

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *service recovery* dan *relational selling* terhadap *trust*, dengan *relationship quality* dan *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi pada konsumen Erigo di Kota Semarang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan metode purposive sampling dan menyebarkan kuesioner kepada pengguna Erigo yang sesuai dengan kriteria penelitian. Dari kuesioner yang disebarkan, diperoleh 200 data responden yang valid dan dapat dianalisis. Pengolahan data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan software AMOS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *service recovery* dan *relational selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *relationship quality* dan *customer satisfaction*. Selanjutnya, *relationship quality* dan *customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *trust*. Selain itu, *relationship quality* dan *customer satisfaction* terbukti memediasi pengaruh antara *service recovery* dan *relational selling* terhadap *trust* secara parsial.

Temuan ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu memperkuat strategi pemulihan layanan dan membangun pendekatan penjualan yang berorientasi pada hubungan, guna menciptakan kepercayaan pelanggan melalui peningkatan kualitas hubungan dan kepuasan pelanggan.

Kata kunci : *Service Recovery, Relational Selling, Relationship Quality, Trust, Customer Satisfaction, Trust, Erigo.*