



## PENGARUH *SERVICE RECOVERY* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN UNTUK MENINGKATKAN MINAT GUNA JASA ULANG

Bagas Wicaksono dan Rizal Hari Magnadi <sup>1</sup>

Bagas.w93@gmail.com

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro  
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

### ABSTRACT

*The development of Indonesia airlines grow rapidly. With low-cost base airline, there are still a lot of people who want to use airlines. Lion Air as low-cost airline market leader, still encounter a service failure such as delay. This study aims to analyzes the service recovery for service failure.*

*This study analyzes the dimension of service recovery. Distributive justice, procedural justice, and interactional justice the effect to konsumen satisfication and repurchase intention. The study was conducted on 120 respondents who qualified to provide for the completed questionnaires.*

*The result of this study show that all of independent dimensions have positive effect on dependent dimensions. Distributive justice have the strongest effect on konsumen satisfaction and repurchase intention. The other variable have positive effect but not significant.*

*Keywords: (Service Recovery, Consumen Satisfaction, Repurchase Intension, Theory of Justice)*

### PENDAHULUAN

Pada era modern seperti sekarang ini, manusia dituntut untuk memiliki mobilitas yang tinggi. Adanya sarana transportasi sangat berguna untuk menunjang mobilitas tersebut. Sarana transportasi berfungsi sebagai penghubung satu tempat dengan yang lain. Dengan adanya sarana transportasi maka perekonomian akan mudah berkembang.

Salah satu jenis sarana transportasi yang dapat menunjang mobilitas tinggi adalah transportasi udara. Transportasi udara dapat dengan cepat mencapai tujuannya, sehingga pengguna transportasi tersebut memiliki mobilitas yang tinggi. Di Indonesia yang merupakan negara kepulauan, transportasi udara sangat penting sebagai penghubung antar pulau dalam waktu singkat.

PT Lion Mentari Airline atau Lion Air adalah salah satu perusahaan maskapai penerbangan di Indonesia yang melayani penerbangan domestic dan internasional. Lion air merupakan maskapai bertarif rendah. Sesuai dengan slogan "We Make People Fly", maskapai yang berbasis di bandara Soekarno Hatta ini menguasai sebagian besar pangsa pasar penerbangan domestic Indonesia.

---

<sup>1</sup> Corresponding author

**Tabel 1.1**  
**Tabel On Time Performance Maskapai di Indonesia**

Maskapai	2011	2012	2013	2014
Garuda Indonesia	84,36%	84,96%	84,05%	89,23 %
Wings air	-	80,77%	72,37%	71,69 %
Sriwijaya air	69,87%	79,77%	80,94%	82,78 %
Lion air	66,78%	73,95%	74,55%	73,64 %
Batavia air	72,08%	71,98%	-	-

**Sumber, Ditjen Perhubungan Udara**

Namun pada table 1.1 menunjukkan bahwa Lion air memiliki OTP yg rendah, hal tersebut menunjukkan sering terjadinya keterlambatan pada penerbangan Lion air. Padahal standar OTP yang ada adalah 80%. Sehingga Lion air mempunyai OTP dibawah standar. Biasanya maskapai penerbangan menggunakan alasan teknis, operasi, niaga, bandara, dan cuaca sebagai alasan keterlambatan.

Sebagai sebuah jasa penerbangan, maka aktivitas Lion Air berdimensi pada pelayanan kepada konsumen karena dalam aktivitasnya sangat sarat dengan pelayanan. Kotler(1997: 260)mendefinisikan jasa sebagai: “Setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan suatu pihak kepada yang lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.” Pada kasus tersebut keterlambatan penerbangan Lion Air termasuk dalam kegagalan jasa.

Salah satu cara untuk mengatasi terjadinya service failure tersebut adalah dengan menggunakan *service recovery*. Armistead et al., (1995, p.5) mendefinisikan “*service recovery*” sebagai tindakan spesifik yang dilakukan untuk memastikan bahwa pelanggan mendapat kan tingkat yang pantas setelah terjadi masalah-masalah dalam pelayanan secara normal.

*Service recovery* secara umum dapat diwujudkan dengan tiga cara pokok (Gilliland, 1993) yaitu : *procedural justice*, *interactional justice*, *distributive justice*. Terdapat tiga dimensi *justice* (keadilan) yang dipersepsikan oleh konsumen.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa perilaku manajer dan karyawan dalam berkomunikasi dengan konsumen (Clemmer, 1993; Goodwin dan Ross, 1992) dan usaha yang diambil untuk menyelesaikan konflik (Mohr dan Bitner, 1995) mempengaruhi kepuasan konsumen. Contohnya, ketika pegawai meminta maaf atas kesalahan mereka, konsumen yang awalnya kecewa, akhirnya sering merasa lebih puas (satisfied). Haskett et al. (1997) juga mengkonfirmasi bahwa dengan menunjukkan empati, menjadi sopan dan mau mendengar konsumen, merupakan elemen-elemen yang sangat penting dalam melakukan pelayanan.

Prosedur *service recovery* sangat penting untuk dimiliki oleh perusahaan untuk mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan (lovelock, 2001). Pelanggan menginginkan keadilan dalam penanganan keluhan mereka. Kepuasan pelanggan terhadap *service recovery* setelah terjadi service failure dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan konsusmsi kembali dan menyebarkan *negative word of mouth* (Wirtz & Matilla, 2004). Kedua perilaku ini dapat dilihat sebagai indikasi terhadap kepuasan pelanggan.

## TUJUAN PENELITIAN

Dari rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh *Distributive Justice* terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk menguji pengaruh *Procedural Justice* terhadap kepuasan konsumen.
3. Untuk menguji pengaruh *Interactional Justice* terhadap kepuasan konsumen.
4. Untuk menguji pengaruh kepuasan konsumen terhadap minat guna jasa ulang.

## KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

### ***Distributive Justice* terhadap Kepuasan Konsumen**

Kegagalan jasa yang terjadi disebuah layanan dapat membuat kecewa para penggunanya. Pemberian kompensasi atas kegagalan jasa tersebut bisa menjadi pengganti atas kerugian dari para pengguna.

*Distributive Justice* menurut Gilliland, (1993). merupakan *justice/fairness* yang dipersepsikan oleh customer sebagai hasil dari complain. Bentuk *justice* ini dapat berupa kompensasi dalam bentuk diskon, kupon atau voucher, pengembalian dana, free gift, penggantian produk, permintaan maaf, dll. (Blodgett et al., 1997; Goodwin dan Ross, 1992; Hoffman dan Kelley, 2000; Tax et al., 1998).

Menurut Wirtz dan Mattila(2004), *Distributive justice* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen setelah terjadi kegagalan jasa. Penelitian yang dilakukan oleh Badawi (2012), Korry (2010), Kau dan Loh (2006), serta Ellyawati, dkk (2012) masing-masing menyatakan bahwa, keadilan distributif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan setelah penanganan keluhan.

**H1: *Distributive justice* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen**

### ***Procedural justice* terhadap Kepuasan Konsumen**

Blodgett et al (1997), berpendapat bahwa, pelanggan mungkin sudah puas dengan jenis strategi pemulihan yang ditawarkan tapi pelanggan akan lebih senang jika proses untuk mencari ganti rugi mudah.

*Procedural justice* merupakan keadilan yang dipersepsikan oleh customer pada proses penanganan complain, termasuk pengendalian proses dan waktu penyelesaian komplain tersebut (Tax et al., 1998). Terdapat 5 elemen *procedural justice*, yaitu: pengendalian proses, pengendalian keputusan, kemudahan akses, waktu/kecepatan, dan fleksibilitas. Selanjutnya, Kelley et al. (1993) juga menemukan bahwa *procedural justice* penting dalam *service recovery* saat pelanggan yang mungkin puas dengan jenis strategi recovery yang ditawarkan tetapi masih tidak senang jika proses recovery yang diterima oleh customer tersebut tidak memuaskannya. Keadilan prosedural berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan setelah adanya penanganan keluhan.

**H2: *Procedural justice* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen**

### ***Interactional justice* terhadap Kepuasan Konsumen**

*Interactional justice* merupakan keadilan yang dipersepsikan oleh konsumen akan perilaku karyawan yang memberikan pelayanan pada konsumen yang complain (Tax et al., 1998, p. 62). Terdapat 5 elemen *interactional justice*, yaitu: explanation/causal account (penjelasan), honesty (kejujuran/keterbukaan), politeness (kesopanan), usaha dan empati.

Hasil penelitian Kau dan Loh (2006), menyatakan bahwa, persepsi keadilan interaksional berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan setelah penanganan keluhan.

### **H3: *Interactional justice* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen**

#### **Kepuasan Konsumen terhadap Minat guna jasa ulang**

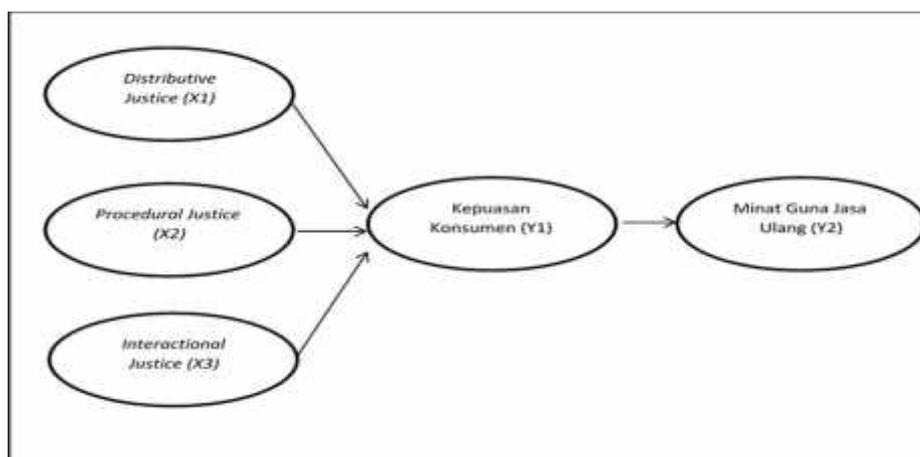
Woodside (1989, 6) dkk, kepuasan langganan serta keseluruhan dengan pelayanan merupakan suatu fungsi dari kualitas pelayanan seluruhnya dan keseluruhan kepuasan pelayanan dipengaruhi secara terpisah baik oleh kualitas pelayanan juga oleh kepuasan hidup. Dengan kepuasan pelanggan atas pelayanan secara keseluruhan, yang merupakan fungsi dari kualitas pelayanan akan membuat pelanggan benar-benar merasa puas dan pelanggan yang puas akan memunculkan keinginan untuk terus menjalin hubungan kemitraan (minat untuk membeli ulang). Keinginan tersebut akan muncul apabila terjadi persamaan persepsi antara pelanggan dengan pihak manajemen tentang berbagai faktor yang mempengaruhi kepuasan.

Hasil penelitian terdahulu dari Hellier, Geursen, Carr, dan Rickard, (2003) serta Cronin dan Taylor, (1992) yang mengemukakan bahwa dengan adanya kepuasan dari pelanggan, maka pelanggan akan memiliki minat untuk menggunakan kembali jasa dari provider yang sama. Puspitasari (2006) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa persepsi kinerja paling dominan pengaruhnya dalam pengukuran variabel kepuasan pelanggan. Persepsi kinerja dari sudut pelanggan tentunya tidak lepas dengan pengalaman pelanggan atas penggunaan jasa di waktu yang lalu dan memperoleh pelayanan yang sesuai dengan harapan mereka sehingga untuk membangun persepsi positif pelanggan perlu diperhatikan pelayanan yang fokus pada kepuasan pelanggan atas jasa yang dikonsumsi.

### **H4: Kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap minat guna jasa ulang**

**Gambar 1.1**

#### **Kerangka Pemikiran Teoritis**



Sumber: Mattila(2004), Kau and Loh(2006), Yuricho(2014) yang dikembangkan dalam penelitian ini.

## **METODE PENELITIAN**

### **Variabel dependen**

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian utama peneliti. Hakekat sebuah masalah mudah terlihat dengan mengenali berbagai variabel dependen



yang digunakan dalam sebuah model. Variabilitas dari atau atas faktor inilah yang berusaha untuk dijelaskan oleh seorang peneliti (Ferdinand, 2006:26). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah : Minat guna jasa ulang (Y2)

### Variabel intervening

Variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan dependen ,tetapi tidak dapat diamati dan diukur (Sugiyono,2004). Variabel ini terletak diantara variabel independen dan dependen. Variabel intervening yang digunakan dalam penelitian ini adalah : Kepuasan Konsumen (Y1)

### Variabel independen

Variabel independen yang dilambangkan dengan (X) adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif (Ferdinand, 2006:26). Variabel independen dalam penelitian ini adalah :

- a. *Distributive Justice* (X1)
- b. *Procedural Justice* (X2)
- c. *Interactional Justice* (X3)

### Penentuan Populasi dan Sampel

Populasi ialah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal, atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat semesta penelitian (Ferdinand, 2006 : 223). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Lion Air yang pernah mengalami kegagalan jasa, seperti keterlambatan penerbangan. Pada penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Dalam penentuan sampel jika populasinya besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti menurut Widiyanto (2008) menggunakan rumus :

$$n = \frac{1.96^2}{4(0.1)^2}$$

$$n = 96,04$$

untuk memudahkan penelitian maka jumlah sampel ditetapkan sebanyak 120 orang. Jumlah responden tersebut sudah dianggap representatif karena sudah melebihi batas minimal sampel.

### Skala Pengukuran

Untuk mengukur variabel penelitian yang telah ditetapkan, digunakan skala pengukuran. Skala pengukuran dipakai untuk mengukur pendapat dan persepsi seseorang. Skala pengukuran pada penelitian ini menggunakan rating scale, dengan skala 1-10. Data pengukuran sikap dengan rating 1-10 akan menghasilkan skala yang bersifat interval dan rasio. Dari skor 1 yang menandakan sangat tidak setuju hingga skor 10 yang menunjukkan sangat setuju.

## Metode Analisis Data

### Uji Kualitas Data

Ketepatan pengujian hipotesa tentang hubungan variabel penelitian sangat bergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian tersebut. Pengujian hipotesa tidak akan mengenai sasarannya, bilamana data yang dipakai untuk menguji hipotesa adalah data yang tidak reliabel dan tidak menggambarkan secara tepat konsep yang diukur.

### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah (valid) atau tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dapat diketahui dengan melihat  $r$  hitung, apabila  $r$  hitung  $> r$  tabel maka item dinyatakan valid (Ghozali, 2011).

### Uji Realibilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Jika jawaban terhadap indikator ini acak, maka dapat dikatakan bahwa tidak reliabel atau jika nilai alpha melebihi 0,6 maka pertanyaan variabel tersebut tidak reliabel dan sebaliknya (Ghozali, 2011).

### Uji Asumsi Klasik

Agar mendapat regresi yang baik harus memenuhi asumsi yang disyaratkan yaitu memenuhi uji asumsi normalitas dan bebas dari multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan auto korelasi.

#### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model analisis jalur, variabel dependen dan independennya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan uji skewness dan kurtosis baik secara univariate maupun multivariate. Uji ini untuk menguji apakah pengamatan berdistribusi secara normal atau tidak, uji ini menggunakan kolmogorov-Smirnov. Jika  $\text{sig} > 0,05$  maka data berdistribusi normal (Ghozali, 2011).

#### Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Gejala multikolinieritas tidak terjadi apabila nilai VIF tidak lebih besar dari 10 serta nilai tolerance kurang dari 0,10 (Ghozali, 2011).

#### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara *Distributive Justice*, *Procedural Justice*, *Interactional Justice* terhadap Kepuasan konsumen dengan metode analisis regresi berganda (multiple regression) dengan Ordinary Least Square (OLS). Dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y_1 = a + 1 X_1 + 2 X_2 + 3 X_3 + e$$

Pada penelitian ini analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara Kepuasan konsumen terhadap minat guna jasa ulang dengan metode analisis regresi berganda (multiple regression) dengan Ordinary Least Square (OLS). Dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y_2 = a + 1 X_1 + e$$



### Uji Kelayakan Model

Untuk menguji kelayakan model penelitian ini digunakan uji Anova (uji F) dan Goodness of fit yang ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasinya.

### Uji Hipotesis

Pengujian secara parsial dilakukan dengan menggunakan uji t. pengujian signifikansi dengan uji t digunakan untuk melihat bagaimana variabel bebas secara parsial mempengaruhi variabel terikat.

### Koefisien Determinasi

Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali,2009).

### Analisis jalur

Untuk menguji pengaruh variabel intervening digunakan metode analisis jalur. Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda. Analisis jalur sendiri tidak dapat menentukan hubungan sebab – akibat.

### Uji Sobel

Untuk menguji pengaruh variabel intervening digunakan metode yang dikembangkan oleh Sobel (1982) dan dikenal sebagai Uji Sobel (Sobel Test (Ghozali,2011)). Uji sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independen (X) ke variabel dependen (Y) melalui variabel Intervening (M).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

No	Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
1	<i>Distributive Justice</i>	X1a	0,923	0,1793	Valid
		X1b	0,932	0,1793	Valid
		X1c	0,920	0,1793	Valid
2	<i>Procedural Justice</i>	X2a	0,804	0,1793	Valid
		X2b	0,856	0,1793	Valid
		X2c	0,822	0,1793	Valid
		X2d	0,747	0,1793	Valid



No	Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
3	<i>Interactional</i>	X3a	0,726	0,1793	Valid
		X3b	0,770	0,1793	Valid
	<i>Justice</i>	X3c	0,819	0,1793	Valid
		X3d	0,730	0,1793	Valid
4	Kepuasan	Y1a	0,901	0,1793	Valid
	Konsumen	Y1b	0,912	0,1793	Valid
		Y1c	0,866	0,1793	Valid
5	Minat guna	Y2a	0,884	0,1793	Valid
		Y2b	0,883	0,1793	Valid
	jasa ulang	Y2c	0,872	0,1793	Valid

### Uji Reliabilitas

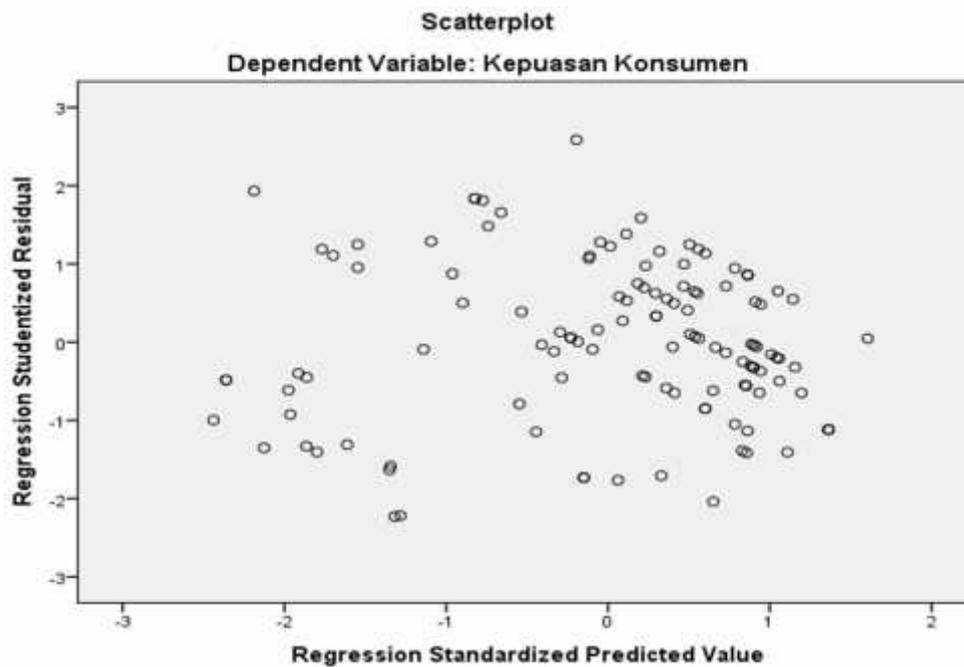
Variabel	Cronbach Alpha Standardized	Keterangan
X1	0,916	Reliable
X2	0,822	Reliable
X3	0,758	Reliable
Y1	0,874	Reliable
Y2	0,854	Reliable

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Multikolinieritas

no	Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
1	<i>Distributive Justice</i>	0,612	1,633	Bebas Multiolinieritas
2	<i>Procedural justice</i>	0,642	1,558	Bebas Multiolinieritas
3	<i>Interactional Justice</i>	0,681	1,468	Bebas Multiolinieritas

## Uji Heteroskedastisitas



Gambar diatas menunjukkan tidak adanya pola yang teratur pada titik-titik residualnya. Hasil uji tersebut menunjukkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas.

## Uji Normalitas

Dari hasil uji normalitas didapat nilai 0,200. Nilai tersebut lebih besar dari batas minimal 0,05. Jadi dapat disimpulkan data yang diperoleh normal.

## Analisis Regresi Linier Berganda

### Analisis Regresi Linier Berganda Y1

Model persamaan regresi yang dapat disimpulkan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi betuk standart adalah

$$Y1 = 0.690 X1 + 0.006 X2 + 0.098 X3$$

Dari persamaan tersebut didapat bahwa semua koefisien regresinya adalah positif. Berdasarkan nilai koefisian standardized dari model regresi diperoleh bahwa variabel *distributive justice* merupakan variabel yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen.

### Analisis Regresi Linier Berganda Y2

Model persamaan regresi yang dapat disimpulkan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi betuk standart adalah

$$Y = 0.541Y1$$

## Uji Kelayakan Model

Didapat F hitung Y1 yang didapat sebesar 49.260 dan F table nya sebesar 2,45. Jadi dapat dikatakan bahwa variabel independen mempengaruhi secara bersama-sama variabel dependennya. Begitu juga F hitung Y2 sebesar 48.730 yang lebih besar dari F table sebesar 3,92.

## Uji Hipotesis

### Uji Statistik t Y1

Dari ketiga variabel tersebut hanya variabel *distributive justice* yang mempengaruhi secara signifikan variabel kepuasan konsumen. Variabel lainnya tidak berpengaruh secara signifikan karena mempunyai nilai sig lebih dari 0,05.

### Uji Statistik t Y2

Dari data diatas dapat dilihat nilai sig nya adalah 0,00 dan berada dibawah 0,05 sehingga variabel independen mempengaruhi secara signifikan variabel dependennya.

## Koefisien Determinasi

### Koefisien Determinansi Y1

Besarnya adjusted R square adalah 0,549, berarti variabel Kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel *Distributive Justice*, *Procedural Justice*, dan *Interactional justice* sebanyak 54,9%. Sedangkan sisanya 45,1% dijelaskan oleh sebab-sebab diluar model

### Koefisien Determinansi Y2

Terdapat adjusted R square sebesar 0,286 jadi itu adalah kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependennya sedangkan sisanya 0,714 dapat dijelaskan oleh sebab-sebab diluar model.

## Analisis Jalur dan Sobel Test

No	Jalur	Koefisien	Keterangan
1	X1 – Y1	0,690	t = 8,76 , signifikan
2	X2 – Y1	0,006	t = 0,076 , tidak signifikan
3	X3 – Y1	0,093	t = 1,32 , tidak signifikan
4	Y1 – Y2	0,541	t = 6,981 , signifikan
5	X1 - Y1 - Y2	$0,690 \times 0,541 = 0,37$	t = 5,19 , signifikan
6	X2– Y1 – Y2	$0,006 \times 0,541 = 0,0032$	t = 4,06 , signifikan
7	X3 – Y1 – Y2	$0,093 \times 0,541 = 0,05$	t = 4,29 , signifikan

## KESIMPULAN

### Hipotesis pertama (H1)

H1 dalam penelitian ini yang menyatakan *Distributive justice* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Memiliki koefisien regresi sebesar 0,690 dan tingkat signifikansi 0,00 yang berarti variable *Distributive justice*(X1) mempengaruhi variable Kepuasan Konsumen (Y1) secara positif dan signifikan.

### Hipotesis kedua (H2)

H2 dalam penelitian ini yang menyatakan *Procedural justice* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Memiliki koefisien regresi sebesar 0,006 dan tingkat signifikansi 0,076 yang berarti variable *Procedural Justice* (X2) mempengaruhi variable Kepuasan Konsumen (Y1) secara positif tetapi tidak signifikan.

### Hipotesis ketiga (H3)

H3 dalam penelitian ini yang menyatakan *Interactional justice* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Memiliki koefisien regresi sebesar 0,093 dan tingkat signifikansi 1,320 yang berarti variable *Interactional justice* (X3) mempengaruhi variable Kepuasan Konsumen (Y1) secara positif tetapi tidak signifikan.

### Hipotesis keempat (H4)

H4 dalam penelitian ini yang menyatakan Kepuasan Konsumen berpengaruh positif terhadap Minat Guna Jasa Ulang . Memiliki koefisien regresi sebesar 0,541 dan tingkat signifikansi 0,00 yang berarti variable Kepuasan Konsumen (Y1) mempengaruhi variable Minat Guna Jasa Ulang (Y2) secara positif dan signifikan

### Keterbatasan Penelitian

1. Terjadi bias dalam penelitian dikarenakan mayoritas responden adalah mahasiswa, karena perbedaan kepentingan mahasiswa dan orang yang bekerja dalam menggunakan maskapai penerbangan.
2. Rentang usia dominan pada penelitian ini adalah 21-25 tahun. Tidak merata dalam mewakili konsumen maskapai penerbangan. Karena dengan dominan pada satu kelompok umur dapat menciptakan segmentasi tersendiri dari penelitian.

### Implikasi Manajerial

Walau Lion Air masih memimpin pasar maskapai penerbangan beberapa tahun ini tetapi Lion Air perlu meningkatkan mutu layanan terhadap konsumen, termasuk pada saat terjadi kegagalan jasa, perlu adanya *Service Recovery* yang dapat membuat para konsumen menjadi puas. Sehingga muncul minat guna jasa ulang para konsumen. Dari penelitian ini ketiga variabel *Service Recovery* memberikan pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen dari *Service Recovery* yang diterima oleh para konsumen Lion Air juga ada pengaruh dari Kepuasan Konsumen kepada Minat Guna Jasa Ulang. Lion Air perlu memperhitungkan strategi pemberian *Service Recovery* kepada para konsumennya. Pada penelitian ini variable *Distributive Justice* memberikan pengaruh paling besar yaitu 69% dan kedua dengan *Interactional Justice* dengan 9,3% dan *Procedural Justice* yang paling rendah 0,06%. Jadi Lion Air harus bisa memanfaatkan *Distributive Justice* sebagai variable utama dalam melakukan *Service Recovery* kepada para konsumennya karena memiliki pengaruh paling besar dan mempengaruhi secara signifikan.



### Saran Penelitian Mendatang

1. Penelitian yang akan datang disarankan untuk mencari tahu apakah ada faktor pekerjaan dan domisili responden terhadap pengaruh dari *service recovery* yang diterima. Penambahan faktor tersebut untuk menggambarkan demografi responden dengan lebih jelas.
2. Penelitian yang akan datang disarankan menggunakan kelompok umur yang lebih merata sebagai responden untuk menggambarkan hasil secara jelas dan tidak tersegmentasi pada kelompok umur tertentu
3. Dalam penelitian yang akan datang disarankan untuk menggunakan penelitian eksperimental terhadap para respondennya. Penelitian ekperimental atau *scenario based* dilakukan agar responden dapat merasa seolah-olah mengalami keterlambatan penerbangan dan juga bereaksi ketika terjadi keterlambatan penerbangan yang mengakibatkan terganggunya kepentingan mereka karena keterlambatan tersebut.

### REFERENSI

- Ah-Keng Kau, Elizabeth Wan-Yiun Loh. 2006. "The effects of service recovery on consumer satisfaction: a comparison between complainants and non complainants". *Journal of Services Marketing*. Vol. 20 Iss: 2. pp.101 – 111
- Armistead, colin G., & Clark, Graham. 1996. *Customer Service and Support (penerapan Strategi yang Efektif)*. Jakarta: ELex Media Komputindo.
- Blodgett, J. G., Hill, D. J., & Tax, S. S. 1997. 'The effects of *distributive, procedural, and interactional justice* on post complaint behavior'. *Journal of Retailing*, 73(2), 185-210.
- Clemmer, E. C. 1993. *An investigation into the relationships of justice and customer satisfaction with services*. In R. Cropanzano (Ed), *Justice in the workplace: Approaching fairness in human resources management*. Hillsdale, NJ: Erlbaum
- Cronin, J. Joseph Jr dan Steven A. Taylor 1992, "Measuring Service Quality : A Reexamination and Extension", *Journal of Marketing*, Vol. 56, July,
- Ditjen Perhubungan Udara, 2015, Data On Time Peformance Airline Indonesia Tahun 2011 – 2014  
www. <http://hubud.dephub.go.id/> diakses 26 Juni 2015
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi 2. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 19*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.



- Goodwin, C., and Ross, I. 1992. *Consumer responses to service failure: influence of procedural and interactional fairness perception*. *Journal of Business Research*, 25(2), 149-163.
- Jochen Wirtz Anna S. Mattila, 2004, "Consumer responses to compensation, speed of recovery and apology after a service failure", *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 15 Iss 2 pp. 150 – 166
- Kelly, S. W., Hoffman, K. D., & Davis, M. A. 1993. "A Typology of retail failures and recoveries". *Journal of Retailing*, 69(4), 29-452.
- Kotler, Philip dan G. Amstrong. 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Lovelock, Christopher. 2001. *Service Marketing; People, Technology, Strategy*, 4<sup>th</sup> Edition, Prentice Hall. Upper Sadle River. New Jersey. p.
- Mohr, Lois A and Marry Jo Bitner, 1995. "The Role of Employee Effort in Saticfaction With Service Transaction". *Journal of Business Research*, 32 (3), 239-53. p.55-68.
- Tax, S. S., Brown, S. W., & Chandrashekar, M. 1998. "Customer Evaluation of Service Complaint Experiences: Implication for relationship marketing". *Journal of marketing*, 62(2), 60-76.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2000. *Prinsip dan Dinamika Pemasaran*. Jakarta : Salemba Empat.
- Woodside, Arch G., Lisa L Frey, dan Robert Timothy Daly 1989, "Linking Service Quality. Customer Satisfaction, and Behavioral Intention", *Journal of Health Care Marketing*, Vol. 9/4, Dec, p.5-17. Yogyakarta.