagalan layanan oleh perusahaan penyedia layanan internet. Total responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini berjumlah 225 orang. Hasil jawaban responden dalam kuesioner tersebut selanjutnya akan direkap dan ditabulasi. Kemudian data diuji dengan model penelitian menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan program smartpls 3.0.

Bedasarkan hasil penelitian, *service failure severity* dan *switching cost* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *customer loyalty*. Namun pada *service recovery justice* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *customer loyalty*. Temuan ini memberikan beberapa implikasi teoritis dan praktis yang penting dalam hal pemulihan kegagalan layanan pada perusahaan penyedia layanan internet.

Kata kunci : Kegagalan Layanan, *Service Failure Severity*, *Service Recovery Justice*, Keadilan Interaksional, Keadilan Prosedural, Keadilan Distributif, *Switching Cost*, dan *Customer Loyalty*.