

<https://www.journal.steamkop.ac.id/index.php/seiko/index>

<https://www.journal.steamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/3596/2328>

Pengaruh Service Recovery Quality Elements Terhadap Behavioral Intention Pada Penerbangan Low Cost Carrier

AGS Sondakh, SV Riorini

SEIKO: Journal of Management & Business 6 (1), 191-198, 2023

The screenshot displays the homepage of the SEIKO Journal of Management & Business. At the top, the journal's logo is prominently featured in blue and yellow, with the ISSN numbers 2598-831X (Print) and 2598-8301 (Online) listed to the right. Below the logo, the journal's affiliation is stated as 'Program Studi Manajemen Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (SITE) Amkop Makassar'. A navigation menu includes links for HOME, ABOUT, LOGIN, REGISTER, SEARCH, CURRENT, ARCHIVES, and ANNOUNCEMENTS. A 'Quick Menu' sidebar on the right provides access to various sections: FOCUS AND SCOPE, EDITORIAL TEAM, PEER REVIEWERS, PUBLISHING ETHICS, AUTHOR GUIDELINES, ONLINE SUBMISSIONS, PUBLICATION FEE, INDEXING & ABSTRACTING, AUTHOR FEES, CONTACT, and VISITOR STATISTICS. The main content area features a description of the journal, published by Postgraduate SITE Amkop Makassar in 2007, and a list of functional areas of marketing management, including areas like strategic management, human resource management, and e-business. The page also includes a search bar and a Windows taskbar at the bottom.

journal.uinwidyadarmasurabaya.ac.id/index.php/wika/index

- International business,
- Quantitative and research method
- Tourism management,
- Business ethics, and
- Entrepreneurship.

The articles published in **SEIKO : Journal of Management & Business** have been double blind-reviewed by peer reviewers. The decision on whether the scientific article is accepted or not in this journal will be the Editorial Board's right based on peer reviewer's recommendation.

Please read and understand the author guidelines thoroughly. Author who submits a manuscript to the editors of **SEIKO : Journal of Management & Business** should comply with the author guidelines. If the submitted manuscript does not comply with the guidelines or using a different format, it will be rejected by the editorial team before being reviewed. Editorial team will only accept a manuscript that meets the specified formatting requirements.

SEIKO: Journal of Management & Business
S4 INDEX ISI
H-INDEX 10
I1-INDEX 10

2019 2020 2021 2022 2023

Google GARUDA publons ResearchGate Sinta S4

AUTHOR FEES
CONTACT
VISITOR STATISTICS

Template

Journal Template

Tools

turnitin
MENDELEY
EndNote

Widyadarmasurabaya

journal.uinwidyadarmasurabaya.ac.id/index.php/wika/index/about/about

SEIKO
Journal of Management & Business

ISSN : 2598-831X (Print) | ISSN : 2598-8301 (Online)

Program Studi Manajemen Pascasarjana
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Ainkop Makassar

HOME | ABOUT | INDEX | NOTICE | SEARCH | CURRENT | ARCHIVE | ANNOUNCEMENT

Editorial Team

Editor in Chief
Herwin Dewanti, (Scopus ID : 571074407168) Program Pascasarjana STIE Ainkop Makassar, Indonesia

Managing Editor
Amar Basri, (ORCID : https://orcid.org/0000-0002-0210-2400) (Scopus ID : 46710772) STIE Ainkop Makassar, Indonesia

Editorial Board
Adhira Indra Permana Kusuma Putra, Universitas Muslim Indonesia, Siberoaka
MUSLIMAH HEBALILAH, IKIP PGRI Jember, Jember, Indonesia
Hani Khatib Setyaningsih, STIE Palu Sengga Selawesi
FERDIANTY FEBRIANTY, Politeknik Pekombar Scoopar ID : 8121E04146, Jember
Iwan Sugianto, Sekolah Tinggi Ilmu Arifin Arifin, Sidoarjo
Rohana Puji, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi/ Universitas Negeri Sukoharjo, Sukoharjo ID : 8105708006, Indonesia
Dewanti Kiki Puji, (Scopus ID : 6092876) Program Pascasarjana STIE Ainkop Makassar, Indonesia

Visitors
118,362
14,344
483

Quick Menu

FORUM AND SCOPE
EDITORIAL TEAM
PEER REVIEWERS
PUBLISHED ARTICLE
AUTHOR SYSTEMS
ONLINE SUBMISSIONS
PUBLICATION FEE
INDEXING & ABSTRACTING
AUTHOR FEES
CONTACT
VISITOR STATISTICS

Widyadarmasurabaya

journal.ubemkoj.ac.id/index.php/seiko/about/estofatation

Managing Editor

Amar Sani, (ORCID ID : <https://orcid.org/0000-0003-0230-2020>) (Scopus ID : 60753772) STE Amlog Makassar, Indonesia

Editorial Board

Aditya Indra Perdana Kusuma Raha, Universitas Muslim Indonesia, Indonesia
 MUHAMMAD HEGGILLAH ZAKI HASBULLAH, Komunitas Green Gunung, Indonesia
 Heri Kharis Setyaneri, STE Pahrin Selayar Kelantan
 FEBRIANTY FEBRIANTY, Ombonek Pakaripah Scopus ID : 8128254748, Indonesia
 Ireni Sugiono, Sekolah Tinggi Hukum Baweng, Indonesia
 Reberio Rata, Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Ngurah Surabaya Scopus ID : 8125768046, Indonesia
 Guiswani Rifa Rifa, (Scopus ID : 8022975) Program Pasca Sarjana STE Amlog Makassar, Indonesia

Visitors

| | |
|---------|-----|
| 210,262 | 489 |
| 18,344 | 403 |
| 2,043 | 391 |
| 584 | 209 |
| 797 | 215 |

SEIKO : Journal of Management & Business is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

© All rights reserved 2018. SEIKO : Journal of Management & Business – ISSN (Print) : 2598-831X, (Eg) (Online) : 2598-8301.

- HOME
- ABOUT
- ISSN
- EDITOR
- SEIKO
- ISSUES
- NEWS
- ANNOUNCEMENT

- HOME MANAGEMENTS
- PUBLISHED ETHICS
- AUTHOR SYSTEMS
- ONLINE SUBMISSIONS
- PUBLICATIONS
- INDEXING & ABSTRACTING
- AUTHOR FEED
- CONTACT
- VISITOR STATISTICS

Template

Journal Template

Tools

journal.ubemkoj.ac.id/index.php/okurissal/issue55

SEIKO

Journal of Management & Business

ISSN - 2598-831X (Print) ISSN - 2598-8301 (Online)

Program Studi Manajemen Pascasarjana Sekolah Tinggi Hukum, Ekonomi, STHE Amlog Makassar

HOME ABOUT ISSN EDITOR SEIKO ISSUES NEWS ANNOUNCEMENT

Vol 6, No 1 (2023)

January - July

SEIKO ISSN : 2598-831X (Print) ISSN : 2598-8301 (Online)

Journal of Management & Business

Available at: <https://journal.ubemkoj.ac.id/okurissal>

Vol 6, No 1 (2023)

January - July

Focus and Scope

The Journal Management & Business (SEIKO) provides a forum for scientists and professionals to share the latest developments and advances in knowledge and practice of management business both theory and practice. It aims to foster the exchange of ideas on a range of relevant management subjects and to provide a venue for research and the further development of managerial practices.

Manuscripts are also open to publish short communications and special address. All issues of SEIKO concern to business and management of regions to which and between Indonesia and other region. The covered content fields include such as: Marketing management, Finance and management accounting, Strategic management, Operation, Supply and supply chain management, Human Resource management, Sustainable, Business management, Management ethics.

- HOME MANAGEMENTS
- PUBLISHED ETHICS
- AUTHOR SYSTEMS
- ONLINE SUBMISSIONS
- PUBLICATIONS
- INDEXING & ABSTRACTING
- AUTHOR FEED
- CONTACT
- VISITOR STATISTICS

Template

Journal Template

Journal of Management & Business

ISSN : 2598-831X (Print) ISSN : 2598-8301 (Online)

Program Studi Manajemen Pascasarjana
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Ainkop Makassar

HOME ABOUT US OUR REGISTER DESIGN CONTACT ARCHIVE ANNOUNCEMENT

Vol 6, No 1 (2023)
January - June

Table of Contents

Articles

| | | |
|--|----------------|---------|
| Dampak Nilai Komunitas (2018), Akumulasi, dan (2018) Terhadap Terjadinya Nilai Baru dan Berubahnya Persepsi Produk Fashion Lingkungan di Indonesia | Manuscript PDF | 1 - 10 |
| Penerapan Penerapan Sistem Manajemen Kearsifan Berbasis Mutu dan Keberlanjutan | Manuscript PDF | 11 - 21 |
| Pengaruh Penerapan Sistem Pengendalian Manajemen Terhadap Kinerja Persepsi Tingkat Kepercayaan Sebagai Variabel Mediating | Manuscript PDF | 22 - 32 |
| Aneka Perbandingan Kapasitas Konsumsi Pada Khasiat dan Agri Mart di Bali | Manuscript PDF | 33 - 41 |

Quick Menu

- FOCUS AND SCOPE
- EDITORIAL TEAM
- PEER REVIEWERS
- PUBLISHING STAGE
- AUTHOR GUIDELINES
- ONLINE SUBMISSIONS
- PUBLICATION FEE
- INDEXING & ABSTRACTING
- AUTHOR FEED
- CONTACT
- VISITOR STATISTICS

| | | |
|---|----------------|-----------|
| Kontribusi Nilai Baru dan Berubahnya Persepsi Produk Fashion Lingkungan di Indonesia | Manuscript PDF | 1 - 10 |
| Pengaruh Penerapan Sistem Manajemen Kearsifan Berbasis Mutu dan Keberlanjutan | Manuscript PDF | 11 - 21 |
| Pengaruh Penerapan Sistem Pengendalian Manajemen Terhadap Kinerja Persepsi Tingkat Kepercayaan Sebagai Variabel Mediating | Manuscript PDF | 22 - 32 |
| Aneka Perbandingan Kapasitas Konsumsi Pada Khasiat dan Agri Mart di Bali | Manuscript PDF | 33 - 41 |
| Kontribusi Nilai Baru dan Berubahnya Persepsi Produk Fashion Lingkungan di Indonesia | Manuscript PDF | 42 - 52 |
| Pengaruh Perubahan Perusahaan, Kebijakan Harga dan Struktur Ekspansi Terhadap Kinerja Usaha | Manuscript PDF | 53 - 63 |
| Pengaruh Sistem Pasokan Quality Elements Terhadap Behavioral Intentions Pada Persepsi Lini Gudang Central | Manuscript PDF | 64 - 74 |
| Pengaruh Sistem dan Pemanfaatan Teknologi Energi Asupan Ramah Lingkungan Kalsium Laktat | Manuscript PDF | 75 - 85 |
| Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Harga Saham pada Perusahaan yang Melakukan Restrukturisasi Sistem Operasi (RSO) Pada Tahun 2017 - 2021 | Manuscript PDF | 86 - 96 |
| Pengaruh Penerapan Sistem Manajemen Kearsifan Berbasis Mutu dan Keberlanjutan | Manuscript PDF | 97 - 107 |
| Kontribusi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee di Indonesia | Manuscript PDF | 108 - 118 |
| Aneka Perbandingan Kapasitas Konsumsi Pada Khasiat dan Agri Mart di Bali | Manuscript PDF | 119 - 129 |
| Pengaruh Sistem dan Pemanfaatan Teknologi Energi Asupan Ramah Lingkungan Kalsium Laktat | Manuscript PDF | 130 - 140 |
| Kontribusi Nilai Baru dan Berubahnya Persepsi Produk Fashion Lingkungan di Indonesia | Manuscript PDF | 141 - 151 |

USER

Username:

Password:

Remember me

1418

NOTIFICATIONS

- None
- Subscribe

LANGUAGE

Select Language: English

Search:

JOURNAL CONTENT

Search:

Search by year: All

Search:

Groups

- By User
- By Author
- By Title
- Other options

PRINT LIST

Journal of Management & Business

ISSN : 2598-831X (Print) ISSN : 2598-8301 (Online)

Program Studi Manajemen Pascasarjana
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Arkip Makassar

HOME ABOUT LOGIN REGISTER SEARCH CURRENT ARCHIVE MANUSCRIPTS

Pengaruh Service Recovery Quality Elements Terhadap Behavioral Intention Pada Penerbangan Low Cost Carrier

Anisa G.S Siregar, Sri Sandhyani Ramo

Abstract

Sebaliknya perusahaan masalah yang akan diambil, maka tujuan penelitian yang akan dilakukan adalah: studi mengenai pengaruh Service Recovery Quality Elements Terhadap Behavioral Intention Pada Penerbangan Low Cost Carrier. Dalam penelitian ini penelitian yang primer dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif secara online kepada konsumen melalui penerbangan bertarif rendah (Low Cost Carrier) di Indonesia yang pernah mengalami kegagalan jasa dan pelayanan jasa maskapai penerbangan di Indonesia. Alasan penelitian ini adalah konsumen online diharapkan agar dapat mencapai responnya di maskapai di Indonesia melalui konsumen online. Hasil penelitian yang ada adalah: Konsumen (yang bisa कंपетіtor) berpengaruh positif terhadap kepuasan pemulih layanan penumpang maskapai Low Cost Carrier terburuk. Kepuasan (Online) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pemulih layanan penumpang maskapai Low Cost Carrier terburuk. Persepsi nilai atau persepsi (yang bisa कंपетіtor) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pemulih layanan penumpang maskapai Low Cost Carrier terburuk. Perilaku (Service-Recovery) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pemulih layanan penumpang maskapai Low Cost Carrier terburuk. Kepuasan Pemulih Jasa (Service Satisfaction) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berperilaku (Behavioral Intention) penumpang maskapai Low Cost Carrier terburuk.

Kata Kunci: Kepuasan Pemulih, Niat Berperilaku.

Full Text
Download

References

A. Nelly. (2021). "An Analysis Of Customer Satisfaction In The Flybe Domestic Short- Hauler Services". *Journal of British Business*

Quick Menu

- FOCUS AND SCOPE
- EDITORIAL TEAM
- PEER REVIEWERS
- PUBLISHER ETHICS
- AUTHOR GUIDELINES
- ONLINE SUBMISSIONS
- PUBLICATION FEE
- ISSUES & ABSTRACTS
- AUTHOR FEED
- CONTACT
- VISITOR STATISTICS

Template

SCF
Melly dwily

Search

224 PM
11/20/2023

Pengaruh Service Recovery Quality Elements Terhadap Behavioral Intention Pada Penerbangan Low Cost Carrier

Aristide G.S Sondakh¹, Sri Vandayuli Riorini ✉ ²

^{1,2}Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Trisakti, Indonesia

Abstrak

Berdasarkan perumusan masalah yang akan diteliti, maka tujuan penelitian yang akan dilakukan adalah untuk menganalisis pengaruh Service Recovery Quality Elements Terhadap Behavioral Intention Pada Penerbangan Low Cost Carrier. Dalam penelitian ini perolehan data primer dilakukan dengan menggunakan penyebaran kuesioner secara online kepada konsumen maskapai penerbangan bertarif rendah (Low Cost Carrier) di Indonesia yang pernah mengalami kegagalan jasa dari pelayanan jasa maskapai penerbangan di Indonesia. Alasan perolehan data melalui kuesioner online dikarenakan agar dapat mencakup responden di manapun di Indonesia melalui kuesioner online. Hasil penelitian yang ada adalah: Kompensasi (tangible compensation) berpengaruh positif terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier terbukti. Kesigapan (timeless) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier tidak terbukti. Permintaan maaf atau penjelasan (apology or explanation) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier terbukti. Perhatian (attentiveness) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier terbukti. Kepuasan Pemulihan Jasa (Recovery Satisfaction) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berperilaku (Behavioral Intention) penumpang maskapai Low-Cost Carrier terbukti.

Kata Kunci: *Kepuasan Pemulihan, Niat Berperilaku.*

Copyright (c) 2023 Sri Vandayuli Riorini

✉ Corresponding author :

Email Address : sri.vandayuli@gmail.com

PENDAHULUAN

Transportasi merupakan sarana yang berdampak terhadap tercapainya keberhasilan pembangunan ekonomi di suatu wilayah, selain berfungsi untuk meningkatkan integrasi wilayah suatu negara. Transportasi udara telah menjadi moda transportasi penting untuk perjalanan dengan jarak menengah dan jarak jauh. Selama beberapa decade terakhir, penggunaan transportasi udara dan aktivitas perekonomian telah berkembang di seluruh dunia. Dalam Tito Tuma dan Minda Mora (2017), transportasi udara memungkinkan akses kepada pasar, orang, aset atau modal, pengetahuan dan keterampilan, kesempatan, dan sumber daya. Sebagai hasilnya, ketersediaan transportasi udara secara efektif meningkatkan cakupan geografis dan siklus aktivitas perekonomian.

Strategi yang sekarang ini banyak digunakan oleh perusahaan transportasi udara / penerbangan khususnya di Indonesia dalam meraih konsumen lebih banyak lagi yaitu dengan menerapkan sistem operasional perusahaan yang berdasarkan pada penetapan biaya atau ongkos yang murah bagi penumpang atau konsumen, akan tetapi tetap dengan mengedepankan pelayanan yang terbaik atau lebih dikenal dengan Low Cost Carrier (LCC). Menurut Wiryanta (2014) penerbangan dapat diklasifikasikan menurut pelayanan yang diberikan, yaitu full service dan low cost carrier (LCC).

Menurut Undang-Undang No.1 tahun 2009 tentang penerbangan, Full service carrier adalah pelayanan yang diberikan oleh maskapai penerbangan secara maksimum dimana pelayanan diberikan secara penuh yang mencakup pelayanan pre-flight, in-flight, dan post-flight. Adapun Low cost carrier (LCC) sering juga disebut sebagai budget airlines atau no frills flight, merupakan model penerbangan yang unik dengan strategi penurunan biaya operasional atau operating cost.

Popularitas maskapai berbiaya rendah yang terjadi di Indonesia begitu banyak diminati seluruh kalangan masyarakat. Terdapat tiga maskapai penerbangan LCC populer yang beroperasi dengan baik di Indonesia (Java Aviation Academy, 2016), yaitu: (1) Lion Air, anak perusahaan Garuda Indonesia (2) Citilink, dan maskapai penerbangan berbiaya rendah Malaysia (3) Air Asia. Maskapai penerbangan ini terkenal karena harga tiketnya yang terjangkau secara kompetitif dan sering menawarkan program promosi.

Komplain yang diterima membuat suatu perusahaan harus berupaya sebaik mungkin agar tidak kehilangan konsumen. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi rasa kekecewaan konsumen adalah dengan memberikan service recovery (Nikbin, Ismail, Marimuthu, dan Armesh, 2012). Service Recovery merupakan hal penting karena pelanggan yang menerima recovery yang buruk mungkin akan memutuskan hubungan kemudian berpindah ke penyedia jasa lainnya. Perpindahan pelanggan ini merupakan sesuatu yang sangat mahal karena untuk mencari pelanggan baru memerlukan lebih banyak biaya daripada untuk mempertahankan pelanggan lama. Suatu strategi untuk mempertahankan pelanggan adalah recovery terhadap kegagalan layanan secara adil. Kepuasan pelanggan merupakan hal utama dalam kelangsungan hidup perusahaan. Kegagalan dalam menyampaikan layanan sering menyebabkan ketidakpuasan pelanggan yang berakibat buruk bagi penyedia layanan. Pemutusan hubungan oleh pelanggan dapat muncul sebagai akibat adanya keluhan pelanggan dan komunikasi dari mulut ke mulut yang buruk. Seorang pelanggan yang tidak puas akan menceritakan pengalamannya buruknya kepada banyak orang lain kemudian mengalihkan dukungannya dari penyedia layanan tersebut, yang menjadi alasan utama mengapa Service Recovery itu sangatlah penting.

Bila pelanggan LCC menerima layanan yang berkualitas tinggi, maka behavioral intention akan menguntungkan bagi perusahaan, dengan cara memperkuat hubungan pelanggan dengan organisasi. Sebaliknya, jika kualitas layanan dinilai rendah oleh pelanggan maka hubungan pelanggan tersebut penyedia layanan tersebut akan memburuk. Behavioral intention juga merupakan indikator yang menunjukkan apakah pelanggan akan bertahan atau akan meninggalkan penyedia layanan. Behavioral intention yang menguntungkan ditunjukkan oleh tindakan pelanggan

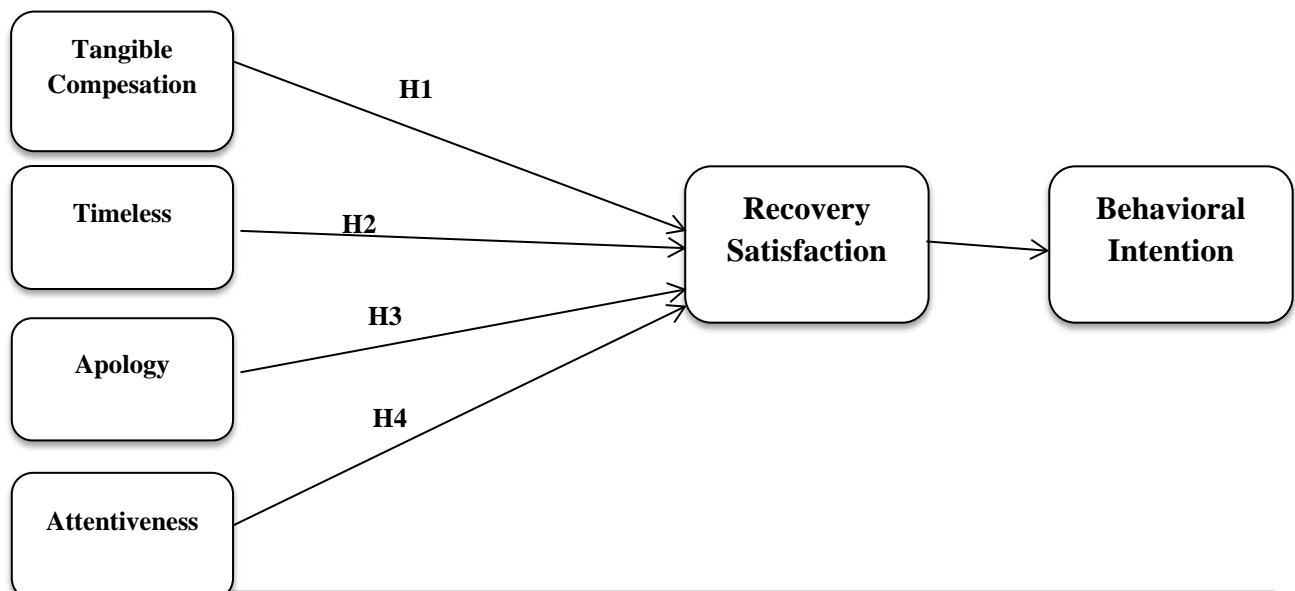
untuk mengatakan hal-hal positif dan merekomendasi layanan pada orang lain, ataupun bersedia membayar lebih mahal.

METODOLOGI

Penelitian ini adalah jenis penelitian hipotesis kausal. Sekaran (2012) mendefinisikan hipotesis kausal sebagai studi di mana peneliti ingin menyelidiki penyebab satu atau lebih masalah. Sebuah studi yang difokuskan untuk menjabarkan hubungan tertentu, atau menganalisis dua atau lebih faktor perbedaan antar kelompok atau kebebasan (independensi) dalam suatu keadaan tertentu. Penelitian ini dilakukan dengan cara meneliti pengalaman kegagalan jasa yang pernah di alami konsumen maskapai penerbangan Low Cost Carrier di Indonesia, dimana variabel yang akan dipelajari adalah kompensasi nyata (tangible compensation), ketepatan waktu atau kesigapan (timeless), permintaan maaf atau penjelasan (apology or explanation) dan perhatian (attentiveness) sebagai variabel x (independen) dan kepuasan pemulihan jasa (recovery satisfaction) sebagai variabel y (dependent).

Kuesioner dalam penelitian ini terbagi menjadi dua bagian yaitu, bagian I yang merupakan data informasi dan demografi yang berkaitan dengan responden yang diuraikan seperti jenis kelamin, usia, rata rata pengeluaran perbulan, tujuan penerbangan, frekuensi menggunakan pesawat selama setahun, pengalaman buruk atau pengalaman kegagalan jasa, nama maskapai terkait kegagalan jasa yang pernah di alami. Hasil dari jawaban responden pada bagian I ini akan dijabarkan guna melakukan pemetaan secara deskriptif. Pada bagian II merupakan pengukuran variabel penelitian Independen yang meliputi Kompensasi, Ketepatan Waktu atau Kecekatan, Permintaan Maaf atau Penjelasan dan Perhatian. Selain itu pada variabel dependen yaitu behavioral intention, disamping itu terdapat variabel intervensi yaitu recovery satisfaction.

Alat analisis yang digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian ini adalah Structual Equation Model (SEM) yang bertujuan untuk menjawab pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung dari variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis teori dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan uji t. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti bermaksud meng gambarkannya dalam sebuah bagan kerangka pemikiran sebagai bentuk alur pemikiran peneliti yaitu sebagai berikut:



H1: Terdapat pengaruh positif tangible compensation terhadap recovery satisfaction.

H2: Terdapat pengaruh positif timeless terhadap recovery satisfaction.

H3 :Permintaan maaf atau penjelasan (*apology or explanation*) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier

H4 :Perhatian (*attentiveness*) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier

H5 :Kepuasan Pemulihan Jasa (*Recovery Satisfaction*) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat berperilaku (*Behavioral Intention*) penumpang maskapai Low-Cost Carrier

HASIL DAN PEMBAHASAN

| | Hipotesis Deskripsi | Estimate | C.R. | p-value | Kesimpulan |
|----------------|---|----------|--------|---------|--------------------------|
| H ₁ | Kompensasi (<i>tangible compensation</i>) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai <i>Low-Cost Carrier</i> | 0,271 | 2,215 | 0,013 | Hipotesis Didukung |
| H ₂ | Kesigapan (<i>timeless</i>) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai <i>Low-Cost Carrier</i> | -0,535 | -0,634 | 0,263 | Hipotesis tidak Didukung |
| H ₃ | Permintaan maaf atau penjelasan (<i>apology or explanation</i>) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai <i>Low-Cost Carrier</i> | 1,142 | 1,252 | 0,155 | Hipotesis tdiak Didukung |
| H ₄ | Perhatian (<i>attentiveness</i>) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai <i>Low-Cost Carrier</i> | 0,251 | 1,657 | 0,048 | Hipotesis Didukung |
| H ₅ | Kepuasan Pemulihan Jasa (<i>Recovery Satisfaction</i>) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat berperilaku (<i>Behavioral Intention</i>) penumpang maskapai <i>Low-Cost Carrier</i> | 0,748 | 12,103 | 0,000 | Hipotesis Didukung |

Hipotesis 1 dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh positif dari Kompensasi (tangible compensation) terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier. Hasil pengolahan ditunjukkan dengan nilai koefisien estimasi sebesar 0,271 yang artinya meningkatkan Kompensasi (tangible compensation) akan meningkatkan kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier dan sebaliknya menurunnya Kompensasi (tangible compensation) akan menurunkan kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier. Nilai p-value dari t statistik sebesar $0,013 < 0,05$ maka H_0 ditolak (H_a diterima) sehingga dapat disimpulkan hipotesis yang menyatakan Kompensasi (tangible compensation) berpengaruh positif terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier terbukti.

Hipotesis 2 dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh positif dari Kesigapan (timeless) terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier. Dari hasil pengolahan diperoleh dengan nilai koefisien estimasi sebesar -0,535 yang artinya meningkatkan Kesigapan (timeless) akan menurunkan kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai dan sebaliknya menurunnya Kesigapan (timeless) akan meningkatkan kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai. Hasil temuan ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan Kesigapan (timeless) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier tidak terbukti.

Hipotesis 3 dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh positif dari Permintaan maaf atau penjelasan (apology or explanation) terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier. Dari hasil pengolahan diperoleh dengan nilai koefisien estimasi sebesar 1,142 yang artinya meningkatkan Permintaan maaf atau penjelasan (apology or explanation) akan meningkatkan kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier dan sebaliknya menurunnya Permintaan maaf atau penjelasan (apology or explanation) akan menurunkan kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier. Nilai p-value dari t statistik sebesar $0,155 > 0,05$ maka H_0 diterima sehingga dapat Permintaan maaf atau penjelasan (apology or explanation) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier terbukti.

Hipotesis 4 dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh positif dari Perhatian (attentiveness) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier. Hasil pengolahan ditunjukkan dengan nilai koefisien estimasi sebesar 0,251 yang artinya meningkatkan Perhatian (attentiveness) akan meningkatkan kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier dan sebaliknya menurunnya Perhatian (attentiveness) akan menurunkan kepuasan pemulihan layanan

penumpang maskapai Low-Cost Carrier. Nilai p-value dari t statistik sebesar $0,048 < 0,05$ maka H_0 ditolak (H_a diterima) sehingga dapat disimpulkan hipotesis yang menyatakan Perhatian (attentiveness) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier terbukti.

Hipotesis 5 dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh positif dari Kepuasan Pemulihan Jasa (Recovery Satisfaction) terhadap niat berperilaku (Behavioral Intention) penumpang maskapai Low-Cost Carrier. Dari hasil pengolahan diperoleh nilai koefisien estimasi sebesar 0,748 yang artinya meningkatkan Kepuasan Pemulihan Jasa (Recovery Satisfaction) akan meningkatkan (Behavioral Intention) penumpang maskapai Low-Cost Carrier dan sebaliknya menurunnya Kepuasan Pemulihan Jasa (Recovery Satisfaction) akan menurunkan niat berperilaku (Behavioral Intention) penumpang maskapai Low-Cost Carrier. Nilai p-value dari t statistik sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak (H_a diterima) sehingga dapat disimpulkan hipotesis yang menyatakan Kepuasan Pemulihan Jasa (Recovery Satisfaction) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berperilaku (Behavioral Intention) penumpang maskapai Low-Cost Carrier terbukti.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk menganalisis pengaruh elemen tangible compensation, timeless, apology or explanation and attentiveness berpengaruh terhadap perilaku penumpang maskapai Low-Cost Carrier atas keluhan melalui kepuasan pemulihan layanan dapat ditarik simpulan sebagai berikut: Kompensasi (tangible compensation) berpengaruh positif terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier terbukti. Kesigapan (timeless) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier tidak terbukti. Permintaan maaf atau penjelasan (apology or explanation) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier terbukti. Perhatian (attentiveness) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier terbukti. Kepuasan Pemulihan Jasa (Recovery Satisfaction) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berperilaku (Behavioral Intention) penumpang maskapai Low-Cost Carrier terbukti.

Bagi pihak perusahaan untuk bisa menangani keluhan yang dilakukan akibat kegagalan layanan yang diberikan. Setiap penanganan keluhan dilakukan dengan memberikan kompensasi berwujud sesuai dengan harapan konsumen, sigap dalam melakukan penyelesaian masalah, memberikan penjelasan dengan baik terkait dengan masalah yang terjadi dan memberikan perhatian pada penyelesaian masalah. Kegiatan-kegiatan tersebut dilakukan dengan tujuan untuk membangun kembali citra perusahaan dan usaha-usaha yang dilakukan paska keluhan akan memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk membuat konsumen menjadi puas. Dampak penanganan keluhan yang baik dalam bentuk kepuasan paska pemulihan jasa akan memberikan pengaruh terhadap niat berperilaku konsumen.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, keterbatasan dalam penelitian ini ialah menggunakan banyak maskapai penerbangan. Hal ini tentu tidak dapat digeneralisasikan secara umum kegagalan layanan maupun intensitas complain masing-masing perusahaan maskapai penerbangan. Untuk itu dalam penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan satu maskapai saja.

Dari hasil penelitian dan pembahasan serta keterbatasan yang telah dikemukakan oleh peneliti, maka saran yang dapat direkomendasikan untuk penelitian ini adalah: Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pemulihan layanan dan niat berperilaku.

Referensi :

- A Sabila. (2020). "An Analysis Of Apology Strategies In The Ellen Degeneres Show: Pragmatics Approach". Student of English Department, Putera Batam University
- Anitana Puspa. (2021). "Lion Air Raja Pasar Rute Domestik 2020, Garuda Posisi Empat". Retrieved November 28, 2021 from: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210309/98/1365644/lion-air-raja-pasar-rute-domestik-2020-garuda-posisi-empat>
- Andri, D. P. (2016). "Keluhan Berulang Penumpang Kepada Lion Air. Kompas Cyber Media". Retrieved November 28, 2021 from: <http://megapolitan.kompas.com/read/2016/02/25/10564751/Keluhan.Berulang.Penumpang.kepada.Lion.Air?page=all>
- Al Fajar, Siti dan Tri H. (2010). *Management Sumber Daya manusia Sebagai dasar Meraih Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan STIM YKPN.
- Boedijoewono. (2010). "Pengantar Statistik Ekonomi dan Bisnis", Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Catur Oktaviani. (2014). "Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan", Skripsi Diploma Thesis, UIN Walisongo
- Davidow M. (2003a). "Organizational responses to customer complaints - what works and what doesn't". *Journal of Service Research* 5 (3): 225-50.
- Ghozali Imam, 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM. SPSS 19, Edisi Kelima*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hussain, R. (2016). "The Mediating Roles Of Customer Satisfaction: Evidence From The Airlines Industry". *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 28(2), 234-255.
- Hermawan, Asep. (2013). "Metode Penelitian Bisnis", Penerbit FE Universitas Trisakti, Jakarta.
- Hendratono, T. (2018). "Pemulihan Pelayanan Pada Perusahaan Jasa". *Jurnal Studi Ekonomi Hospitour*. I (1) hal 1-10
- Hair, Jr., J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., dan Black, W.C. (2014), *Multivariate Data Analysis: With Readings*, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Irawan, Nawawi, dan Ahmad. (2016). "Manajemen Komplain Dalam Pelayanan Kesehatan di Rumah Sakit Umum Daerah Merauke societas Volume 5 No 01 Tahun 2016. <http://ejournal.unmus.ac.id/index.php/>
- Ikponmwen, E. (2011). *The Effects of Service Recovery Satisfaction on Consumers' Behavioral Intentions: An Application in North Cyprus Five-Star Hotels*, Thesis,

- Eastern Mediterranean University, Cyprus.
- Jakpat.net. (2016). "Indonesia Domestik LLC: Lion Air vs Citilink vs Air Asia". Retrieved on Februari 1st, 2022: <https://blog.jakpat.net/low-cost-carriers-citilink-vs-lion-air-vs-air-asia/>
- Jin-Ju Park and Jin-Woo Park. (2016). Investigating The Effects of Service Recovery Quality Elements Onpassengers' Behavioral Intention. *Journal of Air Transport Management*, 53 235e241
- Tjiptono, F., (2014). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, P and Amstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing*, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P and Kevin, L Keller. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Nikbin, D., Ismail, I., Marimuthu, M., & Armesh, H. (2012). "Perceived Justice In Service Recovery And Switching Intention-Evidence" from Malaysian mobile telecommunication industry. *Management Research Review*, 35(3/4), 309±325.
- Quy, V.T., dan Lan, P.T.B. (2015). The Impact of Bank Responses to Recovery Service Satisfaction. *Asian Economic and Financial Review*, Vol.5, No.9
- Ramadan, A.G.A. (2012). *Exploring Service Recovery and Justice Theory in the Libyan Airline Industry*, Thesis
- Sajadi. R.E., dan L. Bohrer. (2017). "The Impact Of Service Recovery Output/Process On Customer Satisfaction And Loyalty: The Case Of The Airline Industry". *Tourism and Hospitality Research*, 1(1), 1-8.
- Sekaran, U. (2012), *Research Methods for Business*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV Alfabeta.
- Sciarelli, M., Nagm, A.A., Dakrory, m.i., Tani, m., dan Khashan, M.A. (2017). "The Relationship between Service Recovery and Patronage Intentions: The Mediating Role of Relationship Quality". *International Business Research*, Vol. 10, No. 8.
- Tri H, Muliawan H dan Setyo P. (2019). Analisis Pengaruh Timeliness, Apology, Redress, Facilitation, Credibility Dan Attentiveness Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Sains: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, p-ISSN: 1978-2241 e-ISSN:2541-1047
- Tjahjono, H.K., Maryati, T., dan Fauziyah. (2015). Intensi Mahasiswa Yogyakarta Berwirausaha Berbasis Teknologi Informasi (TI). *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol. 17, No. 1.
- Taleb, A.M., dan Kamar, A.M.S. (2013). "The Influence of Perceived Service Failure Recovery Strategies on Customer Satisfaction and loyalty in Hotels. *Research Journal of Management Sciences*, Vol. 2, No. 11.
- Wirtz, J., and C. Lovelock. (2016). "Services Marketing: People, Technology, Strategy". London: World Scientific Publishing Co.Inc
- Wiryanta, Iman Haryanto. (2014). *Studi Kasus Perencanaan Sistem Dan Teknik Transportasi Udara di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Yu Weihua. (2015). A Discussion Of The Art Of Apology From The Perspective Of Speech Act Theory. *Studies in Literature and Language*, 11(3), 1-6. <https://doi.org/10.3968/7539>
- Zeithaml, V. A., M. J. Bitner, and D. D. Gremler. (2017). "Service Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm". New York: McGraw Hill Education.

Hasil_Pengaruh Service Recovery Quality Elements Terhadap Behavioral Intention Pada Penerbangan Low Cost Carrier

by Sri Vandayuli R.

Submission date: 22-Nov-2023 08:31AM (UTC+0700)

Submission ID: 2230745143

File name: 3596-10084-2-PB_1.pdf (360.47K)

Word count: 3007

Character count: 20521

Pengaruh *Service Recovery Quality Elements* Terhadap *Behavioral Intention* Pada Penerbangan *Low Cost Carrier*

Aristide G.S Sondakh¹, Sri Vandayuli Riorini²

^{1,2}Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Trisakti, Indonesia

Abstrak

Berdasarkan perumusan masalah yang akan diteliti, maka tujuan penelitian yang akan dilakukan adalah untuk menganalisis pengaruh *Service Recovery Quality Elements* Terhadap *Behavioral Intention* Pada Penerbangan *Low Cost Carrier*. Dalam penelitian ini perolehan data primer dilakukan dengan menggunakan penyebaran kuesioner secara online kepada konsumen maskapai penerbangan bertarif rendah (*Low Cost Carrier*) di Indonesia yang pernah mengalami kegagalan jasa dari pelayanan jasa maskapai penerbangan di Indonesia. Alasan perolehan data melalui kuesioner online dikarenakan agar dapat mencakup responden di manapun di Indonesia melalui kuesioner online. Hasil penelitian yang ada adalah: Kompensasi (*tangible compensation*) berpengaruh positif terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai *Low-Cost Carrier* terbukti. Kesigapan (*timeless*) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai *Low-Cost Carrier* tidak terbukti. Permintaan maaf atau penjelasan (*apology or explanation*) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai *Low-Cost Carrier* terbukti. Perhatian (*attentiveness*) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai *Low-Cost Carrier* terbukti. Kepuasan Pemulihan Jasa (*Recovery Satisfaction*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berperilaku (*Behavioral Intention*) penumpang maskapai *Low-Cost Carrier* terbukti.

Kata Kunci: *Kepuasan Pemulihan, Niat Berperilaku.*

Copyright (c) 2023 Sri Vandayuli Riorini

[✉] Corresponding author :

Email Address : sri.vandayuli@gmail.com

PENDAHULUAN

Transportasi merupakan sarana yang berdampak terhadap tercapainya keberhasilan pembangunan ekonomi di suatu wilayah, selain berfungsi untuk meningkatkan integrasi wilayah suatu negara. Transportasi udara telah menjadi moda transportasi penting untuk perjalanan dengan jarak menengah dan jarak jauh. Selama beberapa decade terakhir, penggunaan transportasi udara dan aktivitas perekonomian telah berkembang di seluruh dunia. Dalam Tito Tuma dan Minda Mora (2017), transportasi udara memungkinkan akses kepada pasar, orang, aset atau modal, pengetahuan dan keterampilan, kesempatan, dan sumber daya. Sebagai hasilnya, ketersediaan transportasi udara secara efektif meningkatkan cakupan geografis dan siklus aktivitas perekonomian.

Strategi yang sekarang ini banyak digunakan oleh perusahaan transportasi udara / penerbangan khususnya di Indonesia dalam meraih konsumen lebih banyak lagi yaitu dengan menerapkan sistem operasional perusahaan yang berdasarkan pada penetapan biaya atau ongkos yang murah bagi penumpang atau konsumen, akan tetapi tetap dengan mengedepankan pelayanan yang terbaik atau lebih dikenal dengan Low Cost Carrier (LCC). Menurut Wiryanta (2014) penerbangan dapat diklasifikasikan menurut pelayanan yang diberikan, yaitu full service dan low cost carrier (LCC).

Menurut Undang-Undang No.1 tahun 2009 tentang penerbangan, Full service carrier adalah pelayanan yang diberikan oleh maskapai penerbangan secara maksimum dimana pelayanan diberikan secara penuh yang mencakup pelayanan pre-flight, in-flight, dan post-flight. Adapun Low cost carrier (LCC) sering juga disebut sebagai budget airlines atau no frills flight, merupakan model penerbangan yang unik dengan strategi penurunan biaya operasional atau operating cost.

Popularitas maskapai berbiaya rendah yang terjadi di Indonesia begitu banyak diminati seluruh kalangan masyarakat. Terdapat tiga maskapai penerbangan LCC populer yang beroperasi dengan baik di Indonesia (Java Aviation Academy, 2016), yaitu: (1) Lion Air, anak perusahaan Garuda Indonesia (2) Citilink, dan maskapai penerbangan berbiaya rendah Malaysia (3) Air Asia. Maskapai penerbangan ini terkenal karena harga tiketnya yang terjangkau secara kompetitif dan sering menawarkan program promosi.

Komplain yang diterima membuat suatu perusahaan harus berupaya sebaik mungkin agar tidak kehilangan konsumen. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi rasa kekecewaan konsumen adalah dengan memberikan service recovery (Nikbin, Ismail, Marimuthu, dan Armesh, 2012). Service Recovery merupakan hal penting karena pelanggan yang menerima recovery yang buruk mungkin akan memutuskan hubungan kemudian berpindah ke penyedia jasa lainnya. Perpindahan pelanggan ini merupakan sesuatu yang sangat mahal karena untuk mencari pelanggan baru memerlukan lebih banyak biaya daripada untuk mempertahankan pelanggan lama. Suatu strategi untuk mempertahankan pelanggan adalah recovery terhadap kegagalan layanan secara adil. Kepuasan pelanggan merupakan hal utama dalam kelangsungan hidup perusahaan. Kegagalan dalam menyampaikan layanan sering menyebabkan ketidakpuasan pelanggan yang berakibat buruk bagi penyedia layanan. Pemutusan hubungan oleh pelanggan dapat muncul sebagai akibat adanya keluhan pelanggan dan komunikasi dari mulut ke mulut yang buruk. Seorang pelanggan yang tidak puas akan menceritakan pengalamannya buruknya kepada banyak orang lain kemudian mengalihkan dukungannya dari penyedia layanan tersebut, yang menjadi alasan utama mengapa Service Recovery itu sangatlah penting.

Bila pelanggan LCC menerima layanan yang berkualitas tinggi, maka behavioral intention akan menguntungkan bagi perusahaan, dengan cara memperkuat hubungan pelanggan dengan organisasi. Sebaliknya, jika kualitas layanan dinilai rendah oleh pelanggan maka hubungan pelanggan tersebut penyedia layanan tersebut akan memburuk. Behavioral intention juga merupakan indikator yang menunjukkan apakah pelanggan akan bertahan atau akan meninggalkan penyedia layanan. Behavioral intention yang menguntungkan ditunjukkan oleh tindakan pelanggan

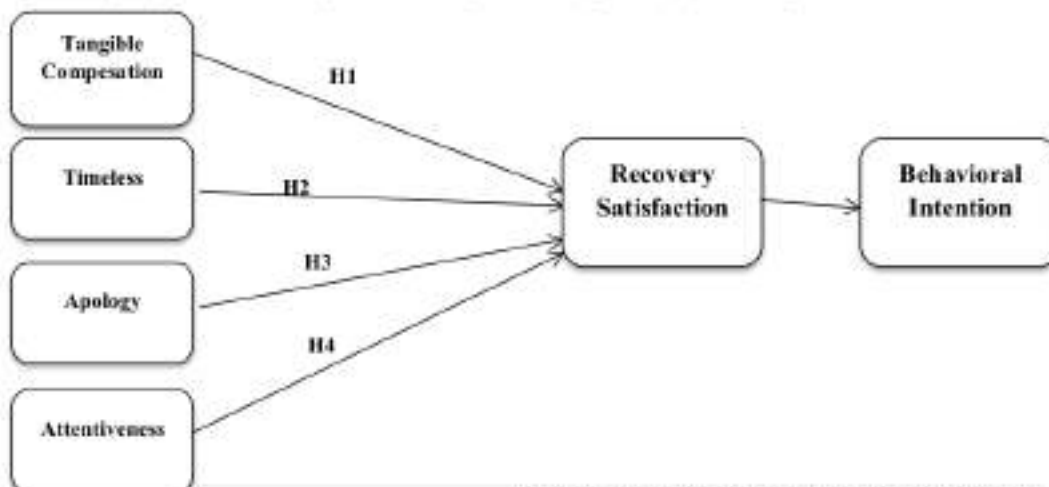
untuk mengatakan hal-hal positif dan merekomendasi layanan pada orang lain, ataupun bersedia membayar lebih mahal.

METODOLOGI

Penelitian ini adalah jenis penelitian hipotesis kausal. Sekaran (2012) mendefinisikan hipotesis kausal sebagai studi di mana peneliti ingin menyelidiki penyebab satu atau lebih masalah. Sebuah studi yang difokuskan untuk menjabarkan hubungan tertentu, atau menganalisis dua atau lebih faktor perbedaan antar kelompok atau kebebasan (independensi) dalam suatu keadaan tertentu. Penelitian ini dilakukan dengan cara meneliti pengalaman kegagalan jasa yang pernah di alami konsumen maskapai penerbangan Low Cost Carrier di Indonesia, dimana variabel yang akan dipelajari adalah kompensasi nyata (tangible compensation), ketepatan waktu atau kesigapan (timeless), permintaan maaf atau penjelasan (apology or explanation) dan perhatian (attentiveness) sebagai variabel x (independen) dan kepuasan pemulihan jasa (recovery satisfaction) sebagai variabel y (dependent).

Kuesioner dalam penelitian ini terbagi menjadi dua bagian yaitu, bagian I yang merupakan data informasi dan demografi yang berkaitan dengan responden yang diuraikan seperti jenis kelamin, usia, rata rata pengeluaran perbulan, tujuan penerbangan, frekuensi menggunakan pesawat selama setahun, pengalaman buruk atau pengalaman kegagalan jasa, nama maskapai terkait kegagalan jasa yang pernah di alami. Hasil dari jawaban responden pada bagian I ini akan dijabarkan guna melakukan pemetaan secara deskriptif. Pada bagian II merupakan pengukuran variabel penelitian Independen yang meliputi Kompensasi, Ketepatan Waktu atau Kecekatan, Permintaan Maaf atau Penjelasan dan Perhatian. Selain itu pada variabel dependen yaitu behavioral intention, disamping itu terdapat variabel intervensi yaitu recovery satisfaction.

Alat analisis yang digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian ini adalah Structural Equation Model (SEM) yang bertujuan untuk menjawab pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung dari variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis teori dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan uji t. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti bermaksud meng gambarkannya dalam sebuah bagan kerangka pemikiran sebagai bentuk alur pemikiran peneliti yaitu sebagai berikut:



- H1: Terdapat pengaruh positif tangible compensation terhadap recovery satisfaction.
 H2: Terdapat pengaruh positif timeless terhadap recovery satisfaction.
 H3: Permintaan maaf atau penjelasan (*apology or explanation*) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier
 H4: Perhatian (*attentiveness*) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier
 H5: Kepuasan Pemulihan Jasa (*Recovery Satisfaction*) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat berperilaku (*Behavioral Intention*) penumpang maskapai Low-Cost Carrier

HASIL DAN PEMBAHASAN

| | Hipotesis Deskripsi | Estimate | C.R. | p-value | Kesimpulan |
|----------------|---|----------|--------|---------|--------------------------|
| H ₁ | Kompensasi (<i>tangible compensation</i>) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai <i>Low-Cost Carrier</i> | 0,271 | 2,215 | 0,013 | Hipotesis Didukung |
| H ₂ | Kesigapan (<i>timeless</i>) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai <i>Low-Cost Carrier</i> | -0,535 | -0,634 | 0,263 | Hipotesis tidak Didukung |
| H ₃ | Permintaan maaf atau penjelasan (<i>apology or explanation</i>) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai <i>Low-Cost Carrier</i> | 1,142 | 1,252 | 0,155 | Hipotesis tidak Didukung |
| H ₄ | Perhatian (<i>attentiveness</i>) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai <i>Low-Cost Carrier</i> | 0,251 | 1,657 | 0,048 | Hipotesis Didukung |
| H ₅ | Kepuasan Pemulihan Jasa (<i>Recovery Satisfaction</i>) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat berperilaku (<i>Behavioral Intention</i>) penumpang maskapai <i>Low-Cost Carrier</i> | 0,748 | 12,103 | 0,000 | Hipotesis Didukung |

Hipotesis 1 dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh positif dari Kompensasi (tangible compensation) terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier. Hasil pengolahan ditunjukkan dengan nilai koefisien estimasi sebesar 0,271 yang artinya meningkatkan Kompensasi (tangible compensation) akan meningkatkan kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier dan sebaliknya menurunnya Kompensasi (tangible compensation) akan menurunkan kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier. Nilai p-value dari t statistik sebesar $0,013 < 0,05$ maka H_0 ditolak (H_a diterima) sehingga dapat disimpulkan hipotesis yang menyatakan Kompensasi (tangible compensation) berpengaruh positif terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier terbukti.

Hipotesis 2 dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh positif dari Kesigapan (timeless) terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier. Dari hasil pengolahan diperoleh dengan nilai koefisien estimasi sebesar -0,535 yang artinya meningkatkan Kesigapan (timeless) akan menurunkan kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai dan sebaliknya menurunnya Kesigapan (timeless) akan meningkatkan kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai. Hasil temuan ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan Kesigapan (timeless) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier tidak terbukti.

Hipotesis 3 dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh positif dari Permintaan maaf atau penjelasan (apology or explanation) terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier. Dari hasil pengolahan diperoleh dengan nilai koefisien estimasi sebesar 1,142 yang artinya meningkatkan Permintaan maaf atau penjelasan (apology or explanation) akan meningkatkan kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier dan sebaliknya menurunnya Permintaan maaf atau penjelasan (apology or explanation) akan menurunkan kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier. Nilai p-value dari t statistik sebesar $0,155 > 0,05$ maka H_0 diterima sehingga dapat Permintaan maaf atau penjelasan (apology or explanation) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier terbukti.

Hipotesis 4 dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh positif dari Perhatian (attentiveness) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier. Hasil pengolahan ditunjukkan dengan nilai koefisien estimasi sebesar 0,251 yang artinya meningkatkan Perhatian (attentiveness) akan meningkatkan kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier dan sebaliknya menurunnya Perhatian (attentiveness) akan menurunkan kepuasan pemulihan layanan

penumpang maskapai Low-Cost Carrier. Nilai p-value dari t statistik sebesar $0,048 < 0,05$ maka H_0 ditolak (H_a diterima) sehingga dapat disimpulkan hipotesis yang menyatakan Perhatian (attentiveness) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier terbukti.

Hipotesis 5 dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh positif dari Kepuasan Pemulihan Jasa (Recovery Satisfaction) terhadap niat berperilaku (Behavioral Intention) penumpang maskapai Low-Cost Carrier. Dari hasil pengolahan diperoleh nilai koefisien estimasi sebesar 0,748 yang artinya meningkatkan Kepuasan Pemulihan Jasa (Recovery Satisfaction) akan meningkatkan (Behavioral Intention) penumpang maskapai Low-Cost Carrier dan sebaliknya menurunnya Kepuasan Pemulihan Jasa (Recovery Satisfaction) akan menurunkan niat berperilaku (Behavioral Intention) penumpang maskapai Low-Cost Carrier. Nilai p-value dari t statistik sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak (H_a diterima) sehingga dapat disimpulkan hipotesis yang menyatakan Kepuasan Pemulihan Jasa (Recovery Satisfaction) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berperilaku (Behavioral Intention) penumpang maskapai Low-Cost Carrier terbukti.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk menganalisis pengaruh elemen tangible compensation, timeless, apology or explanation and attentiveness berpengaruh terhadap perilaku penumpang maskapai Low-Cost Carrier atas keluhan melalui kepuasan pemulihan layanan dapat ditarik simpulan sebagai berikut: Kompensasi (tangible compensation) berpengaruh positif terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier terbukti. Kesigapan (timeless) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier tidak terbukti. Permintaan maaf atau penjelasan (apology or explanation) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier terbukti. Perhatian (attentiveness) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pemulihan layanan penumpang maskapai Low-Cost Carrier terbukti. Kepuasan Pemulihan Jasa (Recovery Satisfaction) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berperilaku (Behavioral Intention) penumpang maskapai Low-Cost Carrier terbukti.

Bagi pihak perusahaan untuk bisa menangani keluhan yang dilakukan akibat kegagalan layanan yang diberikan. Setiap penanganan keluhan dilakukan dengan memberikan kompensasi berwujud sesuai dengan harapan konsumen, sigap dalam melakukan penyelesaian masalah, memberikan penjelasan dengan baik terkait dengan masalah yang terjadi dan memberikan perhatian pada penyelesaian masalah. Kegiatan-kegiatan tersebut dilakukan dengan tujuan untuk membangun kembali citra perusahaan dan usaha-usaha yang dilakukan pasca keluhan akan memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk membuat konsumen menjadi puas. Dampak penanganan keluhan yang baik dalam bentuk kepuasan pasca pemulihan jasa akan memberikan pengaruh terhadap niat berperilaku konsumen.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, keterbatasan dalam penelitian ini ialah menggunakan banyak maskapai penerbangan. Hal ini tentu tidak dapat digeneralisasikan secara umum kegagalan layanan maupun intensitas complain masing-masing perusahaan maskapai penerbangan. Untuk itu dalam penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan satu maskapai saja.

Dari hasil penelitian dan pembahasan serta keterbatasan yang telah dikemukakan oleh peneliti, maka saran yang dapat direkomendasikan untuk penelitian ini adalah: Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pemulihan layanan dan niat berperilaku.

Referensi:

- A Sabila. (2020). "An Analysis Of Apology Strategies In The Ellen Degeneres Show: Pragmatics Approach". Student of English Department, Putera Batam University
- Anitana Puspa. (2021). "Lion Air Raja Pasar Rute Domestik 2020, Garuda Posisi Empat". Retrieved November 28, 2021 from: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210309/98/1365644/lion-air-raja-pasar-rute-domestik-2020-garuda-posisi-empat>
- Andri, D. P. (2016). "Keluhan Berulang Penumpang Kepada Lion Air. Kompas Cyber Media". Retrieved November 28, 2021 from: <http://megapolitan.kompas.com/read/2016/02/25/10564751/Keluhan.Berulang.Penumpang.kepada.Lion.Air?page=all>
- Al Fajar, Siti dan Tri H. (2010). *Management Sumber Daya manusia Sebagai dasar Meraih Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan STIM YKPN.
- Boediwojono. (2010). "Pengantar Statistik Ekonomi dan Bisnis", Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Catur Oktaviani. (2014). "Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan", Skripsi Diploma Thesis, UIN Walisongo
- Davidow M. (2003a). "Organizational responses to customer complaints - what works and what doesn't". *Journal of Service Research* 5 (3): 225-50.
- Ghozali Imam, 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM. SPSS 19*, Edisi Kelima, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hussain, R. (2016). "The Mediating Roles Of Customer Satisfaction: Evidence From The Airlines Industry". *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 28(2), 234-255.
- Hermawan, Asep. (2013). "Metode Penelitian Bisnis", Penerbit FE Universitas Trisakti, Jakarta.
- Hendratono, T. (2018). "Pemulihan Pelayanan Pada Perusahaan Jasa". *Jurnal Studi Ekonomi Hospitour*. 1 (1) hal 1-10
- Hair, Jr., J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., dan Black, W.C. (2014). *Multivariate Data Analysis: With Readings*, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Irawan, Nawawi, dan Ahmad. (2016). "Manajemen Komplain Dalam Pelayanan Kesehatan di Rumah Sakit Umum Daerah Merauke societias Volume 5 No 01 Tahun 2016. <http://ejournal.unmus.ac.id/index.php/>
- Ikponmwon, E. (2011). *The Effects of Service Recovery Satisfaction on Consumers' Behavioral Intentions: An Application in North Cyprus Five-Star Hotels*, Thesis,

- Eastern Mediterranean University, Cyprus.
- Jakpat.net. (2016). "Indonesia Domestik **LLC**: Lion Air vs Citilink vs Air Asia". Retrieved on Februari 1st, 2022: <https://blog.jakpat.net/low-cost-carriers-citilink-vs-lion-air-vs-air-asia/>
- Jin-Ju Park and Jin-Woo Park. (2016). Investigating The Effects of Service Recovery Quality Elements Onpassengers' Behavioral Intention. *Journal of Air Transport Management*, 53 235e241
- Tjiptono, F., (2014). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, P and Armstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing*, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P and Kevin, L Keller. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Nikbin, D., Ismail, I, Marimuthu, M., & Armesh, H. (2012). "Perceived Justice In Service Recovery And Switching Intention-Evidence" from Malaysian mobile telecommunication industry. *Management Research Review*, 35(3/4), 309e325.
- Quy, V.T., dan Lan, P.T.B. (2015). The Impact of Bank Responses to Recovery Service Satisfaction. *Asian Economic and Financial Review*, Vol.5, No.9
- Ramadan, A.G.A. (2012). *Exploring Service Recovery and Justice Theory in the Libyan Airline Industry*, Thesis
- Sajadi R.E., dan L. Bohrer. (2017). "The Impact Of Service Recovery Output/Process On Customer Satisfaction And Loyalty: The Case Of The Airline Industry". *Tourism and Hospitality Research*, 1(1), 1-8.
- Sekaran, U. (2012). *Research Methods for Business*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV Alfabeta.
- Sciarelli, M., Nagm, A.A., Dakrory, m.i, Tani, m., dan Khashan, M.A. (2017). "The Relationship between Service Recovery and Patronage Intentions: The Mediating Role of Relationship Quality". *International Business Research*, Vol. 10, No. 8.
- Tri H, Muliawan H dan Setyo P. (2019). Analisis Pengaruh Timeliness, Apology, Redress, Facilitation, Credibility Dan Attentiveness Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Sains: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, p-ISSN: 1978-2241 e-ISSN:2541-1047
- Tjahjono, H.K., Maryati, T., dan Fauziyah. (2015). Intensi Mahasiswa Yogyakarta Berwirausaha Berbasis Teknologi Informasi (TI). *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol. 17, No. 1.
- Taleb, A.M., dan Kamar, A.M.S. (2013). "The Influence of Perceived Service Failure Recovery Strategies on Customer Satisfaction and loyalty in Hotels. *Research Journal of Management Sciences*, Vol. 2, No. 11.
- Wirtz, J., and C. Lovelock. (2016). *"Services Marketing: People, Technology, Strategy"*. London: World Scientific Publishing Co.Inc
- Wiryanta, Iman Haryanto. (2014). *Studi Kasus Perencanaan Sistem Dan Teknik Transportasi Udara di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Yu Weihua. (2015). A Discussion Of The Art Of Apology From The Perspective Of Speech Act Theory. *Studies in Literature and Language*, 11(3), 1-6. <https://doi.org/10.3968/7539>
- Zeithaml, V. A., M. J. Bitner, and D. D. Gremler. (2017). *"Service Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm"*. New York: McGraw Hill Education.

Hasil_Pengaruh Service Recovery Quality Elements Terhadap Behavioral Intention Pada Penerbangan Low Cost Carrier

ORIGINALITY REPORT

25%

SIMILARITY INDEX

21%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

13%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

| | | |
|---|---|----|
| 1 | Submitted to University Der Es Salaam Student Paper | 1% |
| 2 | eprints.unisbank.ac.id Internet Source | 1% |
| 3 | Submitted to STIE Ekuitas Student Paper | 1% |
| 4 | Submitted to University of Northampton Student Paper | 1% |
| 5 | bevanmania.blogspot.com Internet Source | 1% |
| 6 | e-journal.trisakti.ac.id Internet Source | 1% |
| 7 | gupea.ub.gu.se Internet Source | 1% |
| 8 | myassignmenthelp.com Internet Source | 1% |
| 9 | www.ebc.nthu.edu.tw Internet Source | 1% |

| | | |
|----|--|-----|
| 10 | www.komazawa-u.ac.jp Internet Source | 1 % |
| 11 | Submitted to University of Leeds Student Paper | 1 % |
| 12 | ekonomi.bisnis.com Internet Source | 1 % |
| 13 | Submitted to Düzce Üniversitesi Student Paper | 1 % |
| 14 | Submitted to University of Durham Student Paper | 1 % |
| 15 | journal.uii.ac.id Internet Source | 1 % |
| 16 | repository.unisba.ac.id Internet Source | 1 % |
| 17 | Robert Jao. "PENGARUH KEPEMILIKAN TERKONSENTRASI DAN ASING TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN", JAZ:Jurnal Akuntansi Unihaz, 2021 Publication | 1 % |
| 18 | Submitted to University of Monastir Student Paper | 1 % |
| 19 | repository.umnaw.ac.id Internet Source | 1 % |
| 20 | Submitted to University of West London Student Paper | 1 % |

| | | |
|----|---|------|
| 21 | ejournal.unida.gontor.ac.id Internet Source | 1 % |
| 22 | journal.budiluhur.ac.id Internet Source | 1 % |
| 23 | repository.uniba.ac.id Internet Source | 1 % |
| 24 | Submitted to Sim University Student Paper | <1 % |
| 25 | ejournal.unmus.ac.id Internet Source | <1 % |
| 26 | ekaarum500.blogspot.com Internet Source | <1 % |
| 27 | repositorybaru.stieykpn.ac.id Internet Source | <1 % |
| 28 | www.enrichment.iocspublisher.org Internet Source | <1 % |
| 29 | Submitted to The Sultan's School Student Paper | <1 % |
| 30 | ejournal.bsi.ac.id Internet Source | <1 % |
| 31 | jurnal.polibatam.ac.id Internet Source | <1 % |
| 32 | repository.upbatam.ac.id Internet Source | <1 % |

| | | |
|----|---|------|
| 33 | Anita Rahmawaty. "PENGARUH SERVICE PERFORMANCE, KEPUASAN, TRUST DAN KOMITMEN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI BANK SYARIAH MANDIRI KUDUS", INFERENSI, 2016 Publication | <1 % |
| 34 | jea.ppj.unp.ac.id Internet Source | <1 % |
| 35 | jurnal.unismuhpalu.ac.id Internet Source | <1 % |
| 36 | osuva.uwasa.fi Internet Source | <1 % |
| 37 | repository.um.ac.id Internet Source | <1 % |
| 38 | Santi Puspitasari. "Sampul Depan 31 2 2013", Jurnal Penelitian Karet, 2013 Publication | <1 % |
| 39 | eprints.undip.ac.id Internet Source | <1 % |
| 40 | digilib.uinsgd.ac.id Internet Source | <1 % |
| 41 | moam.info Internet Source | <1 % |
| 42 | Amalia Tiara Balqish. "Pengaruh CR dan DER terhadap ROE pada Perusahaan Perdagangan | <1 % |

Eceran di BEI Periode 2015-2018", Owner (Riset dan Jurnal Akuntansi), 2020

Publication

| | | |
|----|--|------|
| 43 | fhukum.unpatti.ac.id Internet Source | <1 % |
| 44 | journal.stiejayakarta.ac.id Internet Source | <1 % |
| 45 | www.amphuri.org Internet Source | <1 % |
| 46 | zebradoc.tips Internet Source | <1 % |
| 47 | Sahroni Sahroni, Dien Anshari, Tri Krianto. "Determinan Sosial Terhadap Tingkat Literasi Kesehatan Pada Pasien Hipertensi di Puskesmas Kota Cilegon", Faletahan Health Journal, 2019 Publication | <1 % |
| 48 | issuu.com Internet Source | <1 % |
| 49 | jurnal.stikes-aisyiyah-palembang.ac.id Internet Source | <1 % |
| 50 | kc.umn.ac.id Internet Source | <1 % |
| 51 | kumpulankaryasiswa.wordpress.com Internet Source | <1 % |

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

Hasil_Pengaruh Service Recovery Quality Elements Terhadap Behavioral Intention Pada Penerbangan Low Cost Carrier

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

GENERAL COMMENTS

/0

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8