

PENGARUH *PERCEIVED DISTRIBUTIVE JUSTICE, PROCEDURAL JUSTICE, INTERACTIONAL JUSTICE* TERHADAP *RECOVERY SATISFACTION* PENGGUNA TELKOMSEL DI PURWOREJO

Taufiq Dianto

taufiqde@gmail.com

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Purworejo

Ridwan Baraba, S.E, M.M

barabaridwan@gmail.com

Murry Harmawan Saputra, S.E, M.Sc

murryharmawansaputra@gmail.com

ABSTRAK

Telkomsel merupakan satu-satunya perusahaan seluler berbasis *GSM* yang mampu mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggannya ditahun 2014. Disisi lain Telkomsel juga menduduki peringkat teratas dengan jumlah komplain terbanyak di Indonesia. Hal tersebut dapat terjadi karena adanya penanganan komplain yang baik dari Telkomsel pada pelanggannya.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah *distributive justice, procedural justice, interactional justice* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *recovery satisfaction* pengguna Telkomsel di Purworejo baik secara parsial maupun simultan.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan Telkomsel di Purworejo yang telah melakukan komplain dan mendapat pemulihan layanan, sedang sampel yang digunakan adalah 135 responden. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang diisi oleh pihak yang memenuhi persyaratan sampel penelitian. Kuesioner telah diujicobakan dan telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Analisis data menggunakan regresi berganda dan pengujian hipotesis.

Hasil analisis regresi berganda dan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel *distributive justice, procedural justice, interactional justice* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *recovery satisfaction* baik secara parsial maupun simultan.

Kata kunci: distributive justice, procedural justice, interactional justice, recovery satisfaction

PENDAHULUAN

Telekomunikasi seluler saat ini telah menjadi salah satu kebutuhan utama bagi masyarakat Indonesia, khususnya telekomunikasi seluler berbasis *Global System for Mobile (GSM0)*. Di Indonesia pada saat ini terdapat 3 (tiga) operator seluler raksasa yang beroperasi menguasai pangsa pasar dan menggunakan teknologi GSM, mereka adalah Telkomsel, Indosat, dan XL.

Pada tahun 2014, Telkomsel adalah operator seluler yang memiliki pelanggan paling banyak, yaitu dengan jumlah 139,2 juta pelanggan, dimana naik dari kuartal 1 tahun 2014 yaitu 132,7 juta pelanggan, disusul XL Axiata dengan 58,3 juta pelanggan, walaupun diposisi kedua ternyata XL Axiata mengalami penurunan jumlah pelanggan dari jumlah pelanggan pada kuartal 1 tahun 2014 yang jumlah sebelumnya 62,9 juta

pelanggan, sedang operator seluler Indosat memiliki 54,3 juta pelanggan, jumlah tersebut turun dari jumlah pada kuartal 1 tahun 2014 yang mencapai jumlah 59,7 juta pelanggan (www.techinasia.com/laporan-kinerja-finansial-xl-telkom-indosat-q3-2014/, 2014).

Jenis perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa selalu tidak lepas dari masalah-masalah yang terjadi selama proses pemberian layanan. Semakin kompleks pemberian layanan dan semakin banyak jumlah pelanggan dalam industri jasa maka akan semakin besar peluang terjadinya kegagalan dalam memberikan layanan atau *service failure*. Terkait kegagalan pelayanan yang diberikan operator seluler, pelanggan dalam menyampaikan komplainnya dilakukan pada *customer service* yang disediakan oleh perusahaan seluler, selain itu juga banyak pelanggan yang penyampaian komplainnya diluapkan melalui media sosial. Jumlah komplain pengguna media sosial terhadap operator seluler terkait dengan seringnya gangguan sinyal dan jaringan pada tahun 2014, menunjukkan bahwa Telkomsel memiliki jumlah komplain lebih dari 50%, dan menduduki peringkat teratas, diikuti oleh Indosat dan XL Axiata (awesometrics.com, 2014).

Jika ditelaah dari data yang telah disampaikan diatas, dapat disimpulkan bahwa perusahaan seluler Telkomsel dalam satu tahun terakhir ini adalah satu-satunya perusahaan yang mampu mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggannya, walaupun disisi lain Telkomsel juga menduduki posisi teratas sebagai perusahaan seluler dengan jumlah komplain terbanyak di Indonesia. Komplain yang dikemukakan menyangkut pengalaman buruk pelanggan, bagi pelanggan akan dipersepsikan sebagai suatu masalah yang serius (Singh, 1990). Oleh sebab itu, apabila pelanggan sampai melakukan komplain, mereka sangat mengharapkan tindakan dan perlakuan yang adil. Persepsi mereka terhadap keadilan (*fairness* atau *justice*) dibentuk atas dasar penilaian mereka terhadap tiga aspek pemulihan jasa: (1) *distributive justice*; (2) *procedural justice*; dan (3) *interactional justice* (Tax, et. al., 1998).

RUMUSAN MASALAH

1. Apakah *distributive justice* berpengaruh positif terhadap *recovery satisfaction* pada pengguna Telkomsel di Purworejo?
2. Apakah *procedural justice* berpengaruh positif terhadap *recovery satisfaction* pada pengguna Telkomsel di Purworejo?
3. Apakah *interactional justice* berpengaruh positif terhadap *recovery satisfaction* pada pengguna Telkomsel di Purworejo?
4. Apakah *distributive justice*, *procedural justice*, dan *interactional justice* berpengaruh positif secara simultan terhadap *recovery satisfaction* pada pengguna Telkomsel di Purworejo?

KAJIAN TEORI

1. Teori Keadilan (*Justice Theory*)

Penelitian ini mengadopsi teori keadilan (*justice theory*) yang dikemukakan oleh Adams (1963). Teori keadilan menyatakan bahwa keadilan adalah perimbangan antara perbandingan rasio *input* dan *output* yang diterima oleh seseorang karyawan dalam melakukan suatu pekerjaan (Adams, 1963 dalam Prabowo, 2014: 15). Teori keadilan menyangkut tentang dua teori lain yang erat berkaitan, yaitu teori diskonfirmasi dan teori atribusi (*attribution*).

a. Teori Diskonfirmasi

Grobler, *et. al.* (2012) mengemukakan diskonfirmasi sebagai penilaian subjektif seseorang yang dihasilkan dari perbandingan antara harapan dengan persepsi mereka tentang hasil kerja yang telah dilakukan, lebih lanjut mereka membandingkan antara persepsi mereka terhadap suatu hasil kerja aktual terhadap beberapa standar kerja yang ada. Dalam konteks pemasaran Sumarwan (2003) dalam Chadijah (2012) mendefinisikan diskonfirmasi sebagai kepuasan atau ketidakpuasan konsumen yang merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibelinya tersebut.

b. Teori *Attribution*

Teori *attribution* berkaitan dengan prinsip sebab akibat secara umum, yang digunakan untuk menjelaskan mengenai suatu perilaku atau peristiwa (Nishii *et.al.*, 2008). Seseorang memiliki kebutuhan dasar untuk memprediksi dan mengontrol lingkungan, serta memahami penyebab perilaku atau peristiwa untuk membantu seseorang dalam melakukan suatu tindakan. *Attribution* terdiri dari, atribusi internal dan atribusi eksternal. Atribusi internal berkaitan dengan pemikiran, perasaan, serta perilaku, sedangkan atribusi eksternal berkaitan dengan motivasi yang mendasari suatu perilaku (Nishii, *et.al.*, 2008)

2. Keadilan (*Justice*)

Komplain yang dikemukakan menyangkut pengalaman buruk pelanggan, bagi pelanggan akan dipersepsikan sebagai suatu masalah yang serius (Singh, 1990). Oleh sebab itu, apabila pelanggan sampai melakukan komplain, mereka sangat mengharapkan tindakan dan perlakuan yang adil. Persepsi mereka terhadap keadilan (*fairness* atau *justice*) dibentuk atas dasar penilaian mereka terhadap tiga aspek pemulihan jasa: (1) *distributive justice*; (2) *procedural justice*; dan (3) *interactional justice* (Tax, *et. al.*, 1998).

a. *Distributive Justice*

Menurut Tax, *et. al.*, (1998) , keadilan distributif (*distributive justice*) adalah nilai keadilan yang mengacu pada perhitungan alokasi biaya yang dikeluarkan oleh pelanggan dan manfaat yang diterima pelanggan. Menurut Duetsch (1975) dalam Gunawan dan Purwono (2007: 4), *distributive justice* akan dirasa memuaskan pelanggan apabila memenuhi apa yang mereka butuhkan, atau sesuai dengan yang mereka harapkan.

Nilai keadilan distributif (*distributive justice*) dapat diukur dengan menggunakan tiga indikator (Tax, *et. al.*, 1998), yaitu:

- 1) Ekuitas, yaitu pemberian hasil proporsional untuk input ke pertukaran.
- 2) Kebutuhan, yaitu hasil berdasarkan kebutuhan terlepas dari kontribusi.
- 3) Kesamaan, yaitu hasil yang sama terlepas dari kontribusi untuk pertukaran.

Keadilan distributif berkenaan dengan hasil yang diterima pelanggan dari komplain, yaitu bila terjadi kegagalan jasa, pelanggan berharap ada kompensasinya. Bentuk kompensasi ini bisa berwujud permohonan maaf, *refund*, reparasi, penggantian, koreksi harga maupun kombinasinya. Untuk itu, perusahaan harus benar-benar memahami ekspektasi pelanggan atas kegagalan jasa dan merancang paket kompensasi sedemikian rupa sehingga menutupi

biaya kegagalan yang ditanggung pelanggan (Seiders dan Berry dalam Tjiptono, 2014: 485).

b. *Procedural Justice*

Menurut Tax, *et. al.*, (1998), keadilan prosedural (*procedural justice*) adalah nilai keadilan yang melekat pada kehandalan dari proses penyampaian keluhan. Peranan *procedural justice* sangat mendukung dalam menentukan kepuasan pelanggan terhadap penanganan keluhan (Bitner *et al.*, 1990). *Procedural justice* memberikan pengaruh yang secara langsung dalam menilai kepuasan atas penanganan keluhan yang dilakukan oleh penyedia jasa (Schoefer dan Ennew, 2004). Pelanggan akan merasa puas dan mau mengikuti program penanganan keluhan yang disediakan oleh penyedia layanan jasa jika prosedurnya mudah dan cepat (Menurut Michel dalam Gunawan dan Purwono, 2007: 3).

Nilai keadilan prosedural (*procedural justice*) ini dapat diukur dengan (Tax, *et. al.*, 1998) :

- 1) Proses kontrol, kebebasan untuk berkomunikasi tentang proses keputusan.
- 2) Kontrol keputusan, sejauh mana seseorang bebas untuk menerima atau menolak hasil keputusan.
- 3) Aksesibilitas, kemudahan dalam memperoleh proses.
- 4) *Timing* atau kecepatan, jumlah waktu yang dibutuhkan dalam prosedur.

Keadilan prosedural berkaitan dengan kebijakan, peraturan, dan ketepatan waktu proses komplain. Menyediakan proses yang adil, prosedur yang adil mencakup tiga elemen yang penting, yakni: (1) perusahaan mengemban tanggung jawab atas kegagalan jasa; (2) setiap komplain ditangani secara cepat, dimulai oleh karyawan yang pertama kali dikontak oleh pelanggan; dan (3) adanya sistem yang fleksibel dan mempertimbangkan pula situasi individual serta masukan dari pelanggan mengenai hasil akhir yang diharapkannya (Seiders dan Berry dalam Tjiptono, 2014: 485).

c. *Interactional Justice*

Menurut Tax, *et. al.*, (1998), keadilan interaksional (*interactional justice*) yaitu nilai keadilan yang dirasakan pelanggan karena adanya proses interaksi antara pelanggan dengan karyawan selama mengikuti prosedur penanganan keluhan. Menurut Goodwin dan Ross (1992) dalam Gunawan dan Purwono (2007: 3), faktor yang memiliki peranan sentral dalam nilai *interactional justice* yang akan berdampak pada pengambilan keputusan oleh konsumen salah satunya adalah faktor komunikasi. Kejujuran karyawan atau manajer dalam penanganan keluhan dirasakan pelanggan sebagai faktor dari nilai *interactional justice* memberikan pengaruh yang besar dalam munculnya kepuasan atas penanganan. Schoefer dan Ennew (2004) dalam mengevaluasi penanganan keluhan pelanggan melihat faktor keramahan sebagai sarana untuk melakukan keluhan dan mengevaluasi penanganan keluhan tersebut.

Keadilan interaksional (*interactional justice*) ini dapat diukur berdasarkan lima indikator (Tax, *et. al.*, 1998), yaitu :

- 1) Penjelasan, penyediaan alasan atas kegagalan.
- 2) Kejujuran, penyediaan atas kebenaran informasi.
- 3) Kesopanan, perilaku yang sopan dan santun.
- 4) Usaha, kesungguhan dalam menangani komplain.
- 5) Empati, penyediaan kepedulian dan perhatian.

Keadilan interaksional, menyangkut perlakuan interpersonal yang didapatkan selama proses komplain. Merealisasikan interaksi yang adil, perilaku relasi antyar pribadi yang adil meliputi kesopanan, perhatian, dan kejujuran, penjelasan atas kegagalan jasa yang terjadi, dan usaha yang tulus untuk memecahkan masalah yang dihadapi pelanggan (Seiders dan Berry dalam.

3. *Recovery Satisfaction*

Fornel, *et. al.*, (1996), mengungkapkan bahwa kepuasan atas keluhan pelanggan adalah kepuasan yang dirasakan pelanggan atas harapan yang diinginkannya terhadap respon penanganan keluhannya. Kepuasan pelanggan (*recovery satisfaction*) ini dapat diukur berdasarkan tiga indikator menurut Fornel, *et. al.*, (1996), yaitu:

- a. Perasaan senang atas hasil yang diperoleh.
- b. Kesesuaian harapan dan hasil.
- c. Kepuasan secara menyeluruh.

Kepuasan terhadap pemulihan jasa berkontribusi pada minat pembelian ulang, loyalitas dan komitmen pelanggan, *trust*, *word of mouth* positif, dan persepsi pelanggan terhadap keadilan atau *fairness* atau *justice*, menurut Hoffman dan Kelley dalam Tjiptono (2014: 481).

HIPOTESIS

1. Pengaruh *distributive justice* terhadap *recovery satisfaction*

Menurut Tax, *et. al.*, (1998), *distributive justice* adalah nilai keadilan yang mengacu pada perhitungan alokasi biaya yang dikeluarkan oleh pelanggan dan manfaat yang diterima pelanggan, dan menurut Duetsch (1975) dalam (Gunawan dan Purwono, 2007: 4) penilaian *distributive justice* oleh pelanggan akan dirasa memuaskan apabila memenuhi apa yang mereka butuhkan, atau sesuai dengan yang mereka harapkan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rusadi dan Santika (2013), Pratiwi dan Mandala (2013), Diastri (2013) mendapatkan hasil bahwa variabel *distributive justice* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *recovery satisfaction*. *Distributive justice* akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *recovery satisfaction*, jika harapan dan kebutuhan pelanggan terpenuhi disaat melakukan komplain, sehingga dengan demikian peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₁: *Distributive justice* berpengaruh positif terhadap *recovery satisfaction* pengguna Telkomsel di Purworejo.

2. Pengaruh *procedural justice* terhadap *recovery satisfaction*

Menurut Tax, *et. al.*, (1998), *procedural justice* adalah nilai keadilan yang melekat pada kehandalan dari proses penyampaian keluhan. Peranan *procedural justice* sangat menentukan kepuasan pelanggan terhadap penanganan keluhan (Bitner *et al.*, 1990). *Procedural justice* memberikan pengaruh yang secara langsung dalam menilai kepuasan atas penanganan keluhan yang dilakukan oleh penyedia jasa (Schoefer dan Ennew, 2004). Menurut Michel (2001) dalam Gunawan dan Purwono (2007: 3), pelanggan akan merasa puas dan mau mengikuti program penanganan keluhan yang disediakan oleh penyedia layanan jasa jika prosedurnya mudah dan cepat .

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rusadi dan Santika (2013), Pratiwi dan Mandala (2013), Diastri (2013) mendapatkan hasil bahwa variabel *procedural*

justice berpengaruh positif dan signifikan terhadap *recovery satisfaction*. *Procedural justice* akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *recovery satisfaction* jika dalam penanganan keluhan, pelanggan merasakan puas karena prosedurnya yang berjalan secara mudah dan cepat, sehingga dengan demikian peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₂ : *Procedural justice* berpengaruh positif terhadap *recovery satisfaction* pengguna Telkomsel di Purworejo.

3. Pengaruh *interactional justice* terhadap *recovery satisfaction*

Menurut Tax, *et. al.*, (1998), keadilan interaksional (*interactional justice*) yaitu nilai keadilan yang dirasakan pelanggan karena adanya proses interaksi antara pelanggan dengan karyawan selama mengikuti prosedur penanganan keluhan. Menurut Goodwin dan Ross (1992) dalam Gunawan dan Purwono (2007: 3), faktor yang memiliki peranan sentral dalam nilai *interactional justice* yang akan berdampak pada pengambilan keputusan oleh konsumen salah satunya adalah faktor komunikasi. Kejujuran karyawan atau manajer dalam penanganan keluhan dirasakan pelanggan sebagai faktor dari nilai *interactional justice* memberikan pengaruh yang besar dalam munculnya kepuasan atas penanganan keluhan. Schoefer dan Ennew (2004) dalam mengevaluasi penanganan keluhan pelanggan akan melihat faktor keramahan sebagai sarana untuk melakukan keluhan dan mengevaluasi penanganan keluhan tersebut.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rusadi dan Santika (2013), Pratiwi dan Mandala (2013), Diastri (2013) mendapatkan hasil bahwa variabel *interactional justice* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *recovery satisfaction*. *Interactional justice* akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *recovery satisfaction* jika pelanggan yang melakukan keluhan mendapat interaksi yang baik dari karyawan (di antaranya dalam faktor: komunikasi, kejujuran dan keramahan), sehingga dengan demikian peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₃: *Interactional justice* berpengaruh positif terhadap *recovery satisfaction* pengguna Telkomsel di Purworejo.

4. Pengaruh *distributive justice*, *procedural justice*, *interactional justice* secara simultan terhadap *recovery satisfaction*

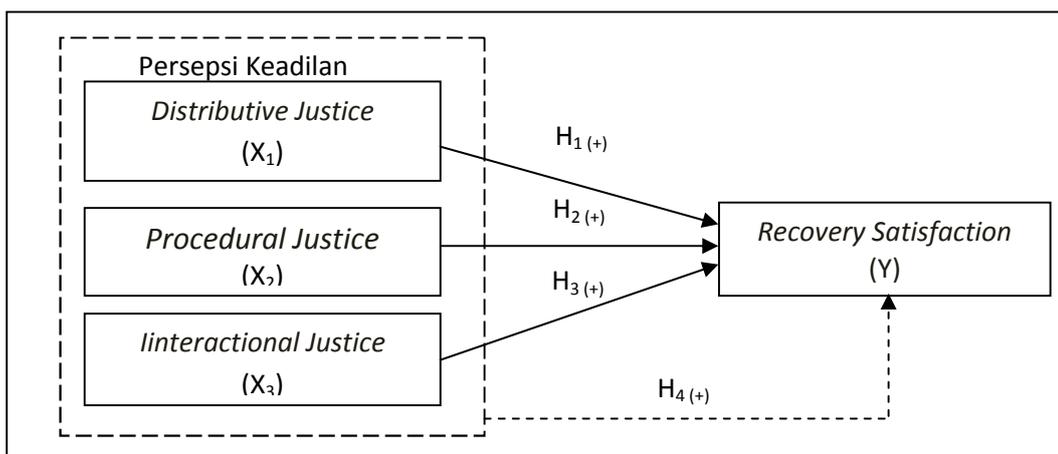
Keluhan yang dikemukakan menyangkut pengalaman buruk pelanggan, bagi pelanggan akan dipersepsikan sebagai suatu masalah yang serius (Singh, 1990). Oleh sebab itu, apabila pelanggan sampai melakukan keluhan, mereka sangat mengharapkan tindakan dan perlakuan yang adil. Persepsi mereka terhadap keadilan (*fairness* atau *justice*) dibentuk atas dasar penilaian mereka terhadap tiga aspek pemulihan jasa: (1) *distributive justice*; (2) *procedural justice*; dan (3) *interactional justice* (Tax *et. al.*, 1998). Pelanggan yang melakukan keluhan pada dasarnya mereka ingin diperlakukan secara adil oleh penyedia jasa. Pendekatan keadilan dalam penanganan keluhan adalah suatu kondisi pelayanan yang dirasakan sesuai oleh pelanggan sebagai pengganti pelayanan jasa yang mengalami kegagalan dalam proses penyampaian (Tax, *et. al.*, 1998).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rusadi dan Santika (2013), Pratiwi dan Mandala (2013), Diastri (2013) mendapatkan hasil bahwa variabel *distributive justice*, *procedural justice*, dan *interactional justice* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *recovery satisfaction*. *Distributive justice*, *procedural justice*, dan *interactional justice* secara simultan akan berpengaruh positif dan

signifikan terhadap *recovery satisfaction*, jika pelanggan yang melakukan komplain mendapatkan perlakuan yang adil sesuai persepsi keadilan yang ada (*distributive justice*, *procedural justice*, dan *interactional justice*) secara keseluruhan, atas dasar tersebut peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H₄ : *Distributive justice*, *procedural justice*, *interactional justice* secara simultan berpengaruh positif terhadap *recovery satisfaction* pengguna Telkomsel di Purworejo.

KERANGKA PIKIR



—————> : Pengaruh secara parsial

- - - - -> : Pengaruh secara simultan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode survei, yaitu metode pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden individu (Jogiyanto, 2012). Penelitian ini dilakukan dari bulan Desember 2014 hingga selesai melalui pembagian angket kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan Telkomsel di Purworejo yang telah melakukan komplain dan mendapat pemulihan layanan. Dalam penelitian ini diambil sebanyak 135 responden secara *dengan* teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiono, 2007: 68). Adapun kriteria sampel yang diambil dalam penelitian adalah pelanggan Telkomsel yang pernah melakukan komplain dan mendapat pemulihan layanan secara langsung serta masih menggunakan produk Telkomsel hingga sekarang, pelanggan Telkomsel berada di wilayah Purworejo, dan responden berusia di atas 16 tahun.

DEFINISI OPERASIONAL

1. *Distributive Justice*: Nilai keadilan yang mengacu pada perhitungan alokasi biaya yang dikeluarkan oleh pelanggan dan manfaat yang diterima pelanggan (Tax, *et. al.*, 1998). Indikator:
 - a. Ekuitas, yaitu pemberian hasil proporsional untuk input ke pertukaran.
 - b. Kebutuhan, yaitu hasil berdasarkan kebutuhan terlepas dari kontribusi.
 - c. Kesamaan, yaitu hasil yang sama terlepas dari kontribusi untuk pertukaran.

2. *Procedural Justice*: nilai keadilan yang melekat pada kehandalan dari proses penyampaian keluhan (Tax, *et. al.*,1998). Indikator:
 - a. Proses kontrol, kebebasan untuk berkomunikasi tentang proses keputusan.
 - b. Kontrol keputusan, sejauh mana seseorang bebas untuk menerima atau menolak hasil keputusan.
 - c. Aksesibilitas, kemudahan dalam memperoleh proses.
 - d. *Timing* atau kecepatan, jumlah waktu yang dibutuhkan dalam prosedur.
3. *Interactional Justice*: Nilai keadilan yang dirasakan pelanggan karena adanya proses interaksi antara pelanggan dengan karyawan selama mengikuti prosedur penanganan keluhan (Tax, *et. al.*,1998). Indikator:
 - a. Penjelasan, penyediaan alasan atas kegagalan.
 - b. Kejujuran, penyediaan atas kebenaran informasi.
 - c. Kesopanan, perilaku yang sopan dan santun.
 - d. Usaha, kesungguhan dalam menangani komplain.
 - e. Empati, penyediaan kepedulian dan perhatian.
4. *Recovery Satisfaction* : Kepuasan yang dirasakan pelanggan atas harapan yang diinginkan terhadap respon penanganan keluhannya (Fornel, *et. al.*, 1996). Indikator:
 - a. Perasaan senang atas hasil yang diperoleh.
 - b. Kesesuaian harapan dan hasil.
 - c. Kepuasan secara menyeluruh.

PENGUJIAN INSTRUMEN PENELITIAN

1. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan metode *pearson product moment*. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS. Berdasarkan hasil uji validitas instrumen yang menggunakan korelasi *product moment* menunjukkan bahwa variabel *distributive justice* (X1), *procedural justice* (X2), *interactional justice* (X3) serta variabel *recovery satisfaction* (Y) mempunyai nilai *r* hitung yang lebih dari 0,3 dan semuanya bernilai positif, sehingga hal ini dapat disimpulkan bahwa semua indikator pernyataan yang diujikan adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS. Hasil uji reliabilitas instrumen menunjukkan bahwa variabel *distributive justice* (X1), *procedural justice* (X2), *interactional justice* (X3), serta variabel *recovery satisfaction* (Y) memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,6 dan semua indikator pertanyaan dari masing-masing variabel tersebut mempunyai nilai *cronbach's alpha if item deleted* lebih dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan program SPSS untuk mengetahui pengaruh variabel *distributive justice*, *procedural justice*, *interactional justice* terhadap variabel *recovery satisfaction*

secara parsial. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,319X_1 + 0,279 X_2 + 0,412 X_3$$

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. $b_1 = 0,319$, artinya variabel *distributive justice* memiliki pengaruh positif terhadap *recovery satisfaction*. Jika *distributive justice* yang diberikan pada pelanggan semakin baik, maka nilai *recovery satisfaction* yang dirasakan pelanggan akan semakin tinggi.
- b. $b_2 = 0,279$, artinya variabel *procedural justice* memiliki pengaruh positif terhadap *recovery satisfaction*. Jika *procedural justice* yang diberikan pada pelanggan semakin baik, maka nilai *recovery satisfaction* yang dirasakan pelanggan akan semakin tinggi.
- c. $b_3 = 0,412$, artinya variabel *interactional justice* memiliki pengaruh positif terhadap *recovery satisfaction*. Jika *interactional justice* yang diberikan pada pelanggan semakin baik, maka nilai *recovery satisfaction* yang dirasakan pelanggan akan semakin tinggi.

2. Uji Signifikansi

Uji signifikansi dilakukan untuk melihat pengaruh variabel *distributive justice*, *procedural justice*, *interactional justice* terhadap variabel *recovery satisfaction* secara parsial. Uji koefisien pada penelitian ini didapatkan hasil bahwa variabel *distributive justice* memiliki nilai signifikansi 0,000, variabel *procedural justice* memiliki nilai signifikansi 0,000, dan variabel *interactional justice* memiliki nilai signifikansi 0,000, dimana masing-masing nilai signifikansi tersebut dibawah 0,05, maka dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *distributive justice*, *procedural justice*, *interactional justice* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *recovery satisfaction*.

3. Uji F

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh variabel *distributive justice*, *procedural justice*, *interactional justice* terhadap variabel *recovery satisfaction* secara simultan. Uji F pada penelitian didapatkan nilai signifikansi adalah 0,000 berarti berada dibawah 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *distributive justice*, *procedural justice*, *interactional justice* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap *recovery satisfaction*.

4. Uji R square

Uji R^2 dilakukan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas *distributive justice*, *procedural justice*, *interactional justice* terhadap variabel terikat variabel *recovery satisfaction*. Berdasarkan uji *R Square*, *adjusted R square* menunjukkan nilai sebesar 0,714 (71,4%), hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel *distributive justice*, *procedural justice*, *interactional justice* dalam mempengaruhi variabel *recovery satisfaction* pengguna Telkomsel adalah 71,4%, sedangkan sisanya 28,6% dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model.

5. Pembahasan

a. Pengaruh *distributive justice* terhadap *recovery satisfaction*

Hasil pengujian dengan menggunakan uji koefisien menunjukkan bahwa variabel *distributive justice* memiliki nilai beta sebesar 0,319 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, hal ini menunjukkan bahwa *distributive justice*

berpengaruh positif dan signifikan terhadap *recovery satisfaction* pengguna Telkomsel di Purworejo.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rusadi dan Santika (2013), Pratiwi dan Mandala (2013), Diastri (2013) yang menyatakan bahwa variabel *distributive justice* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *recovery satisfaction*. *Distributive justice* yang diberikan pihak Telkomsel di Purworejo pada pelanggan yang melakukan komplain adalah pemberian kompensasi yang berupa permohonan maaf dan perbaikan atas kegagalan layanan ataupun masalah yang telah dialami oleh pelanggan Telkomsel. *Distributive justice* yang diberikan oleh pihak Telkomsel dilakukan secara baik, sehingga hal ini berpengaruh baik terhadap kepuasan pelanggan pasca penanganan komplain yang telah dilakukan.

b. Pengaruh *procedural justice* terhadap *recovery satisfaction*

Hasil pengujian dengan menggunakan uji koefisien menunjukkan bahwa variabel *procedural justice* memiliki nilai beta sebesar 0,279 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, hal ini menunjukkan bahwa *procedural justice* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *recovery satisfaction* pengguna Telkomsel di Purworejo.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rusadi dan Santika (2013), Pratiwi dan Mandala (2013), Diastri (2013) yang menyatakan bahwa variabel *procedural justice* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *recovery satisfaction*. *Procedural justice* yang diberikan pihak Telkomsel di Purworejo pada pelanggan yang melakukan komplain adalah sebuah kemudahan dalam proses melakukan komplain, kecepatan dalam penanganan komplain dan penanganan komplain yang tentu saja sesuai dengan prosedur yang ada, seperti penanganan komplain yang disesuaikan dengan nomor antre menunggu pelanggan serta penanganan komplain yang dilakukan oleh pihak Telkomsel yang telah dipercaya. *Procedural justice* yang diberikan oleh pihak Telkomsel dilakukan secara baik, sehingga hal ini berpengaruh baik terhadap kepuasan pelanggan pasca penanganan komplain yang telah dilakukan.

c. Pengaruh *interactional justice* terhadap *recovery satisfaction*

Hasil pengujian dengan menggunakan uji koefisien menunjukkan bahwa variabel *Interactional justice* memiliki nilai beta sebesar 0,412 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, hal ini menunjukkan bahwa *interactional justice* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *recovery satisfaction* pengguna Telkomsel di Purworejo.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rusadi dan Santika (2013), Pratiwi dan Mandala (2013), Diastri (2013) yang menyatakan bahwa variabel *interactional justice* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *recovery satisfaction*. *Interactional justice* yang diberikan pihak Telkomsel di Purworejo pada pelanggan yang melakukan komplain adalah sebuah interaksi yang baik antara pihak Telkomsel dengan pelanggan yang melakukan komplain. Pemberian penjelasan mengenai penyelesaian masalah yang jujur dan mudah dipahami pelanggan, kesopanan dan keramahan pihak Telkomsel, serta adanya rasa peduli dan perhatian pihak Telkomsel pada masalah yang dihadapi pelanggan, hal ini adalah bentuk interaksi yang baik yang dilakukan oleh pihak Telkomsel pada pelanggan yang melakukan komplain. *Interactional justice* yang

diberikan oleh pihak Telkomsel dilakukan secara baik, sehingga hal ini berpengaruh baik terhadap kepuasan pelanggan pasca penanganan komplain yang telah dilakukan.

d. Pengaruh *distributive justice, procedural justice, interactional justice* secara simultan terhadap *recovery satisfaction*

Hasil pengujian dengan menggunakan uji F menunjukkan bahwa nilai F adalah 112,508 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas *distributive justice, procedural justice, interactional justice* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *recovery satisfaction* pengguna Telkomsel di Purworejo.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rusadi dan Santika (2013), Pratiwi dan Mandala (2013), Diastri (2013) yang menyatakan bahwa variabel *distributive justice, procedural justice, dan interactional justice* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *recovery satisfaction*. Persepsi keadilan yang diberikan pihak Telkomsel di Purworejo pada pelanggan yang melakukan komplain adalah *distributive justice, procedural justice, dan interactional justice* yang dilakukan secara baik dan seimbang. Dengan penanganan komplain yang baik dan adil maka tentu saja hal ini akan sangat berpengaruh pada kepuasan pelanggan pasca penanganan komplain yang dilakukan oleh pihak Telkomsel.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa:

1. *Distributive justice* terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *recovery satisfaction* pada pengguna Telkomsel di Purworejo.
2. *Procedural justice* terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *recovery satisfaction* pada pengguna Telkomsel di Purworejo.
3. *Interactional justice* terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *recovery satisfaction* pada pengguna Telkomsel di Purworejo.
4. *Distributive justice, procedural justice dan interactional justice* secara simultan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *recovery satisfaction* pada pengguna Telkomsel di Purworejo.

DAFTAR PUSTAKA

- Bitner, Mary Jo., Bernard H. Booms, dan Tetreault, Mary Stanfield. 1990. *The Service Encounter: Diagnosing Favorable and Unfavorable Incidents*, *Journal of Marketing*, 54 (1), 71-84.
- Chadijah, Adeayu. 2012. *Pengaruh Afeksi, Kualitas Dan Diskonfirmasi Program Layanan Garuda Frequent Flyer (GFF) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Garuda Indonesia Cabang Makassar*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanudin
- Diastri, Fifien. 2013. *Analisis Pengaruh Keadilan Prosedural, Keadilan Distributif dan Keadilan Interaksional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pizza Hut di Kota Malang*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya

- Fornel, C., Michael, D. Johnson, E.W. Anderson, Jaesung, Cha dan B.E Bryant. 1996. *The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose and Findings*, *Journal of Marketing*, Vol.60 Iss.4, October, pp:7-18.
- Gunawan, Sri dan Purwono, Budi. 2007. *Pengaruh Nilai Keadilan Dalam Penanganan Keluhan Terhadap Kepercayaan Dan Komitmen Pelanggan*. Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga dan PT. Pembangunan Jawa Bali
- Grobler, A., Joubert, YT., Rudolph, EC., dan Osman, M Haje. 2012. *Utilisation of The Expectation Disconfirmation Model: Eas Rendered In The Saps*. *Journal of Contemporary Management*, Volume 9, 324 - 340
- Hoffman, K.D. dan J.E.G., Bateson. 1997. *Essential of Service Marketing*. Front Worth: The Dryden Press.
- Jogiyanto, Hartono. 2012. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran. Indonesia*: PT INDEKS
- Mudrajad, Kuncoro. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi: Bagaimana meneliti dan menulis tesis?*. Jakarta: Erlangga
- Nishii, Lisa H., Lepak, David P., dan Schneider, Benjamin. 2008. *Employee Attributions of the "Why" of HR Practices: Their Effects on Employee Attitudes and Behaviors, and Customer Satisfaction*. Center for Advanced Human Resource Studies, Cornell University ILR School
- Prabowo, Tomy Adi. 2014. *Pengaruh Keadilan Prosedural dan Distributif terhadap Internsi keluar Karja Karyawan Dengan Iklim Kerja Beretika sebagai Variabel Intervening pada Karyawan PT Infomedia Nusantara di Surabaya*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Surabaya
- Pratiwi, Rai Gita dan Mandala, Kastawan. 2013. *Pengaruh Persepsi Keadilan Terhadap Kepuasan Pasca Pemulihan Kegagalan Pada Restoran Pizza Hut*. Fakultas Ekonomi Universitas Udayana Bali
- Rusadi, Febri dan Santika, I Wayan. 2013. *Pengaruh Persepsi Keadilan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pasca Pemulihan Layanan Pengguna XI Di Kota Denpasar*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Bali
- Schoefer, Klaus dan Ennew, Christine, 2005, *The Impact of Perceived Justice on Consumers' Emotional Responses to Service Complaint Experiences*, *Journal of Services Marketing*, 19(5), 261-270.
- Singh, J. 1990. *A Typology of Consumer Dissatisfaction Response Style*, *Journal of Retailing*, Vol. 66 (Spring), 57-97.
- Sugiyono. 2007. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Tax S.S., Brown S.W. dan Chandrashekar M., 1998. *Customer Evaluation of Service Complaint Experiences: Implications for Relationship Marketing*, *Journal of Marketing*, Vol 62, April. 60-76.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- www.awesometrics.com/blog/12-persepsi-kualitas-layanan-operator-seluler-di-media-sosial/ diakses pada tanggal 20 Desember 2014
- www.techinasia.com/laporan-kinerja-finansial-xl-telkom-indosat-q3-2014/ diakses pada tanggal 20 Desember 2014