

PENGARUH *SERVICE RECOVERY* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Studi pada Pelanggan Hotel Ibis Yogyakarta)

Khoiriyatun

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Purworejo
Email: koiriy_imel@yahoo.com

Titin Ekowati, S.E., M.S.c

Email: atieshaufa@yahoo.com

Wijayanti, S.E, M.Sc.

Email: wijayantiq2@yahoo.co.id

ABSTRAK

Sebagai perusahaan jasa, bisnis perhotelan tidak bisa lepas dari kesalahan atau kegagalan layanan. Untuk itu perusahaan perlu menangani kegagalan layanan tersebut dengan program *service recovery*. *Service recovery* mengacu pada bagaimana penyedia layanan melakukan perbaikan terhadap pelayanan yang gagal. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *distributive justice*, *procedural justice* dan *interactional justice* terhadap kepuasan pelanggan. Objek dari penelitian ini adalah Hotel Ibis Yogyakarta. Populasi penelitian ini adalah semua pelanggan Hotel Ibis Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala *Likert* yang masing-masing sudah diuji cobakan dan telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa dimensi *service recovery* yang terdiri dari *distributive justice*, *procedural justice* dan *interactional justice* berpengaruh positif dan signifikan, baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Ibis Yogyakarta.

Kata Kunci : *service recovery*, *distributive justice*, *procedural justice*, *interactional justice*, kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

Persaingan pada dunia industri perhotelan di Yogyakarta saat ini semakin ketat. Hal ini membuat setiap hotel berlomba-lomba memberikan pelayanan terbaik untuk memuaskan pelanggannya.

Sebagai kota pariwisata, setiap tahunnya banyak wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik yang berlibur ke Yogyakarta. Tingginya tuntutan para wisatawan yang ingin mendapatkan layanan akomodasi sesuai permintaan mendorong usaha hotel

semakin berkembang. Sampai akhir tahun 2014, jumlah hotel di Kota Yogyakarta ada sebanyak 479 hotel yang terdiri dari 436 hotel nonbintang dan 43 hotel berbintang, yaitu bintang 1, 2, 3, 4 dan 5. Jumlah pengunjung pada hotel bintang 3 cenderung mengalami peningkatan. Jumlah pengunjung meningkat pada bulan Mei yaitu sebanyak 34.679 orang dan bulan Oktober yaitu sebanyak 34.907 orang. Jumlah pengunjung tertinggi terjadi pada bulan Desember yaitu sebanyak 43.415 orang (<http://Yogyakarta.bps.go.id>).

Sebagai perusahaan jasa, bisnis perhotelan tidak bisa lepas dari masalah-masalah yang menyebabkan terjadinya kegagalan layanan. Perusahaan hendaknya menindaklanjuti kegagalan layanan ini dengan melakukan upaya pemulihan layanan (*service recovery*).

Menurut Tax, *et. al.* (1998), *service recovery* dapat diwujudkan dengan tiga cara pokok yaitu *outcomes (distributive justice)*, *procedural justice* dan *interactional justice*. Menurut Tjiptono (2014: 484), untuk mewujudkan *distributive justice* perusahaan dapat memberikan hasil yang adil dengan pemberian kompensasi. Bentuk kompensasi ini dapat berwujud permohonan maaf, *refund*, reparasi, penggantian, koreksi harga, maupun kombinasi diantaranya. *Procedural justice* yaitu prosedur yang ditempuh untuk memperoleh penggantian tersebut, misalkan kebijakan perusahaan, aturan dan prosedur yang harus dilalui serta jangka waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan masalah. Elemen dari *procedural justice* yaitu proses pengendalian, pengendalian keputusan, aksesibilitas, waktu/kecepatan dan fleksibilitas (Tax, *et. al.* 1998). Sedangkan *Interactional justice* berkenaan dengan perlakuan interpersonal yang didapatkan selama proses komplain yang mempunyai prinsip penjelasan, kejujuran, kesopanan, usaha dan empati (Tax, *et. al.* 1998).

Sebagai salah satu hotel terbaik di Yogyakarta, Hotel Ibis terus meningkatkan kinerja dengan memaksimalkan kualitas layanan demi kenyamanan dan kepuasan pelanggan (<http://www.ibis.com/>). Akan tetapi, Hotel Ibis Yogyakarta tetap tidak bisa lepas dari kegagalan saat memberikan pelayanan. Hal ini bisa dilihat dari masih adanya pelanggan yang kecewa dan melakukan komplain kepada pihak hotel. Komplain pelanggan biasanya disebabkan oleh ukuran kamar yang disediakan kecil dan sempit, kamar mandi kecil dan tidak bersih, peredam suara yang kurang baik sehingga menimbulkan suasana bising, menu sarapan yang disediakan kurang bervariasi dan koneksi internet (*Wi-Fi*) yang lemah (www.tripadvisor.co.id).

Service recovery merupakan strategi kunci yang dapat digunakan untuk menentukan keberhasilan atau kegagalan mempertahankan pelanggan bagi setiap perusahaan jasa (Yuliana, 2012). Oleh karena itu, Hotel Ibis perlu melakukan monitor atas pelaksanaan *service recovery* untuk melihat seberapa tuntas masalah atau kegagalan layanan dapat diselesaikan sehingga dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penelitian ini dapat diambil dengan judul "Pengaruh *Service Recovery* terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Hotel Ibis Yogyakarta)".

RUMUSAN MASALAH

1. Apakah *distributive justice* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Hotel Ibis Yogyakarta?
2. Apakah *procedural justice* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Hotel Ibis Yogyakarta?
3. Apakah *interactional justice* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Hotel Ibis Yogyakarta?
4. Apakah *distributive justice*, *procedural justice* dan *interactional justice* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Hotel Ibis Yogyakarta?

KAJIAN TEORI

1. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2005: 68), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Pelanggan menciptakan harapan-harapan layanan dari pengalaman masa lalu, cerita dari mulut ke mulut dan iklan. Jika kinerja yang dipersepsikan memenuhi harapan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas, namun jika kinerja yang dipersepsikan berada dibawah harapan pelanggan maka pelanggan akan kecewa (Kotler dan Keller, 2007: 54).

2. *Service Recovery*

Menurut Tax, *et. al.* (1998), *service recovery* dapat diwujudkan dengan 3 cara pokok yaitu *distributive justice*, *procedural justice*, dan *interactional justice*.

a. *Distributive Justice* (Keadilan Distributif)

Menurut Tjiptono (2014: 484), *distributive justice* merupakan hasil yang diterima pelanggan dari komplain. Untuk mewujudkan keadilan distributif ini, perusahaan dapat memberikan hasil yang adil. Pada saat terjadi kegagalan jasa, pelanggan berharap ada kompensasinya. Kompensasi ini dapat berwujud permohonan maaf, refund, reparasi, penggantian, koreksi harga, maupun kombainai diantaranya.

b. *Procedural Justice* (Keadilan Prosedural)

Menurut Tax, *et. al.* (1998), *procedural justice* yaitu prosedur yang ditempuh untuk memperoleh penggantian tersebut, misalkan kebijakan perusahaan, aturan dan prosedur yang harus dilalui serta jangka waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan masalah. Ada lima elemen *procedural justice* yaitu proses pengendalian, pengendalian keputusan, aksesibilitas, waktu/kecepatan dan fleksibilitas.

c. *Interactional Justice* (Keadilan Interaksional)

Interactional Justice merupakan perlakuan atau sikap dari karyawan dalam memperlakukan pelanggan baik dalam cara berinteraksi maupun berkomunikasi selama proses pemulihan layanan. Tax, *et. al.* (1998). Ada lima elemen *interactional justice* yaitu penjelasan, kejujuran, kesopanan, usaha dan empati.

HIPOTESIS

1. Pengaruh *Distributive Justice* dengan Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2014: 484), *distributive justice* merupakan hasil yang diterima pelanggan dari komplain. Untuk mewujudkan keadilan distributif ini, perusahaan dapat memberikan hasil yang adil karena pelanggan akan menilai kepuasan atas penanganan keluhan berdasarkan atas nilai keadilan yang diterima. Pada saat terjadi kegagalan jasa pelanggan berharap adanya kompensasi. Kompensasi yang diterima pelanggan membuat pelanggan merasa senang sehingga akan timbul kepuasan setelah terjadi kegagalan layanan (Tax, *et. al.* 1998). Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat ditarik hipotesis bahwa:

H₁: Ada pengaruh positif dan signifikan *distributive justice* terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh *procedural justice* terhadap kepuasan pelanggan

Menurut Tax, *et. al.* (1998), *procedural justice* yaitu prosedur yang ditempuh untuk memperoleh penggantian tersebut, misalkan kebijakan perusahaan, aturan dan prosedur

yang harus dilalui serta jangka waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan masalah. Kelley, *et. al.* dalam Surbakti (2010), menemukan bahwa *procedural justice* penting dalam *service recovery* saat pelanggan yang mungkin puas dengan jenis strategi pemulihan yang ditawarkan tetapi masih tidak senang jika proses pemulihan yang diterima oleh pelanggan tersebut masih tidak memuaskannya. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat ditarik hipotesis bahwa:

H₂: Ada pengaruh positif dan signifikan *procedural justice* terhadap kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh *interactional justice* terhadap kepuasan pelanggan

Interactional Justice merupakan perlakuan atau sikap dari karyawan dalam memperlakukan pelanggan baik dalam cara berinteraksi maupun berkomunikasi selama proses pemulihan layanan. Tax, *et. al.* (1998). Untuk merealisasikan interaksi yang adil kepada pelanggan saat mengajukan komplain, perusahaan perlu menunjukkan respon atau perilaku yang sopan, perhatian, jujur, memberikan penjelasan atas kegagalan jasa yang terjadi dan usaha (Tjiptono, 2014: 485). Respon karyawan terhadap kegagalan jasa berhubungan langsung dengan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan (Bitner, *et.al.* dalam Tjiptono, 2014: 477). Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat ditarik hipotesis bahwa:

H₃: Ada pengaruh positif dan signifikan *interactional justice* terhadap kepuasan pelanggan.

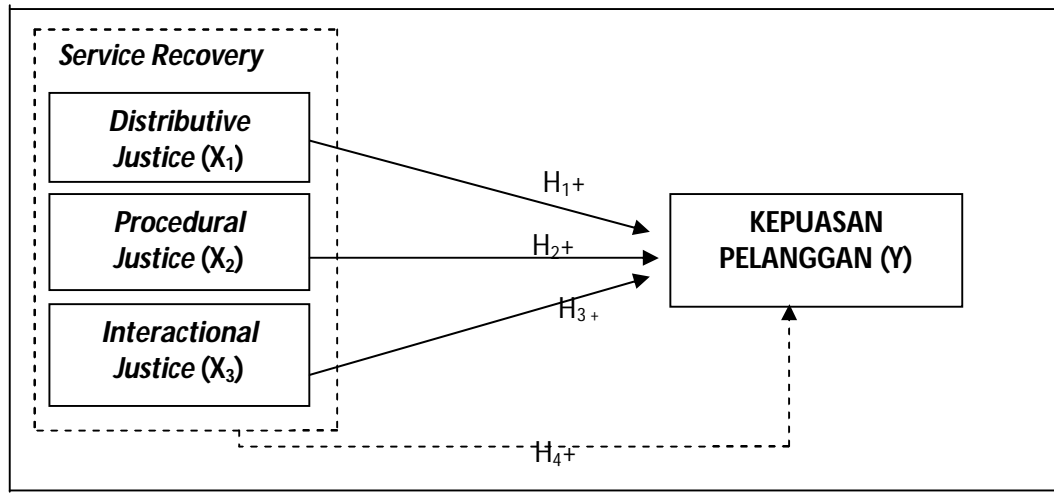
4. Pengaruh *distributive justice*, *procedural justice* dan *interactional justice* secara simultan terhadap kepuasan pelanggan

Menurut Tjiptono (2014: 488), variabel *service recovery* yang terdiri dari *distributive justice*, *procedural justice* dan *interactional justice* berkaitan erat dengan upaya mewujudkan kepuasan pelanggan. *Service recovery* berkontribusi pada penciptaan kepuasan pelanggan jangka pendek dan meningkatkan desain dan penyampaian jasa dimasa datang.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat ditarik hipotesis bahwa:

H₄: Ada pengaruh positif dan signifikan *distributive justice*, *procedural justice* dan *interactional justice* secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

KERANGKA PIKIR



Keterangan :

—————> = Pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen

-----> = Pengaruh secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain survei. Desain survei adalah metode pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden individu (Jogiyanto, 2004: 115).

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah semua pelanggan dari Hotel Ibis Yogyakarta. Sampel adalah suatu himpunan bagian (subset) dari unit populasi (Kuncoro, 2003:103). Dalam penelitian ini, penarikan sampel menggunakan metode *Purposive Sampling* dimana peneliti memilih sampel berdasarkan penilaian terhadap beberapa karakteristik anggota sampel yang disesuaikan dengan maksud penelitian (Kuncoro, 2003: 119). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Jumlah sampel ini berdasarkan pendapat Roscoe dalam Sugiyono (2010: 131), yaitu apabila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan *multivariate* (korelasi atau regresi berganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan berjumlah 4 variabel, maka jumlah anggota sampel yang

diambil minimal 40 (10 x 4). Untuk memperkuat penelitian, maka peneliti menggunakan sampel sebanyak 100 orang.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, yang diberikan kepada responden secara langsung sehingga didapatkan keobjektifan data yang tepat.

DEFINISI OPERASIONAL

1. Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan (Kotler, 2005: 68). Adapun indikator yang menjadi tolok ukur kepuasan pelanggan, yaitu:

- a. Pelanggan merasa puas dengan hasil penanganan keluhan
- b. Pelanggan merasa puas dengan prosedur penanganan keluhan yang diberikan perusahaan
- c. Pelanggan merasa puas dengan interaksi yang berlangsung antara karyawan perusahaan dengan pelanggan dalam menangani keluhan.

2. *Distributive Justice* (X_1)

Distributive justice merupakan hasil yang diterima pelanggan dari komplain (Tjiptono, 2014: 484). Adapun indikator yang dapat dijadikan tolok ukur *distributive justice* yaitu

- a. Permohonan maaf (pengakuan secara tulus dari pihak perusahaan apabila terjadi kegagalan layanan).
- b. *Refund* (perusahaan berupaya menebus kesalahan yang besarnya sama dengan kerugian pelanggan dari segi uang).
- c. *Repairs* (perusahaan bersedia memperbaiki kesalahan yang terjadi).

3. *Procedural Justice* (X_2)

Procedural justice yaitu prosedur yang ditempuh untuk memperoleh penggantian tersebut, misalkan kebijakan perusahaan, aturan dan prosedur yang harus dilalui serta jangka waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan masalah (Tax, et. al. 1998). Ada lima indikator dari *procedural justice* yaitu

- a. Pengendalian proses (perusahaan memiliki kebijakan atau prosedur yang jelas dan mudah dilaksanakan).

- b. Pengendalian keputusan (perusahaan memastikan keluhan pelanggan terselesaikan dengan baik).
- c. Aksesibilitas (perusahaan memberikan kemudahan dalam menyuarkan keluhan).
- d. Waktu atau kecepatan (perusahaan merespon keluhan pelanggan dengan cepat dan tepat waktu).
- e. Fleksibilitas (perusahaan dapat menyesuaikan dengan kebutuhan pelanggan) .

4. *Interactional Justice* (X₃)

Interactional justice merupakan perlakuan atau sikap dari karyawan dalam memperlakukan pelanggan baik dalam cara berinteraksi maupun berkomunikasi selama proses pemulihan layanan (Tax, *et. al.* 1998). Ada lima indikator yang merupakan tolok ukur *interactional justice* yaitu

- a. Penjelasan (karyawan memberikan penjelasan yang logis tentang masalah yang dialami pelanggan).
- b. Kejujuran (karyawan memberikan informasi tentang penyebab masalah dengan jujur kepada pelanggan).
- c. Kesopanan (karyawan bersikap sopan terhadap pelanggan).
- d. Usaha (karyawan mampu menyelesaikan masalah yang dialami pelanggan).
- e. Empati (karyawan terlihat sangat memahami permasalahan pelanggan).

PENGUJIAN INSTRUMEN PENELITIAN

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Kuncoro, 2003: 151). Untuk menguji validitas kuesioner tersebut digunakan rumus statistika Koefisien Korelasi *Product Moment*. Adapun kriteria penilaian uji validitas adalah jika nilai koefisien korelasi sama dengan 0,3 atau lebih besar maka butir instrumen tersebut dinyatakan valid (Sugiyono, 2010: 178). Adapun hasil pengujian validitas akhir yang disebar kepada 100 responden sebagai berikut:

Hasil Pengujian Validitas Data Akhir

| Variabel | Item Pertanyaan | Koefisien Korelasi (<i>r</i> Hitung) |
|---|--------------------|--|
| <i>Distributive Justice</i> (X_1) | X1.1 | 0,809 |
| | X1.2 | 0,837 |
| | X1.3 | 0,782 |
| <i>Procedural Justice</i> (X_2) | X2.1 | 0,747 |
| | X2.2 | 0,746 |
| | X2.3 | 0,832 |
| | X2.4 | 0,768 |
| | X2.5 | 0,745 |
| <i>Interactional Justice</i> (X_3) | X3.1 | 0,733 |
| | X3.2 | 0,742 |
| | X3.3 | 0,785 |
| | X3.4 | 0,789 |
| | X3.5 | 0,713 |
| Kepuasan Pelanggan (Y) | Y.1 | 0,808 |
| | Y.2 | 0,886 |
| | Y.3 | 0,812 |

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

Berdasarkan hasil pengujian validitas data akhir diatas dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan kuesioner dinyatakan valid karena nilai *r* Hitung mempunyai nilai positif dan lebih dari 0,3 artinya kuesioner mampu menghasilkan data yang valid dari variabel-variabel dalam penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor/skala pengukuran (Sekaran dalam Kuncoro, 2003: 154). Formula yang digunakan untuk menguji reliabilitas adalah *Alpha Cronbach*. Dalam pengambilan keputusan reliabilitas, suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Alpha* > 0,6 (Nunnally dalam Ghozali, 2005). Adapun hasil pengujian reliabilitas data akhir dengan 100 responden sebagai berikut:

Hasil Pengujian Reliabilitas Data Akhir

| Variabel | Item Pertanyaan | Cronbach's Alpha if Item Deleted | Cronbach's Alpha |
|---|--------------------|-------------------------------------|---------------------|
| <i>Distributive Justice</i> (X ₁) | X1.1 | 0,645 | 0,737 |
| | X1.2 | 0,601 | |
| | X1.3 | 0,704 | |
| <i>Procedural Justice</i> (X ₂) | X2.1 | 0,796 | 0,825 |
| | X2.2 | 0,794 | |
| | X2.3 | 0,769 | |
| | X2.4 | 0,788 | |
| | X2.5 | 0,802 | |
| <i>Interactional Justice</i> (X ₃) | X3.1 | 0,771 | 0,806 |
| | X3.2 | 0,776 | |
| | X3.3 | 0,751 | |
| | X3.4 | 0,753 | |
| | X3.5 | 0,791 | |
| Kepuasan Pelanggan (Y) | Y.1 | 0,728 | 0,783 |
| | Y.2 | 0,618 | |
| | Y.3 | 0,757 | |

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa semua variabel dalam penelitian memiliki nilai $Alpha > 0,6$ dan nilai *Cronbach's Alpha if Item Deleted* $> 0,6$. Sehingga dapat dinyatakan bahwa semua variabel dan item pernyataan yang berhubungan dengan variabel penelitian ini adalah reliabel.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil pengujian regresi linear berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda

| Variabel | Standardized Coefficients Beta | P Value (Sig.) | Keterangan |
|---|-----------------------------------|-------------------|---------------------------|
| <i>Distributive Justice</i> (X ₁) | 0,319 | 0,001 | Positif dan Signifikan |
| <i>Procedural Justice</i> (X ₂) | 0,271 | 0,009 | Positif dan Signifikan |
| <i>Interactional Justice</i> (X ₃) | 0.246 | 0,014 | Positif dan Signifikan |

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai Beta *distributive justice* (X_1) sebesar 0,319, *procedural justice* (X_2) sebesar 0,271, dan *interactional justice* (X_3) sebesar 0,246. Oleh karena itu, persamaan garis regresi dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = 0,319X_1 + 0,271X_2 + 0,246X_3$$

2. Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil pengujian regresi linear berganda diketahui bahwa masing-masing dari variabel independen yang terdiri dari *distributive justice* (X_1), *procedural justice* (X_2) dan *interactional justice* (X_3) mempunyai nilai *Standardized Coefficients Beta* positif dan *p value* $\leq 0,05$ sehingga signifikan. Dari hasil Uji F diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 33,306 (bernilai positif) dan nilai *P Value* sebesar 0,000 ($\leq 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel *distributive justice*, *procedural justice* dan *interactional justice* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

a. Pengaruh *Distributive Justice* (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Diketahui bahwa nilai $b_1 = 0,319$ (bernilai positif) dan nilai *P Value* sebesar 0,001 ($< 0,05$) yang berarti signifikan. Dengan demikian Hipotesis 1 (H_1) yang menyatakan bahwa *distributive justice* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa hasil yang diterima oleh pelanggan pasca pemulihan layanan yang dilakukan oleh Hotel Ibis Yogyakarta berpengaruh terhadap kepuasan pelanggannya. Hasil yang diterima pelanggan tersebut berupa ucapan penyesalan dan permohonan maaf atas kegagalan layanan yang terjadi, kesediaan melakukan perbaikan layanan dan kesediaan memberikan kompensasi berupa penggantian uang atau biaya ketika terjadi kesalahan yang diakibatkan oleh pihak Hotel Ibis Yogyakarta.

b. Pengaruh *Procedural Justice* (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil pengujian regresi linear berganda diketahui bahwa nilai $b_2 = 0,271$ (bernilai positif) dan nilai *P Value* sebesar 0,009 ($< 0,05$) berarti signifikan. Dengan demikian Hipotesis 2 (H_2) yang menyatakan bahwa *procedural justice* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa proses penanganan keluhan, pengendalian keputusan, aksesibilitas (kemudahan dalam penyampaian keluhan), waktu atau kecepatan dalam merespon keluhan pelanggan yang dilakukan Hotel Ibis Yogyakarta berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan atas *service recovery* yang dilakukan pihak hotel.

c. Pengaruh *Interactional Justice* (X_3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan nilai $b_3 = 0,246$ (bernilai positif) dan nilai *P Value* sebesar 0,014 ($<0,05$) yang berarti signifikan. Dengan demikian, Hipotesis 3 (H_3) yang menyatakan bahwa *interactional justice* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima. Dengan memberikan interaksi yang tinggi kepada pelanggan yang dapat ditunjukkan melalui respon atau perilaku karyawan yang sopan, perhatian, jujur dan memberikan penjelasan atas kegagalan jasa yang terjadi, diharapkan pelanggan akan merasa dihargai, diperhatikan dan dapat memahami situasi yang terjadi sehingga pelanggan cenderung mengalami kepuasan yang lebih besar.

PENUTUP

1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa:

- a. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan *distributive justice* terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Ibis Yogyakarta
- b. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan *procedural justice* terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Ibis Yogyakarta.
- c. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan *interactional justice* terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Ibis Yogyakarta.
- d. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan *distributive justice*, *procedural justice* dan *interactional justice* secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Ibis Yogyakarta.

2. Implikasi Penelitian

a. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini memperkuat teori tentang kepuasan pelanggan, bahwa kepuasan pelanggan dapat didorong oleh tindakan pemulihan layanan yang dilakukan perusahaan. Implikasi teoritis dari penelitian ini menekankan terhadap pentingnya perusahaan memiliki keadilan dalam upaya pemulihan layanan saat terjadi kegagalan layanan sehingga diharapkan pelanggan akan mendapatkan kepuasan yang lebih besar.

b. Implikasi Praktis

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *distributive justice* mempunyai pengaruh yang paling kuat terhadap kepuasan pelanggan Hotel Ibis Yogyakarta. Dalam hal

ini, perusahaan hendaknya selalu meningkatkan upaya perbaikan kesalahan dengan tetap melakukan permohonan maaf saat terjadi kesalahan, bersedia mengganti biaya atau uang yang hilang akibat kesalahan perusahaan, dan terus melakukan perbaikan layanan saat terjadi kesalahan. Selain itu, perusahaan bisa membuat variasi kompensasi yang lain dari kompensasi yang telah ada.

Variabel *interactional justice* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Hotel Ibis Yogyakarta, namun mempunyai pengaruh yang paling lemah. Oleh karena itu, perusahaan perlu meningkatkan sikap dan cara berperilaku karyawan ketika berinteraksi dengan pelanggan, sehingga diharapkan konsumen akan merasa lebih dihargai dan diperhatikan serta pelanggan cenderung merasakan kepuasan yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan Program *IBM SPSS19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto. 2004. Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman. Yogyakarta : BPF.
- Kotler, Philip, 2005. Manajemen Pemasaran edisi kesebelas. Jakarta: PT Prenhelindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2007. Manajemen Pemasaran edisi kedua belas jilid 2. Jakarta: PT Indeks.
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi, Bagaimana meneliti dan menulis tesis. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D). Bandung: CV Alfabeta
- Surbakti, Nurhayati dan Maria Widayari. 2010. Pengaruh *Service Recovery* pada Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus AUTO2000 Bandung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1), hal : 22-42.
- Tax, S.S., Brown, S.W. dan Chandrashekar, M., 1998. *Customer Evaluations of Service Complaint Experiences: Implications for Relationship Marketing*. *Jurnal of Marketing*, vol. 62(April), 60-76.
- Tjiptono, Fandi, 2014. Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, Penelitian. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Yuliana, Rahmi. 2012. Analisis Pengaruh *Service Recovery* yang Dilakukan Perbankan terhadap Kepuasan Nasabah di Kota Semarang. Jurnal STIE Semarang, Vol 4 No 2, hal :39 - 52.

<http://www.hotel.ibis.com>

<http://www.tripadvisor.co.id>

<http://Yogyakarta.bps.go.id>