

ABSTRAK

Salah satu perusahaan MLM yang terus berinovasi terhadap *service recovery* nya adalah PT. Harmoni Dinamik Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengaruh dari *brand trust* dan *service recovery* ketika adanya *service failure* terhadap loyalitas pelanggan di PT. HDI kota Balikpapan.

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan populasinya adalah pelanggan yang sudah pernah membeli produk HDI lebih dari 2x dan pernah mengalami *service failure* di stokis kota Balikpapan. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik non probability sampling dengan teknik purposive sampling, dengan jumlah 100 sampel.

Berdasarkan dari hasil uji hipotesis secara parsial penelitian, menunjukkan adanya pengaruh dari *brand trust* dan *service recovery* terhadap kegagalan jasa yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di PT. HDI kota Balikpapan. Dan berdasarkan koefisien determinasi dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh *brand trust* dan *service recovery* adalah sebesar 39.4%. Sedangkan sisanya sebesar 60.6% digambarkan atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Brand trust dan *service recovery* di PT. HDI kota Balikpapan sangat baik dan terus berinovasi memenuhi kebutuhan dan memuaskan pelanggan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan setelah adanya kegagalan jasa maupun pengantisipasi terjadinya kegagalan jasa.

Kata Kunci : Kepercayaan Merek, Pemulihan Jasa, Loyalitas Pelanggan