

Turnitin Originality Report

Processed on: 17-Nov-2021 15:56 WIB
 ID: 1705438412
 Word Count: 2275
 Submitted: 1

Similarity Index 0%	Similarity by Source	
	Internet Sources:	0%
	Publications:	0%
	Student Papers:	N/A

Pengaruh Service Recovery terhadap Customer S...
 By Devi Destiani Raymond-elim

[include quoted](#) [include bibliography](#) [excluding matches < 25%](#) mode: [print](#) [refresh](#)
[download](#)

Pengaruh Service Recovery terhadap Customer Satisfaction Penumpang Maskapai Penerbangan Internasional di Indonesia The effect of Service Recovery on Customer Satisfaction of International Airlines Passenger in Indonesia Devi Destiani Andilas a.1, Albertus Raymond Gunardi b,2, Michael C. Elim c,3 a,b,c Universitas Kristen Petra, Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya, Indonesia 1* devy.destiani@petra.ac.id, 2 m35416007@john.petra.ac.id, 3 m35416059@john.petra.ac.id *corresponding e-mail ThTishiiss aisaonpeonpeancaecscseasrtiarlcticulendunrdthrethteertmersmosf othfethCeCC-BCY-B-NYC-NICelincseense ABSTRACT This research intend to analyze the effect of service recovery (atonement, tangible, empowerment, communication, explanation, feedback) on customer satisfaction, especially for international airline passenger in Indonesia. Data were collected via an online survey of International Airlines Passenger who had experienced service failure. In total, 70 respond were used for final analysis. Multiple linear regression was used to analyze the proposed hypotheses. The result shows that just atonement, communication, and empowerment has significantly influence customer service recovery satisfaction. Keywords : service recovery, customer satisfaction, airlines passenger, service failure ABSTRAK Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh aspek pemulihan layanan (atonement, tangible, empowerment, communication, explanation, feedback) terhadap kepuasan penumpang maskapai internasional di Indonesia. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring bagi penumpang maskapai internasional di Indonesia yang pernah mengalami kegagalan jasa penerbangan. Terdapat 70 data responden yang di olah lebih lanjut menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasilnya diketahui bahwa hanya dimensi dimensi atonement, communication dan empowerment yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang atas pemulihan layanan yang diberikan. Kata Kunci : pemulihan layanan, kepuasan pelanggan, penumpang pesawat, kegagalan layanan. A. Pendahuluan Hingga tahun 2019, terdapat kurang lebih 40 maskapai internasional yang masuk ke Indonesia, seperti Air Asia, Singapore airlines, ANA Nippon, KLM, Royal Brunei, Emirates, dan lain sebagainya. Hal tersebut menggambarkan betapa ketatnya kompetisi antara airlines untuk mendapatkan dan mempertahankan pelanggan. Mempertahankan pelanggan merupakan kunci profitabilitas karena biaya untuk mempertahankan lebih rendah daripada untuk mendapatkan pelanggan baru (Gupta and Zeithmal, 2006). Tetapi, mempertahankan customer di industri jasa khususnya penerbangan merupakan sebuah tantangan karena kegagalan jasa atau biasa yang disebut dengan service failure terkadang sulit dihindari sebagai akibat dari sifat jasa yang intangible, inseparable dan heterogen. Kelley et al., (1993) mengatakan bahwa service failure terjadi ketika persepsi customer terhadap jasa yang diberikan tidak memenuhi ekspektasi dari customer. Service failure dapat menyebabkan word of mouth yang negatif (Ha and Jang 2009, p.319). Bila service failure tidak diatasi maka customer akan menjadi tidak loyal dan mencari alternatif untuk menggunakan jasa yang lain (Zeithaml et al.,2006). Melalui sebuah pre-survey yang dilakukan peneliti terkait pengalaman service failure ketika menggunakan maskapai internasional dan melibatkan 50 responden, sebanyak 26 responden pernah mengalami service failure pada saat menggunakan maskapai penerbangan internasional di Indonesia. Service failure yang dialami oleh responden antara lain adalah delay, waktu menunggu bagasi yang lama, kehilangan atau kerusakan bagasi, perubahan jam penerbangan tanpa informasi, sikap staf yang tidak baik, fasilitas makanan dan minuman yang buruk, pembatalan penerbangan, dan lain sebagainya. Adanya berbagai macam service failure tersebut membutuhkan tindak lanjut berupa Service Recovery. Service recovery mengacu pada tindakan yang dilakukan organisasi sebagai respon terhadap sebuah service failure untuk mengubah ketidakpuasan customer menjadi puas dan mempertahankan customer (Miller et al. 2000: 388). Strategi dari service recovery sangat penting. Jika strategi service recovery yang digunakan tidak efektif, akan membuat customer menjadi kecewa untuk kedua kalinya. Strategi service recovery yang efektif memiliki efek pada repurchase atau pembelian kembali customer (Bitner, Booms and Tetreaults,1990), meningkatkan word of mouth yang baik (Komunda and Osarenkhoe, 2012), dan meningkatkan kualitas jasa yang dirasakan (Michel, Bowen and Johnston, 2009). Penelitian sejenis dilakukan oleh Tendean (2018) pada perusahaan freight forwarding dan diketahui bahwa secara simultan variabel service recovery berpengaruh terhadap customer satisfaction. Pada penelitian tersebut service recovery diukur melalui 5 dimensi, communication, empowerment, feedback, atonement dan explaining. tetapi yang berpengaruh secara parsial hanya dimensi communication dan atonement. Lain halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Migacz, Zou & Petrick (2018) terkait kegagalan dan pemulihan layanan maskapai penerbangan, mengemukakan bahwa hal yang paling efektif yang perlu dilakukan maskapai penerbangan dalam rangka perbaikan layanan adalah pemberian kompensasi (atonement) yang out of the box, diluar ekspektasi customer sehingga menciptakan kepuasan pelanggan. Melihat betapa pentingnya peran service recovery atas service failure yang terjadi guna menciptakan kepuasan pelanggan, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh aspek pemulihan layanan (atonement, tangible, empowerment, communication, explanation, feedback) terhadap kepuasan penumpang maskapai internasional di Indonesia atas pemulihan layanan yang diberikan. Penelitian ini mengadaptasi dimensi pengukuran service recovery menurut Boshoff (1999) yaitu atonement, communication, feedback, empowerment, tangibles dan explanation atau yang dikenal dengan RECOVSAT. Konsep tersebut dinilai paling sesuai karena konsep dirumuskan khusus untuk mengukur kepuasan pelanggan yang telah mengalami service recovery. Berikut hipotesis penelitian ini : H1: dimensi atonement berpengaruh terhadap kepuasan penumpang maskapai internasional di Indonesia atas pemulihan layanan yang diberikan H2: dimensi communication berpengaruh terhadap kepuasan penumpang maskapai internasional di Indonesia atas pemulihan layanan yang diberikan H3: dimensi feedback berpengaruh terhadap kepuasan penumpang maskapai internasional di Indonesia atas pemulihan layanan yang diberikan H4: dimensi empowerment berpengaruh terhadap kepuasan penumpang maskapai internasional di Indonesia atas pemulihan layanan yang diberikan H5: dimensi tangibles berpengaruh terhadap kepuasan penumpang maskapai internasional di Indonesia atas pemulihan layanan yang diberikan H6: dimensi explanation berpengaruh terhadap kepuasan penumpang maskapai internasional di Indonesia atas pemulihan layanan yang diberikan B. Metode Penelitian Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan total 70 responden. Responden didapatkan melalui penerapan teknik non probability sampling - purposive sampling, dengan karakter responden telah berusia 18 tahun keatas dan pernah mengalami kegagalan jasa saat menggunakan layanan maskapai penerbangan internasional. Data dikumpulkan melalui kuesionair berskala likert dengan berbagai indicator pengukuran variabel seperti terlampir pada table 1. Kuesionair tersebut dibagikan secara daring (google form) denagn diawali dua pertanyaan screening [1] apakah usia anda > 18 tahun? [2] apakah anda pernah mengalami kegagalan layanan saat menggunakan layanan maskapai internasional? Data yang terkumpul dianalisa secara statistik deskriptif serta regresi linier berganda menggunakan bantuan software SPSS. Tabel 1. Indikator Penelitian Indikator Atonement Pihak maskapai memberi saya kompensasi berupa uang sebagai ganti rugi kegagalan jasa yang saya alami Pihak maskapai memberi saya kompensasi berupa voucher untuk layanan yang sama Pihak maskapai memberi saya kompensasi berupa diskon untuk layanan selanjutnya Pihak maskapai memberi saya layanan pengganti atas kegagalan jasa yang terjadi Communication Staff maskapai menginformasikan kepada saya bahwa terjadi kegagalan jasa. Saya diarahkan oleh staff maskapai apa yang harus saya lakukan selanjutnya terkait kegagalan layanan yang saya alami. Staff maskapai menangani complain/keluhan saya dengan sopan Staff maskapai berkomunikasi dengan jelas ketika memberikan umpan balik terhadap kegagalan jasa yang saya alami.

Feedback Terdapat kontak yang dapat saya hubungi saat terjadi kegagalan jasa. Pihak maskapai menghubungi saya kembali dalam menyelesaikan komplain/keluhan saya Empowerment Staff maskapai yang menangani komplain/keluhan dari saya dapat menyelesaikan masalah tanpa mengalihkan ke staff lain Tangibles Staff maskapai berpakaian sopan saat menangani komplain saya. Terdapat permintaan maaf tertulis dari pihak maskapai terhadap kegagalan jasa yang saya alami Pihak maskapai menyediakan ruang tunggu bagi saya saat menyelesaikan komplain/keluhan dari saya Explanation Staff maskapai menjelaskan sebab terjadinya kegagalan jasa. Customer Satisfaction Saya puas terhadap service recovery yang diberikan oleh pihak maskapai dalam menangani kegagalan jasa yang terjadi Saya puas terhadap kompensasi yang diberikan oleh maskapai penerbangan. Saya puas terhadap proses penyelesaian masalah yang dilakukan oleh maskapai penerbangan. Saya puas terhadap solusi yang diberikan oleh maskapai penerbangan. Service Recovery yang saya peroleh sudah memenuhi ekspektasi saya Sumber: Kuesionair Penelitian C. Hasil dan Pembahasan Berdasarkan dari nilai unstandardized coefficient (B) yang dihasilkan oleh analisis regresi, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y = -1,547 + (0,275)X1 + (0,589)X2 + (-0,108)X3 + (0,901)X4 + (0,315)X5 + (0,277)X6$ Berdasarkan persamaan regresi diatas dapat dilihat bahwa nilai konstanta sebesar -1,547. Nilai koefisien regresi dimensi atonement (X1) adalah 0,275. Nilai koefisien regresi dimensi communication (X2) adalah 0,589. Nilai koefisien regresi dimensi feedback (X3) adalah -0,108. Nilai koefisien regresi dimensi empowerment (X4) adalah 0,901. Nilai koefisien regresi dimensi tangibles (X5) adalah 0,315. Nilai koefisien regresi dimensi explanation (X6) adalah 0,277. Dari model persamaan regresi linear berganda di atas didapati bahwa nilai konstanta adalah negatif. Artinya bila ke-enam dimensi service recovery tidak ada/tidak dilakukan oleh maskapai penerbangan internasional, maka customer akan menjadi tidak puas atas pemulihan layanan yang diberikan. Seluruh variable independen memiliki pola hubungan berbanding lurus dengan variabel dependen kepuasan penumpang terhadap layanan pemulihan kecuali variabel feedback. Hal tersebut berarti adanya peningkatan dalam atonement, communication, empowerment, tangibles, dan explanation akan meningkatkan kepuasan penumpang terhadap pemulihan layanan yang diberikan. Di sisi lain, penerapan feedback malah akan menurunkan kepuasan penumpang terhadap pemulihan layanan yang diberikan. Feedback merupakan sebuah upaya dari maskapai penerbangan untuk menghubungi kembali penumpang ketika terjadi kegagalan jasa. Penghubungan kembali dilakukan oleh maskapai melalui media elektronik, seperti e-mail, telepon dan sebagainya. Oleh karena itu dalam proses feedback membutuhkan waktu yang cukup lama. Feedback menjadi tidak berpengaruh karena dimensi atonement telah menjadi solusi bagi penumpang pada saat terjadi kegagalan jasa. Bila penumpang tidak diberi atonement dan maskapai penerbangan hanya memberikan feedback untuk menghubungi penumpang lebih lanjut maka akan menyebabkan kepuasan dari penumpang berkurang. Berdasarkan wawancara singkat yang kami lakukan kepada salah satu responden yang tidak setuju terkait keberadaan feedback mengatakan bahwa feedback tidak berpengaruh bila kompensasi telah diberikan. Menurutnya proses akan menjadi lebih panjang bila pihak maskapai harus menghubunginya lagi karena perjalanan destinasinya juga panjang dan hanya akan membuat keadaan menjadi lebih rumit. Salah satu responden lain mengatakan bahwa feedback tidak berpengaruh. Ia berharap pihak maskapai dapat menyelesaikan masalah dengan segera sehingga feedback tidak diperlukan. Dalam hal ini jelas menunjukkan bahwa semakin besar feedback maka kepuasan penumpang terhadap layanan pemulihan akan semakin menurun. Oleh karena itu sebaiknya feedback diminimalisir. Nilai R Square sebesar 0.780 pada Tabel 2 menggambarkan bahwa variasi perubahan kepuasan penumpang maskapai penerbangan internasional atas tindakan pemulihan layanan yang diberikan dapat dijelaskan 78% oleh 6 dimensi service recovery yaitu communication, empowerment, feedback, atonement, tangibles dan explanation. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependent terbatas, sebaliknya nilai R² yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen (Ghozali, 2016). $t_{tabel} = t(a/2; n-k-1) = t(0,05/2; 70-6-1) = t(0,025; 63) = 1.99834$ Tabel 2. Koefisien Determinasi Model R R Square Adjusted R Square Std. Error of the Estimate 1 .883a .780 .759 2.316 a. Predictors: (Constant), Explanation, Atonement, Empowerment, Communication, Feedback, Tangibles Sumber: Hasil Pengolahan Data Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 3 diketahui bahwa secara parsial dimensi Atonement, Communication dan Empowerment berpengaruh terhadap kepuasan penumpang maskapai penerbangan internasional yang diberikan karena nilai thitung < nilai tabel 1.99834. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1, H2 dan H4 diterima. Sedangkan dimensi Feedback, Tangibles dan Explanation diketahui tidak berpengaruh terhadap kepuasan penumpang maskapai internasional atas layanan pemulihan yang diberikan karena nilai thitung < nilai tabel 1.99834. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H3, H5 dan H6 ditolak. Tabel 3. Uji Pengaruh Parsial Coefficients a Unstandardized Standardized Collinearity Coefficients Coefficients Statistics Beta Model B Std. Error Tolerance VIF -1.0t60 S.i2g9.3 1 (Constant) -1.547 1.460 Atonement .275 .090 .254 3.061 .003 .508 1.969 Communication .589 .143 4.13 4.114 .000 .347 2.881 Feedback -.108 .284 -.044 -.381 .704 .260 3.841 Empowerment .901 .449 .191 2.008 .049 .386 2.591 Tangibles .315 .226 .172 1.397 .167 .231 4.334 Explanation .277 .452 .059 .613 .542 .379 2.636 a. Dependent Variable: Customer Satisfaction Sumber: Hasil Pengolahan Data Pengaruh Atonement terhadap kepuasan pemulihan layanan yang dirasakan penumpang dapat dilihat dari ada tidaknya kompensasi yang diberikan oleh maskapai penerbangan internasional. Seperti kompensasi yang umumnya didapatkan oleh penumpang yang ter- delay adalah makanan/snack box atau pemindahan ke flight yang lainnya hingga penggantian biaya tiket. Dengan adanya kompensasi yang tepat, penumpang dapat sedikit meredakan emosi dan memaklumi kegagalan jasa yang terjadi. Communication juga berpengaruh terhadap customer satisfaction. Hal tersebut senada dengan hasil penelitian Alawni (2015) serta Saaty & Ansari (2011) yang menyampaikan bahwa adanya pengaruh komunikasi terhadap kepuasan layanan pemulihan yang diterima pelanggan. Kemampuan komunikasi frontline staff airlines dalam menyampaikan "kabar buruk" dengan sopan, dan terbuka diapresiasi oleh penumpang yang mengalami kegagalan jasa, sehingga dapat meningkatkan kepuasan penumpang. Selain itu, salah satu variabel yang memiliki pengaruh terhadap customer service recovery satisfaction adalah empowerment. Peters et.al (2008) melakukan riset tentang pengaruh empowerment terhadap customer satisfaction bisnis jasa dan menemukan bahwa empowerment memberikan dampak positif terhadap kualitas jasa dan kepuasan pelanggan. Dalam bisnis transportasi udara yang dikategorikan sebagai bisnis jasa, peran pemberdayaan staf sangatlah penting. Penumpang menginginkan penyelesaian sesegera mungkin, sehingga staff perlu memahami dengan benar prosedur penanganan keluhan dan juga berkoordinasi dengan team internal dan tidak 'menggantungkan' atau bahkan mengalihkan penumpang ke staff lain. Jika hal itu terjadi, akan membuat penumpang kecewa karena kebutuhan mendasar penumpang yang mengalami kegagalan jasa adalah penyelesaian yang cepat ditangani oleh staff yang kompeten dan dapat mengambil keputusan pemberian solusi. Tangibles, feedback, dan explanation didapati tidak berpengaruh terhadap customer service recovery satisfaction. Seperti yang telah dijelaskan pada paragraf sebelumnya, feedback dianggap penumpang sebagai update proses pemulihan layanan yang tidak dibutuhkan, karena penumpang ingin solusi kongkrit sesegera mungkin. Tangibles merupakan fasilitas yang digunakan untuk menunjang service recovery seperti ruang tunggu, permintaan maaf tertulis, dan kerapian seragam staf. Komponen Tangibles menurut para responden sudah selayaknya disediakan oleh pihak maskapai, jadi bukan sesuatu yang berharga bagi penumpang sebagai sebuah usaha lebih maskapai dalam rangka pemulihan kegagalan jasa. Explanation merupakan penjelasan dari maskapai penerbangan terkait penyebab kegagalan jasa terjadi. Serupa dengan feedback, penumpang tidak membutuhkan penjelasan yang bertele-tele, karena penjelasan tidak akan mengembalikan kerugian waktu yang mereka alami ataupun kerugian kehilangan moment lainnya karena kegagalan jasa penerbangan yang mereka alami. D. Simpulan Dari 6 hipotesis penelitian yang diuji, terbukti 3 hipotesis (H1, H2, H4) diterima yaitu adanya pengaruh Atonement, Communication dan Empowerment terhadap customer service recovery satisfaction penumpang maskapai internasional, sedangkan 3 hipotesis (H3, H5, H6) ditolak karena terbukti dimensi Feedback, Tangibles dan Explanation berpengaruh terhadap customer service recovery satisfaction penumpang maskapai internasional. Diantara 3 variabel yang berpengaruh, Empowerment memiliki pengaruh yang paling besar. Oleh sebab itu maskapai penerbangan ataupun perusahaan penyedia jasa ground handling maskapai perlu membangun kepercayaan diri serta kemampuan staff dalam pengambilan keputusan untuk penyelesaian permasalahan pelanggan sesuai dengan lingkup otoritas yang diberikan perusahaan. Selain itu, kemampuan staff dalam berkomunikasi khususnya dalam menghadapi complain juga perlu terus diasah secara berkala melalui kegiatan pelatihan komunikasi. Terakhir, yang perlu terus dijaga oleh maskapai adalah konsistensi dalam memberikan ganti rugi sesuai dengan apa yang dijanjikan.