

## FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN *COMPLAINT HANDLING* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN

M. Roby Jatmiko

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Totalwin Semarang

### ABSTRACT

*Academics as well as managers have long been interested in the role of satisfaction with complaint handling (SATCOM) in shaping customers' attitudes and repurchasing decisions. This interest has generated a widespread belief that SATCOM is driven by the perception that the complaint handling process is just. To test how SATCOM is modulated by distributive, interactional, or procedural justice, we performed a meta-analysis of 60 independent studies of the antecedents and consequences of SATCOM. Results indicate that SATCOM is affected most by distributive justice, then by interactional justice, and only weakly by procedural justice. We also find that SATCOM mediates the effects of justice dimensions on word-of-mouth. However, contrary to common belief, SATCOM does not mediate the effects of justice dimensions on overall satisfaction and return intent. We draw on our results to suggest several avenues for further research.*

**Keywords:** *Satisfaction with complaint handling, Meta-analysis, Service recovery, Service failure, Justice theory*

### PENDAHULUAN

Dalam dua dekade terakhir kepuasan pelanggan telah menjadi bidang yang menarik. Sebab sekarang ini organisasi bisnis dituntut untuk terus meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini mengingat kepuasan pelanggan sering terbukti secara signifikan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumen. Kepuasan konsumen sering mengakibatkan hal-hal seperti: pembelian kembali, peningkatan penjualan, penurunan sensitivitas harga, penurunan biaya, dan peningkatan *words-of-mouth* positif (Neira et al 2010).

Namun dalam perjalanannya organisasi bisnis tidak dapat menghindari kegagalan, terutama dalam organisasi jasa. Dalam jasa

keterlibatan manusia sangat tinggi dan antara produksi dan konsumsi terjadi secara bersamaan.

Mengalami kegagalan layanan adalah peristiwa yang sangat mungkin untuk pelanggan layanan. Meskipun menghilangkan kegagalan layanan sangat sulit, layanan pemasar dapat menawarkan pelanggan kesempatan untuk mengeluh. Proses pemulihan yang efektif maka dapat memperbaiki kegagalan layanan dan, akibatnya, mengubah pelanggan yang tidak puas menjadi yang puas, meningkatkan hubungan dengan pelanggan dan pra-ventilasi pembelotan (Fornell dan Wernerfelt 1987).

Meskipun sudah banyak yang dilakukan untuk memuaskan

nasabahnya Bank Mandiri Cabang Pahlawan Semarang dalam beberapa bulan terakhir menerima komplain dengan frekuensi yang cenderung meningkat. Tingginya jumlah rata-rata komplain yang diterima Bank Mandiri Cabang Semarang dalam sebulan yaitu 15 komplain, sedangkan toleransi komplain yang diberikan adalah sebanyak 10 kritik dalam sebulan, dengan asumsi 2-3 komplain yang diterima dalam seminggu. Gambar 1 berikut menunjukkan jumlah komplain terhadap Bank Mandiri Cabang Pahlawan Semarang dalam Bulan Maret 2013 hingga Januari 2014.

Tingkat komplain yang diterima oleh Bank Mandiri Cabang Pahlawan Semarang masih relatif tinggi mengingat angka komplain yang dapat ditolerir oleh pihak manajemen Bank Mandiri adalah 10 kritik per bulan. Namun jika melihat data diatas bukan hanya jumlah komplain yang diatas batas yang ditetapkan melainkan dalam beberapa bulan terakhir juga kecenderungan mengalami peningkatan. Meningkatnya komplain yang ditujukan pada Bank Mandiri Cabang Pahlawan Semarang ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah Bank Mandiri Cabang Pahlawan Semarang mengalami penurunan.

Berdasar uraian diatas maka penelitian ini hendak meneliti pengaruh kualiatas produk perbankan, kualitas layanan terutama mengenai interaksi karyawan dengan nasabah serta image bank yang bersangkutan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian dilakukan pada Bank Mandiri Cabang Pahlawan Semarang.

## TINJAUAN PUSTAKA

### **Kepuasan Keluhan Pelanggan**

SATCOM adalah evaluasi pelanggan dari seberapa baik perusahaan jasa telah menangani masalah. Literatur kaya sinonim untuk konsep ini: kepuasan layanan pemulihan (Boshoff 1997), kepuasan dengan layanan pemulihan (Maxham dan Netemeyer 2002), kepuasan keluhan keseluruhan (Stauss 2002), dan kepuasan dengan obat yang (Harris et al 2006) mencontohkan lintang istilah yang digunakan dalam literatur. Meskipun perbedaan-perbedaan linguistik, kerangka umum di belakang definisi ini adalah paradigma konfirmasi/diskonfirmasi dari kepuasan sastra (Oliver 1980). Customers membandingkan persepsi mereka terhadap kinerja sebenarnya dari penanganan keluhan prosedur dengan harapan mereka terhadap kinerja itu.

### **Antecedent Kepuasan Penanganan Keluhan Pelanggan**

Disisi anteseden, penelitian tentang penanganan pengaduantelah difokuskan terutama pada model efek dari dimensi keadilan yang dirasakan terhadap penanganan keluhan. Konsep keadilan ini berdasakan pada teori dalam psikologi sosial. Pendekatan ini telah terbukti bermanfaat untuk menjelaskan evaluasi individu terhadap pertukaran serta reaksi individu terhadap situasi konflik. Dalam pemasaran, kerangka keadilan telah digunakan untuk menjelaskan persepsi keadilan pelanggan terhadap layanan (Clemmer dan Schneider, 1996) dan reaksi pelanggan terhadap kegagalan/pemulihan layanan.

Penelitian ini mengidentifikasi tiga dimensi keadilan yang dirasakan: distributif, prosedural, dan interaksional.

### ***Keadilan distributif***

Keadilan distributif terjadi ketika seorang individu yang terlibat dalam hubungan pertukaran merasa bahwa harapan mengenai keuntungan sebanding dengan investasinya (Homans 1961).

Dalam konteks penanganan keluhan, keadilan distributif terjadi ketika konsumen merasakan kewajaran atas ganti rugi yang ditawarkan kepadanya untuk menyelesaikan pengaduan (Blodgett et al. 1997).

Ganti rugi yang termasuk disini dapat berupa: pengembalian uang, perbaikan, diskon pembelian di masa depan, atau beberapa kombinasi dari ini (Blodgett et al. 1997). Penelitian terdahulu menunjukkan hubungan yang positif antara keadilan distributif dengan penanganan atas keluhan, dimana pengadu yang menganggap ganti rugi yang ditawarkan oleh perusahaan jasa sudah dianggap adil dan memuaskan puas melalui proses penanganan keluhan yang sudah dilakukan oleh perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1: *keadilan distributif yang dirasakan nasabah berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah*

### ***Keadilan prosedural***

Keadilan prosedural dapat didefinisikan sebagai keadilan yang dirasakan dari sarana (yaitu, kebijakan, prosedur, dan kriteria) yang digunakan oleh pengambil keputusan dalam mengatasi konflik

dengan pelanggan sengketa (Lind dan Tyler 1988).

Dalam penelitian mengenai penanganan keluhan pelanggan, keadilan prosedural termasuk di dalamnya unsur-unsur seperti aksesibilitas (yaitu, kemudahan terlibat dalam proses pengaduan), waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan proses, fleksibilitas prosedur untuk memenuhi kebutuhan individu (Smith et al. 1999), dan orientasi kejelasan, mudah dibaca, dan pelanggan dari prosedur (Severt 2002).

Secara umum, penelitian terdahulu menunjukkan bahwa keadilan prosedural yang dirasakan pelanggan dalam kaitannya dengan penanganan keluhan pelanggan berkorelasi positif dengan kepuasan pelanggan, meskipun besarnya dan pentingnya efek bervariasi di seluruh studi.

Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H2: *keadilan prosedural yang dirasakan nasabah berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah*

### ***Keadilan interaksional***

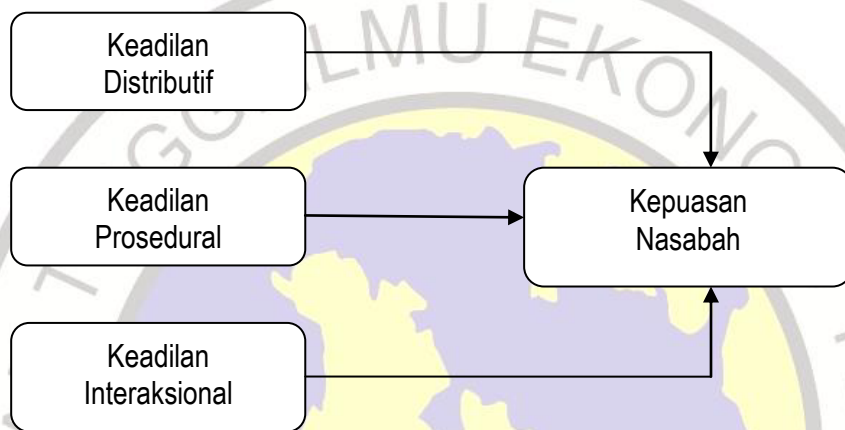
Keadilan interaksional adalah kualitas perlakuan antar pribadi terhadap orang-orang yang diterima terima saat prosedur penanganan keluhan diterapkan (Colquitt et al. 2001). Dimensi ini menjelaskan mengapa beberapa orang mungkin merasa diperlakukan tidak adil meskipun mereka mendapatkan ganti rugi dan prosedur yang adil. Dalam konteks pengaduan konsumen, empati, kesopanan, usaha, dan kejujuran dari karyawan telah diakui memiliki hubungan dengan keadilan interaksional. Tidak mengherankan, pelanggan

mengalami perlakuan interpersonal yang adil mengalami atau mengekspresikan kepuasan dari cara penanganan terhadap pengaduannya. Studi terdahulu mendukung hubungan positif antara keadilan keadilan interaksional dengan penanganan keluhan

pelanggan. oleh karena itu hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah.

H3: *keadilan interaksional berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah*

Gambar 1  
Kerangka Pemikiran



## METODE PENELITIAN

### Variabel Penelitian

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Mandiri Cabang Pahlawan Semarang.

Sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah berjumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *Accidental Sampling*. Sedangkan *Accidental Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti bisa dijadikan sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono,2005).

Data dari 4 variabel penelitian diperoleh dengan menggunakan angket penelitian. Semua pernyataan

disediakan dalam kuesioner tertutup dengan menggunakan skala likert 10. Data yang diperoleh selanjutnya dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas dengan Program SPSS.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Uji Reliabilitas dan Validitas

Berdasar pada hasil uji reliabilitas, menunjukkan bahwa semua variabel memiliki *Cronbach Alpha* lebih besar dari Standar *Alpha* yaitu sebesar 0,600 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel. Dan juga semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan tingkat signifikansi  $<$  0,05, sehingga

semua indikator yang digunakan tersebut adalah valid.

### Uji Asumsi Klasik

Grafik normal plot pada penelitian ini menyebar merata di sekitar garis diagonal. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa model regresi sesuai dengan asumsi normalitas dimana *standardized residual* yang berdistribusi normal adalah garis yang memiliki pola yang dekat dengan garis diagonal. Semua variabel yang digunakan mempunyai nilai Tolerance yang

tidak kurang dari 0,1 dan nilai VIF tidak lebih dari 10. Hasil ini berarti bahwa variabel-variabel penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas dalam model regresi. Grafik *Scatterplot* dapat dilihat bahwa titik – titik membentuk pola yang tidak teratur (tidak jelas) dan menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu y. Hal ini dapat menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 1  
Hasil Pengujian Regresi Berganda

Variabel	<i>Standardized Coefficients Beta</i>	t	Sig.
Keadilan distributif	,303	3,518	,001
Keadilan prosedural	,386	4,670	,000
Keadilan interaksional	,196	2,380	,019

Berdasarkan hasil pengolahan data, ditulis persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,303X_1 + 0,386X_2 + 0,195X_3$$

Dapat diketahui bahwa koefisien regresi keadilan distributif adalah sebesar 0,303 dengan tingkat signifikan 0,001. Tanda koefisien yang positif (+) sebesar 0,303 menunjukkan bahwa pengaruh keadilan distributif terhadap kepuasan nasabah adalah positif atau berbanding lurus, artinya semakin tinggi persepsi nasabah mengenai keadilan distributif, maka kepuasan yang mereka rasakan pun akan semakin tinggi. Koefisien regresi variabel keadilan prosedural adalah sebesar 0,386 dengan tingkat signifikan 0,000. Tanda koefisien yang positif (+) sebesar 0,386 menunjukkan bahwa pengaruh keadilan prosedural terhadap kepuasan nasabah adalah positif atau berbanding lurus, artinya semakin

tinggi keadilan prosedural, maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi pula. Adapun koefisien regresi variabel keadilan interaksional adalah sebesar 0,196 dengan tingkat signifikan 0,019. Tanda koefisien yang positif (+) sebesar 0,196 menunjukkan bahwa pengaruh keadilan interaksional terhadap kepuasan nasabah adalah positif atau berbanding lurus, artinya semakin tinggi tingkat keadilan interaksional, maka kepuasan nasabah semakin tinggi pula.

### Uji F

Hasil perhitungan statistik diperoleh nilai F sebesar 25,501 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hal ini berarti bahwa secara bersama-sama keadilan distributif,

keadilan prosedural, dan keadilan interaksional dapat menjelaskan secara signifikan terhadap kepuasan nasabah

#### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi (*adjusted R<sup>2</sup>*) yang diperoleh sebesar 0,426. Hal ini berarti 42,6 persen kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel keadilan distributif, keadilan prosedural, dan keadilan interaksional. Sedangkan sisanya sebesar 57,4 persen (100%-42,6%) kepuasan nasabah dijelaskan oleh variabel lain selain ketiga variabel tersebut.

#### Uji t

Berdasarkan hasil pengujian untuk variabel keadilan distributive diperoleh nilai t hitung = 3,518 dengan tingkat signifikansi 0,001. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, maka diperoleh nilai t tabel adalah sebesar 1,661. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa keadilan distributive berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah atau Hipotesis 1 terbukti.

Berdasarkan hasil pengujian untuk variabel keadilan prosedural diperoleh nilai t hitung = 4,670 dengan tingkat signifikansi 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa keadilan procedural berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah atau Hipotesis 2 terbukti.

Berdasarkan hasil pengujian untuk variabel keadilan interaksional diperoleh nilai t hitung = 2,380 dengan tingkat signifikansi 0,019. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan keadilan interaksional

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah diterima atau Hipotesis 3 terbukti.

#### SIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan variabel keadilan prosedural ( $X_2$ ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah ( $Y$ ) dengan nilai regresi 0,386 dan nilai t hitung = 4,670 dengan tingkat signifikansi 0,000. Variabel keadilan distributif merupakan variabel dengan pengaruh paling besar kedua setelah keadilan prosedural. Hal ini terlihat pada hasil analisis regresi linear berganda sebesar 0,303. Variabel daya tarik ( $X_1$ ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah ( $Y$ ) dengan nilai regresi 0,303 nilai t hitung = 3,518 dengan tingkat signifikansi 0,001. Sedangkan variabel keahlian merupakan variabel dengan pengaruh paling besar ketiga. Hal ini terlihat pada hasil analisis regresi linear berganda sebesar 0,196. Variabel Keahlian ( $X_3$ ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah ( $Y$ ) dengan nilai regresi 0,196 dan nilai t hitung = 2,380 dengan tingkat signifikansi 0,019.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Blodgett, J. G., Hill, D. J., & Tax, S. S. (1997). The effect of distributive, procedural and interactional justice on postcomplaint behavior. *Journal of Retailing*, 73(2), 185–210
- Boshoff, C. (1997). An experimental study of service recovery options. *International Journal of Service Industry Management*, 8(2), 110–30

- Colquitt, J. A., Conlon, D. E., Wesson, M. J., Porter, C. O. L. H., & Ng, Y. K. (2001). Justice at the millennium: a meta-analytic review of 25 years of organizational justice research. *Journal of Applied Psychology*, 86(3), 425–445
- Clemmer, E. C., & Schneider, B. (1996). Fair service. In T. A. Swartz, D. E. Bowen, & S. W. Brown (Eds.), *Advances in services marketing and management*. Greenwich, CT: JAI Press, (2)13–229
- Fornell, C., & Wernerfelt, B. (1987). Defensive marketing strategy by customer complaint management: a theoretical analysis. *Journal of Marketing Research*, 24(4), 337–346
- Harris, K. E., Grewal, D., Mohr, L. A., & Bernhardt, K. L. (2006). Consumer responses to service recovery strategies: the moderating role of online versus offline environment. *Journal of Business Research*, 59(4), 425–431
- Homans, G. C. (1961). *Social behavior: Its elementary forms*. New York: Harcourt, Brace & World
- Maxham, J. G., III, & Netemeyer, R. G. (2002). Modelling customers' perceptions of complaint handling over time: the effects of perceived justice on satisfaction and intent. *Journal of Retailing*, 78(4), 239–252
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 24(11), 460–469
- Lind, A. E., & Tyler, T. R. (1988). *The social psychology of procedural justice*. New York: Plenum
- Severt, D. E. (2002). *The customer's path to loyalty: A partial test of the relationships of prior experience, justice, and customer satisfaction*. Ph.D. dissertation. Virginia Polytechnic Institute at Blacksburg
- Smith, A. K., & Bolton, R. N. (2002). The effect of customers' emotional responses to service failures on their recovery effort evaluations and satisfaction judgments. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(1), 5–23