

ABSTRAK

Pertumbuhan bisnis di era globalisasi saat ini makin berkembang, bukan hanya di bidang manufaktur, di bidang jasa pun demikian. Setiap pebisnis berlomba-lomba untuk mencari cara agar terus tumbuh akan eksistensinya di antara masyarakat. Selain itu, karakteristik *customer* saat ini bukan hanya memfokuskan akan kualitas suatu *product* melainkan jasa *service* yang diperoleh *customer*. Pelayanan menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan. Sebagai fondasi utama perusahaan untuk mampu menghadapi persaingan yang ketat. Diantaranya mengenai penerapan layanan prima yang dilakukan oleh perusahaan dan penerapan pemulihan layanan jasa terhadap kegagalan jasa yang terjadi dalam perusahaan.

Penelitian ini dilakukan pada PT. United Tractors yang merupakan perusahaan distributor alat berat terbesar di Indonesia. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kesesuaian teori pelayanan prima dan teori pemulihan layanan jasa yang dilakukan oleh PT. United Tractors. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data deskriptif kualitatif yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Adapun informan yang mendukung untuk memperoleh informasi dalam penelitian ini ialah karyawan internal perusahaan.

Adapun hasil penelitian yang dapat diperoleh bahwa PT. United Tractors telah menerapkan segala aspek yang ada dalam dimensi pelayanan prima, sehingga tidak ada aspek yang dominan dalam penerapan pelayanan prima di perusahaan tersebut. Sedangkan, penerapan pemulihan layanan yang dilakukan oleh PT. United Tractors mengacu pada program *guarantee product support*, dimana dalam program tersebut terdapat bentuk-bentuk kompensasi dari perusahaan tergantung pada *case* dari *customer*. Sehingga, dalam hal pemulihan layanan jasa, PT. United Tractors telah mampu menyesuaikan berdasarkan teori yang ada.

Kata Kunci : Pemasaran Jasa, *Service Excellence*, *Service Recovery*