

# Pengaruh service encounter terhadap word of mouth positif : studi pada Bank Negara Indonesia cabang Bogor Jalan Pajajaran = The influence of service encounter of positive word of mouth : studies on Bank Negara Indonesia Bogor Jalan Pajajaran branch

Rizky Amelia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20317782&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Jiwa dari sebuah pelayanan jasa adalah pertemuan di antara penyedia jasa dan pelanggannya (Chase & Dasu, 2008). Service Encounter, yang merupakan metafora dari 'the moment of truth' merupakan saat-saat dimana pelanggan berinteraksi dengan penyedia jasa. Bank merupakan salah satu contoh dari penyedia jasa dengan tingkat interaksi yang tinggi di antara karyawan dan nasabahnya. Pengalaman yang dirasakan oleh nasabah ketika berinteraksi dengan karyawan kemudian akan meninggalkan kesan tertentu di dalam benak mereka. Kesan inilah yang kemudian akan timbul menjadi komunikasi word of mouth. Kesan positif kemudian akan memunculkan word of mouth positif yang juga memiliki efek positif terhadap perusahaan penyedia jasa. Penelitian akan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel penelitian nasabah Bank Negara Indonesia Cabang Bogor Jalan Pajajaran berusia minimal 17 tahun.

Hasil yang diperoleh dari penelitian yaitu terdapat pengaruh searah dan bersifat positif pada service encounter terhadap word of mouth positif sebesar 0.435 atau 43,5%.

*The core of service is a meeting between service provider and customers (Chase & Dasu, 2008). Service encounter which is metaphor of the moment of truth is a moment in which customer interact with service provider. Bank is one example of service provider with high level of interaction between employees and customers. The experience that customer received when interact with employee will leave a certain impression in their minds. This impression will become a word of mouth communication. Positive impression will bring the positive word of mouth effect on service providers. The study will use quantitive approach to the sample of customers of Bank Negara Indonesia, Jalan Pajajaran Bogor branch at least 17 years old.*

The result of the study is there is a direct positive influence on service encounter to positive word of mouth for 0.435 or 43.5%.