

PENGARUH PERSEPSI KEADILAN TERHADAP KEPUASAN PASCA PEMULIHAN KEGAGALAN PADA RESTORAN PIZZA HUT

Rai Gita Pratiwi¹
Kastawan Mandala²

¹Fakultas Ekonomi Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia
e-mail : pratiwi.raigita@yahoo.com

²Fakultas Ekonomi Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia

ABSTRAK

Pemulihan kegagalan layanan merupakan kunci untuk mengubah pelanggan yang awalnya kecewa menjadi puas akan pelayanan perusahaan. Kepuasan pasca pemulihan kegagalan layanan dapat dinilai dari tiga dimensi persepsi keadilan, yakni persepsi keadilan distributif, persepsi keadilan prosedural, dan persepsi keadilan interaksional. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan pengaruh secara simultan dari persepsi keadilan distributif, persepsi keadilan prosedural, persepsi keadilan interaksional terhadap kepuasan pasca pemulihan kegagalan layanan. Pengujian hipotesis menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan jumlah sampel sebanyak 104 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi keadilan distributif, prosedural, dan interaksional berpengaruh secara parsial dan juga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pasca pemulihan kegagalan layanan. Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar pihak restoran Pizza Hut dapat mengoptimalkan persepsi keadilan distributif dengan memberikan kompensasi lebih beragam, persepsi keadilan prosedural dengan memberikan pemulihan kegagalan layanan yang lebih fleksibel, dan persepsi keadilan interaksional dengan memberikan konsumen informasi dan penjelasan yang lebih rasional.

Kata kunci : kepuasan pasca pemulihan kegagalan layanan, kegagalan layanan, persepsi keadilan distributif, persepsi keadilan prosedural, persepsi keadilan interaksional

ABSTRACT

Service recovery is a key to change an unsatisfied customer become a satisfied customer who satisfied with the company services. Satisfaction after recovery be able judge from three dimensions of perceived justice which distributive justice, procedural justice and interactional justice. The purpose of this study is to investigate the effects of distributive justice, procedural justice, and interactional justice on customer satisfaction after recovery. Regression test was used to test the hypotheses with data from 104 unsatisfied customer. The findings showed that customer satisfaction after recovery was positive and significantly affected by perceived justice (distributive justice, procedural justice and interactional justice). Based on that results, Pizza Hut need to optimize distributive justice with giving compensation more variably, procedural justice with giving recovery more flexibly, and interactional justice with giving customer more reasonable information for service failures.

Keywords : satisfaction after recovery, service failures, service recovery, distributive justice, procedural justice, interactional justice

PENDAHULUAN

Restoran merupakan perusahaan yang menjual perpaduan barang dan jasa. Barang pada restoran berupa makanan dan minuman dan jasanya berupa pelayanan restoran. Restoran adalah tempat usaha yang komersil dengan ruang lingkup kegiatan menyediakan makanan dan minuman untuk umum di sebuah tempat/lokasi (Suarthana, 2006 : 23). Keberhasilan restoran dipengaruhi beberapa faktor seperti cita rasa, lokasi, kenyamanan ruangan, dan pelayanan yang memuaskan sehingga akan menarik pelanggan. Restoran tentunya tidak akan lepas dari adanya masalah baik dari segi produk maupun layanan yang tergantung dari kompleksitas pelayanan yang disediakan. Kegagalan layanan terjadi saat layanan yang diperoleh jauh berbeda dari harapan pelanggan (Zeithaml *et al.*, 1993). Menurut Weun *et al.* (2004), kegagalan dalam memberikan layanan memiliki dampak terkait kepercayaan dan komitmen pelanggan, WOM negatif dan timbulnya ketidakpuasan pelanggan. Dampak negatif tersebut dapat diminimalisasi oleh perusahaan dengan mampu memahami harapan pelanggan dalam pemberian pemulihan kegagalan layanan dan strategi yang efektif dalam pemulihan layanan (*service recovery*). Strategi pemulihan kegagalan layanan yang efektif dapat mengembalikan dan meningkatkan kepuasan pelanggan (Davidow, 2003; Kau and Loh, 2006; Varela-Neira *et al.*, 2010). Ditemukan pula bila penanganan kegagalan dengan kualitas yang baik dan melebihi harapan pelanggan, maka kepuasan pasca pemulihan akan lebih besar dari kepuasan tanpa

adanya kegagalan layanan (Hess *et al.*, 2003). Dalam pemulihan kegagalan layanan tersebut, restoran dapat menerapkan teori keadilan.

Restoran Pizza Hut merupakan sebuah restoran waralaba yang berasal dari Amerika Serikat dengan menu utama pizza dan pasta. Pizza Hut pertama kali masuk ke pasar Indonesia pada tahun 1984 dengan outlet yang berlokasi di daerah Tamrin, Jakarta. Tagline "*Berbagi bersama di Pizza Hut*" menjadikan citra Pizza Hut pertama kali sebagai restoran keluarga. Pizza Hut melebarkan sayapnya pada target kelompok pertemanan remaja dan dewasa dengan memperbanyak jumlah outlet yang tersebar di berbagai daerah. Menu yang ditawarkan pun berkembang dan menyesuaikan dengan lidah orang Indonesia sehingga semakin terkenalnya Pizza Hut di kalangan masyarakat. Meskipun begitu banyak pilihan restoran waralaba yang membanjiri kota Denpasar, berdasarkan studi pendahuluan diketahui Pizza Hut tetap mampu menjadi pilihan pertama untuk restoran pizza. Selain makanan yang lezat, Pizza Hut mampu memperoleh peluang lebih besar untuk memenangkan persaingan dengan membangun hubungan pelanggan yang baik. Pelayanan restoran Pizza Hut memang memiliki standar, namun setiap usaha restoran tidak akan luput dari permasalahan kegagalan layanan. Berdasarkan hasil studi pendahuluan, dari 38 pelanggan Pizza Hut Kota Denpasar, 30 orang mengalami kegagalan layanan dengan jenis kegagalan yang paling banyak dialami adalah jenis kegagalan teknis seperti makanan yang disajikan tidak sesuai dengan pesanan dan prosedur seperti kurang tepatnya waktu penyajian makanan. Pizza Hut telah memberikan pemulihan layanan berupa permintaan maaf kepada pelanggan yang mengalami kegagalan, namun kepuasan pelanggan masih belum

terpenuhi, ini didukung oleh hasil studi pendahuluan yang menemukan bahwa 20 orang pelanggan masih merasa belum puas atas pemulihan kegagalan yang diperolehnya, sedangkan 10 pelanggan merasa puas atas pemulihan yang diberikan.

Ketatnya persaingan membuat Pizza Hut berusaha mempertahankan dan meningkatkan kepuasan setiap pelanggannya. Pizza Hut sekiranya dapat mengatasi jika terdapat kegagalan layanan (*service failures*) saat proses memberikan layanan. Pemulihan layanan (*service recovery*) yang tepat dan efektif diharapkan dapat diberikan saat kegagalan layanan terjadi sehingga dapat mengurangi kekecewaan pelanggan dan mampu mengembalikan kepuasan pelanggan pasca pemulihan kegagalan.

Menurut Stauss (2002) dalam Varela-Neira *et al.* (2010), kepuasan pasca pemulihan kegagalan layanan adalah rasa puas yang dirasakan oleh pelanggan yang mengalami kegagalan layanan atas pemulihan kegagalan layanan yang diberikan kepada mereka. Kepuasan pasca pemulihan kegagalan layanan dapat dinilai berdasarkan tiga dimensi persepsi keadilan pelanggan, yakni persepsi keadilan distributif, persepsi keadilan prosedural, dan persepsi keadilan interaksional (Ellyawati, 2012; Davidow, 2003; Varela-Neira *et al.*, 2010; Kau and Loh, 2006; Maxham and Netemeyer, 2002). Mohamad *et al.* (2011) mendapatkan bahwa untuk pulih secara efektif dari kegagalan layanan, restoran sekiranya mampu memaksimalkan tiga dimensi persepsi keadilan dengan permintaan maaf yang tulus (keadilan intraksional), menjelaskan kepada pelanggan bagaimana situasi agar dapat diperbaiki (keadilan prosedural), dan

berjanji memperbaiki kegagalan layanan (keadilan distributif). Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi keadilan distributif, prosedural dan interaksional secara parsial dan secara simultan terhadap kepuasan pasca pemulihan kegagalan layanan pada jasa restoran. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi baru terkait pengaruh persepsi keadilan distributif, prosedural, dan interaksional terhadap kepuasan pasca pemulihan kegagalan layanan pada jasa restoran.

Persepsi Keadilan Distributif

Keadilan distributif merupakan penawaran kompensasi atas kegagalan layanan yang dapat diberikan berupa pengembalian uang, diskon, kupon gratis atau pergantian yang disesuaikan dengan substansi komplain (Mattila, 2006). Persepsi keadilan distributif merupakan dimensi pemulihan yang berfokus pada usaha untuk penyelesaian kegagalan layanan. Indikator untuk mengukur variabel persepsi keadilan distributif dalam penelitian ini adalah kewajaran, kesetaraan dan kebutuhan.

Dalam penelitian Min (2011) menyatakan bahwa ada hubungan antara persepsi keadilan distributif dengan kepuasan pasca pemulihan yang dimoderasi oleh ekuitas merek. Selaras dengan penelitian tersebut, Astuti (2011); Ellyawati (2012); Davidow (2003); Maxham and Netemeyer (2002); Varela-Neira *et al.* (2010); Yan (2012); Pri (2003); serta Kau and Loh (2006), yang mengemukakan bahwa persepsi keadilan distributif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pasca pemulihan layanan.

H1 : Persepsi keadilan distributif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasca pemulihan pada restoran Pizza Hut di Kota Denpasar.

Persepsi Keadilan Prosedural

Persepsi keadilan prosedural merupakan dimensi pemulihan kegagalan yang berfokus pada keadilan yang seharusnya diterima oleh konsumen ketika mengajukan komplain sesuai dengan aturan dan kebijakan yang ditetapkan perusahaan. Keadilan prosedural juga menawarkan ketentuan prosedur yang ditentukan seperti kebijakan, dan kriteria prosedur digunakan untuk membuat keputusan (Blodgett *et al.*, 1997). Prosedur keadilan dicirikan oleh kejelasan, kecepatan, dan ketiadaan persengketaan. Indikator untuk mengukur variabel persepsi keadilan prosedural dalam penelitian ini adalah proses pengawasan (*process control*), pengawasan keputusan (*decision control*), kemudahan akses (*accessibility*), fleksibilitas (*flexibility*), dan kecepatan waktu (*timing/speed*).

Hasil penelitian dari Astuti (2011) yang meneliti tentang kepuasan pasien Rumah Sakit Prima Medika, juga menemukan adanya pengaruh positif dan signifikan dari keadilan prosedural terhadap kepuasan pasien. Hasil penelitian ini mendukung studi yang dilakukan oleh Ellyawati (2012); Davidow (2003); Maxham and Netemeyer (2002); Varela-Neira *et al.*; Yan (2012); Pri (2003); serta Kau and Loh (2006), yang mengemukakan bahwa persepsi keadilan prosedural memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pasca pemulihan layanan.

H2 : Persepsi keadilan prosedural memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasca pemulihan pada restoran Pizza Hut di Kota Denpasar.

Persepsi Keadilan Interaksional

Persepsi keadilan interaksional merupakan dimensi pemulihan kegagalan layanan yang berfokus pada kelakuan atau respon yang ditunjukkan oleh perusahaan ketika berhadapan dengan konsumen yang mengalami kegagalan layanan. Konsep keadilan interaksional merupakan gabungan konsep kesopanan, *empathy* dan permintaan maaf (Blodgett *et al.*, 1997; Goodwin and Ross 1990). Keadilan interaksional dapat dilihat berdasarkan dua aspek keadilan yaitu sensitivitas interpersonal (distribusi hasil-hasil sosial) dan penjelasan (aspek sosial prosedur) dalam Ambrose *et al.* (2003). Indikator untuk mengukur variabel persepsi keadilan interaksional dalam penelitian ini adalah kesopanan (*politeness*), kejujuran (*honesty*), penjelasan (*explanation*), empati (*emphaty*), dan usaha (*effort*).

Astuti (2011) yang meneliti tentang kepuasan pasien Rumah Sakit Prima Medika, menemukan adanya pengaruh positif dan signifikan dari keadilan interaksional terhadap kepuasan pasien. Keadilan interaksional bahkan memiliki pengaruh paling besar diantara persepsi keadilan lainnya (persepsi keadilan distributif dan prosedural). Hasil penelitian ini juga mendukung studi yang dilakukan oleh Ellyawati (2012); Davidow (2003); Maxham and Netemeyer (2002); Varela-Neira *et al.*(2010); Yan (2012); Pri (2003); Fifien (2013); serta Kau and Loh (2006) yang mengemukakan bahwa persepsi keadilan interaksional memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pasca pemulihan layanan.

H3 : Persepsi keadilan interaksional memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasca pemulihan pada restoran Pizza Hut di Kota Denpasar.

H4 : Persepsi keadilan distributif, prosedural, dan interaksional secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pasca pemulihan pada restoran Pizza Hut di Kota Denpasar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada salah satu restoran *franchise* terkenal yakni Pizza Hut di Kota Denpasar. Pizza Hut di kota Denpasar terdiri dari tiga *outlet* yakni Pizza Hut Libi, Pizza Hut Diponegoro, dan Pizza Hut Gatot Subroto. Obyek dalam penelitian ini adalah persepsi keadilan distributif, persepsi keadilan prosedural, persepsi keadilan interaksional, dan kepuasan pasca pemulihan kegagalan layanan. Jenis data dalam penelitian ini terdiri dari : data kuantitatif yang berupa data pengunjung restoran Pizza Hut dalam enam bulan terakhir dan data kualitatif yang berupa jawaban atas kuisisioner yang diberikan pada responden dan bila diperlukan hasil wawancara mendalam. Sumber data dalam penelitian ini : data primer yang berupa jawaban kuisisioner oleh responden, observasi dan hasil wawancara dan data sekunder yang berupa laporan jumlah pengunjung restoran Pizza Hut dalam enam bulan terakhir.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang telah mengunjungi salah satu *outlet* restoran Pizza Hut Denpasar (Pizza Hut Libi, Diponegoro, dan Gatot Subroto). Sampel pada penelitian ini adalah pelanggan restoran Pizza Hut yang berusia lebih dari 16 tahun dan telah berkunjung dalam

enam bulan terakhir serta mengalami kegagalan layanan saat masa kunjungannya dan telah memperoleh tindakan pemulihan kegagalan layanan.

Metode penentuan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Kriteria-kriteria tersebut adalah responden berusia 16 tahun keatas, responden telah mengunjungi salah satu atau semua outlet restoran Pizza Hut di Kota Denpasar dalam enam bulan terakhir, dan responden mengalami kegagalan layanan saat berkunjung di outlet restoran Pizza Hut dan telah memperoleh pemulihan layanan. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan survey dan observasi nonpartisipan. Ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 104 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linear berganda.

HASIL PEMBAHASAN

Hasil Tanggapan Responden

Berdasarkan data yang diperoleh dari 104 responden, melalui daftar pertanyaan di kuesioner dapat diperoleh tanggapan responden terhadap persepsi keadilan distributif, prosedural, interaksional, dan kepuasan pasca pemulihan kegagalan layanan yang dinilai berdasarkan setiap indikatornya.

1. Deskripsi persepsi keadilan distributif

Tabel 1
Tanggapan Responden terhadap Variabel Persepsi Keadilan Distributif

Pernyataan	Pilihan Jawaban							
	Sangat Setuju		Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju	
	Orang	%	Orang	%	Orang	%	Orang	%
a. X1.1	35	33,7	57	54,8	12	11,5	-	-
b. X1.2	39	37,5	56	53,8	9	8,7	-	-
c. X1.3	44	42,3	44	42,3	16	15,4	-	-

Sumber: Data diolah, 2014

Berdasarkan Tabel 1, menunjukkan untuk indikator kewajaran sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa Pizza Hut telah memberikan kompensasi yang sesuai dengan kegagalan layanan yang dialami pelanggan dengan persentase 54,8%. Indikator kesetaraan ditunjukkan dengan sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa Pizza Hut telah memberikan kompensasi yang setara antar pelanggan yang mengalami kegagalan layanan dengan persentase 53,8%. Indikator kebutuhan ditunjukkan dengan sebagian besar responden menyatakan setuju dengan persentase 42,3% dan juga menyatakan sangat setuju bahwa Pizza Hut telah memberikan kompensasi yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan yang mengalami kegagalan layanan dengan persentase 42,3%.

2. Deskripsi persepsi keadilan prosedural

Tabel 2
Tanggapan Responden terhadap Variabel Persepsi Keadilan Prosedural

Pernyataan	Pilihan Jawaban							
	Sangat Setuju		Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju	
	Orang	%	Orang	%	Orang	%	Orang	%
a. X2.1	42	40,4	46	44,2	16	15,4	-	-
b. X2.2	37	35,6	52	50,0	15	14,4	-	-
c. X2.3	28	26,9	65	62,5	11	10,6	-	-
d. X2.4	17	16,3	71	68,3	16	15,4	-	-
e. X2.5	28	26,9	60	57,7	16	15,4	-	-

Sumber: Data diolah, 2014

Berdasarkan Tabel 2, menunjukkan untuk indikator proses pengawasan, sebagian besar responden menyatakan setuju dengan persentase 44,2% dan menyatakan sangat setuju bahwa Pizza Hut telah melaksanakan kegiatan pengawasan sebagai salah satu tindakan pencegahan untuk pelanggan mengalami

kegagalan layanan dengan persentase 40,4%. Indikator pengawasan keputusan ditunjukkan dengan sebagian besar responden menyatakan setuju dengan persentase 35,6% dan menyatakan sangat setuju bahwa Pizza Hut telah melaksanakan kegiatan pengawasan saat terjadinya kegagalan layanan dan saat tindakan pemulihan kegagalan layanan diberikan sebesar 50 %. Indikator kemudahan akses ditunjukkan dengan sebagian besar responden menyatakan setuju dengan persentase 62,5% dan 26,9% menyatakan sangat setuju bahwa Pizza Hut telah memberikan kemudahan dalam mengajukan keluhan dan memperoleh tindakan pemulihan atas kegagalan yang dialami pelanggan. Indikator fleksibilitas ditunjukkan dengan sebagian besar responden menyatakan setuju 68,3% dan 16,3% menyatakan sangat setuju bahwa Pizza Hut telah bersifat fleksibel saat memberikan tindakan pemulihan atas kegagalan yang dialami pelanggan. Indikator kecepatan waktu ditunjukkan dengan sebagian besar responden menyatakan setuju dengan persentase 57,7% dan 26,9% menyatakan sangat setuju bahwa Pizza Hut telah tepat waktu dalam memberikan tindakan pemulihan atas kegagalan yang dialami pelanggan.

3. Deskripsi persepsi keadilan interaksional

Tabel 3
Tanggapan Responden terhadap Variabel Persepsi Keadilan Interaksional

Pernyataan	Pilihan Jawaban							
	Sangat Setuju		Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju	
	Orang	%	Orang	%	Orang	%	Orang	%
a. X3.1	43	41,3	55	52,9	6	5,8	-	-
b. X3.2	30	28,8	60	57,7	14	13,5	-	-
c. X3.3	16	15,4	50	48,1	38	36,5	-	-
d. X3.4	29	27,9	67	64,4	8	7,7	-	-
e. X3.5	34	32,7	62	59,6	8	7,7	-	-

Sumber: Data diolah, 2014

Berdasarkan Tabel 3, menunjukkan untuk indikator kesopanan, sebagian besar responden menyatakan setuju dengan persentase 52,9% dan 41,3% menyatakan sangat setuju bahwa Pizza Hut telah melayani dengan sopan saat memberikan tindakan pemulihan atas kegagalan yang dialami pelanggan. Indikator kejujuran ditunjukkan dengan sebagian besar responden menyatakan setuju dengan persentase 57,7% dan 48,8% menyatakan sangat setuju bahwa Pizza Hut telah melayani dengan jujur saat memberikan tindakan pemulihan atas kegagalan yang dialami pelanggan. Indikator penjelasan ditunjukkan dengan sebagian besar responden menyatakan setuju dengan persentase 48,1% dan 15,4% menyatakan sangat setuju bahwa Pizza Hut telah memberikan penjelasan atas kegagalan layanan yang terjadi kepada pelanggan. Indikator empati ditunjukkan dengan sebagian besar responden menyatakan setuju dengan persentase 64,4% dan 27,9% menyatakan sangat setuju bahwa Pizza Hut telah memberikan rasa empati atau kepedulian atas kegagalan layanan yang terjadi kepada pelanggan. Indikator usaha ditunjukkan dengan sebagian besar responden menyatakan setuju dengan persentase 59,6% dan 32,7% menyatakan sangat setuju bahwa Pizza Hut telah melakukan usaha untuk menangani kegagalan layanan yang terjadi kepada pelanggan.

4. Deskripsi kepuasan pasca pemulihan kegagalan layanan

Tabel 4
Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan Pasca Pemulihan Kegagalan Layanan

Pernyataan	Pilihan Jawaban							
	Sangat Setuju		Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju	
	Orang	%	Orang	%	Orang	%	Orang	%
a. Y1	32	30,8	64	61,5	8	7,7	-	-
b. Y2	28	26,9	54	51,9	22	21,2	-	-
c. Y3	33	31,7	63	60,6	8	7,7	-	-
d. Y4	24	23,1	72	69,2	8	7,7	-	-
e. Y5	43	41,3	41	39,4	20	19,2	-	-

Sumber: Data diolah, 2014

Berdasarkan Tabel 3, menunjukkan untuk indikator keandalan, sebagian besar responden menyatakan setuju 61,5% dan 30,8% menyatakan sangat setuju bahwa Pizza Hut telah handal menangani kegagalan layanan yang terjadi kepada pelanggan dan memberikan tindakan pemulihan yang tepat. Indikator jaminan ditunjukkan dengan sebagian besar responden menyatakan setuju dengan persentase 51,9% dan 26,9% menyatakan sangat setuju bahwa Pizza Hut telah memberikan jaminan memberikan tindakan pemulihan yang tepat. Indikator bukti langsung ditunjukkan dengan sebagian besar responden menyatakan setuju dengan persentase 60,6% dan 31,7% menyatakan sangat setuju bahwa Pizza Hut telah memberikan bukti langsung tindakan pemulihan yang tepat. Indikator empati ditunjukkan dengan sebagian besar responden menyatakan setuju dengan persentase 69,2% dan 23,1% menyatakan sangat setuju bahwa Pizza Hut telah memberikan empati saat terjadinya kegagalan layanan dan memberikan pemulihan dengan baik. Indikator daya tanggap ditunjukkan dengan sebagian

besar responden menyatakan sangat setuju dengan persentase 41,3% dan 39,4% menyatakan setuju bahwa Pizza Hut telah memiliki daya tanggap yang cepat saat terjadinya kegagalan layanan dan memberikan pemulihan dengan baik.

Hasil Penelitian

1. Koefisien Determinasi

Tabel 5
Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,770(a)	,593	,581	2,22987

a Predictors: (Constant), Persepsi Keadilan Interaksional, Persepsi Keadilan Distributif, Persepsi Keadilan Prosedural

Sumber: Data diolah, 2014

Berdasarkan Tabel 5, dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*R Square*) yang diperoleh sebesar 0,593. Hal ini berarti 59,3% kepuasan pasca pemulihan kegagalan layanan dapat dijelaskan oleh variabel persepsi keadilan distributif, persepsi keadilan prosedural, dan persepsi keadilan interaksional, sedangkan sisanya yaitu 40,7% kepuasan pasca pemulihan kegagalan layanan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diikuti dalam penelitian ini.

2. Hasil Uji Secara Parsial

Tabel 6
Hasil Regresi Linear Berganda (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,514	1,027		2,448	,016
	Persepsi Keadilan Distributif	,261	,100	,196	2,607	,011
	Persepsi Keadilan Prosedural	,320	,096	,328	3,331	,001
	Persepsi Keadilan Interaksional	,363	,090	,374	4,038	,000

a Dependent Variable: Kepuasan Pasca Pemulihan Kegagalan Layanan
Sumber: Data diolah, 2014

Hasil regresi linear berganda dan uji t pada Tabel 6 menunjukkan bahwa ketiga koefisien regresi tersebut bertanda positif dan signifikan. Dari hasil regresi tersebut dapat dijelaskan lebih lanjut yakni sebagai berikut :

- (1) Variabel persepsi keadilan distributif (X_1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasca pemulihan kegagalan layanan (Y) dengan nilai regresi 0,196 dan t hitung = 2,607 dengan tingkat signifikansi 0,011. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf 5%, yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga hipotesis pertama terdukung.
- (2) Variabel persepsi keadilan prosedural (X_2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasca pemulihan kegagalan layanan (Y) dengan nilai regresi 0,328 dan nilai t hitung = 3,331 dengan tingkat signifikansi 0,001. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf 5%, yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga hipotesis kedua terdukung.
- (3) Variabel persepsi keadilan interaksional (X_3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasca pemulihan kegagalan layanan (Y) dengan nilai regresi 0,374 nilai t hitung = 4,038 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf 5%, yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga hipotesis ketiga terdukung.

3. Hasil Uji Secara Simultan

Tabel 7
Hasil Regresi Linear secara Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	724,595	3	241,532	48,575	,000(a)
	Residual	497,232	100	4,972		
	Total	1221,827	103			

a Predictors: (Constant), Persepsi Keadilan Interaksional, Persepsi Keadilan Distributif, Persepsi Keadilan Prosedural

b Dependent Variable: Kepuasan Pasca Pemulihan Kegagalan Layanan

Sumber: Data diolah, 2014

Pengujian pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikatnya dilakukan dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai F hitung = 48,575 dengan signifikansi sebesar 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf 5%, yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti bahwa secara simultan persepsi keadilan distributif, persepsi keadilan prosedural, dan persepsi keadilan interaksional mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasca pemulihan kegagalan layanan pada restoran Pizza Hut di Kota Denpasar. Dengan demikian, maka hipotesis keempat diterima.

SIMPULAN DAN SARAN

Adapun simpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Persepsi keadilan distributif memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pasca pemulihan kegagalan layanan.

- 2) Persepsi keadilan prosedural memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pasca pemulihan kegagalan layanan.
- 3) Persepsi keadilan interaksional memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pasca pemulihan kegagalan layanan.
- 4) Persepsi keadilan distributif, prosedural, dan interaksional memiliki pengaruh secara simultan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pasca pemulihan kegagalan layanan.

Adapun saran-saran yang didapatkan dari hasil penelitian dan kuesioner, yaitu:

1) Saran bagi restoran Pizza Hut

Adapun saran bagi restoran Pizza Hut dari hasil penelitian ini adalah agar Pizza Hut memberikan kompensasi yang beragam, tidak hanya penggantian produk, tapi juga *free of charge* makanan/minuman lain, diskon atau pengembalian kembali/*refund* (persepsi keadilan distributif), lalu agar Pizza Hut memberikan pemulihan kegagalan layanan yang lebih fleksibel, tidak hanya saat kegagalan pada tingkat yang parah saja (persepsi keadilan prosedural), dan agar Pizza Hut memberikan informasi dan penjelasan yang lebih rasional dan mampu diterima oleh pelanggan ketika terjadi kegagalan layanan (persepsi keadilan interaksional).

2) Saran bagi penelitian selanjutnya

Saran yang dapat diberikan bagi peneliti selanjutnya adalah dapat dengan menambahkan variabel lainnya yang terkait seperti loyalitas pelanggan, WOM, dan tingkat emosi pelanggan, serta dapat juga dengan melakukan

penelitian pada lokasi yang berbeda atau dengan industri jasa lainnya yang berbeda.

REFERENSI

- Ambrose, M. L., and Schminke, M. 2003. Organization Structure As A Moderator Of The Relationship Between Procedural Justice, Interactional Justice, POS And Supervisory Trust. *Journal Of Applied Psychology*, 88, pp : 295–305.
- Astuti, Ni Nyoman Trivina. 2011. Pengaruh Persepsi Keadilan Terhadap Kepuasan, Rekomendasi dari Mulut ke Mulut, dan Niat Menggunakan Kembali. *Artikel Ekonomi*, h : 1-16. Denpasar : Fakultas Ekonomi Universitas Udayana.
- Blodgett, J.G., Wakefield, K.L. and Barnes, J.H. 1997. The Effects Of Customer Service On Consumer Complaining Behavior. *Journal of Services Marketing*, 9(4), pp : 31-42.
- Davidow, M. 2003. Have You Heard The Word? The Effect of Word of Mouth on Perceived Justice, Satisfaction and Repurchase Intentions Following Complaint Handling. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 16, pp : 67-79.
- Ellyawati, J.; Purwanto, B.M.; dan Dharmmesta, B.S. 2012. The Effect Of Perceived Justice On Customer Satisfaction In The Service Recovery Context: Testing Mediating Variables. *Journal of Service Science*, 5(2), pp : 87-100.
- Fifien D. 2013. Analisis Pengaruh Keadilan Prosedural, Keadilan Distributif dan Keadilan Interaksional terhadap Kepuasan Pelanggan Pizza Hut di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2).
- Goodwin, D. and Ross, I. 1990. Consumer Evaluations Of Responses To Complainants : What Fair And Why. *The Journal of Service Marketing*, 4(3), p : 53-61.
- Hess, R. L., Ganesan, S., and Klein, N. M. 2003. Service Failure and Recovery : The Impact of Relationship Factors on Customer Satisfaction. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 31(2), pp : 127-145.
- Kau, A. K., and Loh, E. W. Y. 2006. The Effects of Service Recovery on Consumer Satisfaction : a Comparison Between Complainants and Non-Complainants. *Journal of Services Marketing*, 20(2), pp : 101-111.

- Mattila, Anna S., and Sunmee Choi. 2006. A cross-cultural comparison of perceived fairness and satisfaction in the context of hotel room pricing. *Journal Hospitality Management*, 25(1), pp : 136-153.
- Maxham, J. III and Netemeyer, R. 2002. A longitudinal study of complaining customers' evaluations of multiple service failures and recovery efforts. *Journal of Marketing*, 66(4), pp : 57-71.
- Min, H. H. 2011. Re-examining The Effect of Service Recovery : The Moderating Role of Brand Equity. *Journal of Services Marketing*, 25(7), pp : 509-516.
- Mohamad, M., Abdullah, A. R., and Mokhlis, S. 2011. Examining the Influence of Service Recovery Satisfaction on Destination Loyalty : A Structural Equation Modelling. *Journal of Sustainable Development*, 4(6), pp : 3-11
- Pri H. M. 2003. Analisis Pengaruh Keadilan Interaksional, Keadilan Prosedural, dan Keadilan Distributif terhadap Kepuasan atas Penanganan Keluhan Pelanggan (Studi Kasus "Surat Kilat Khusus" di PT. POS INDONESIA Kantor Pos Semarang, Jawa Tengah). *Tesis Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro, Semarang.*
- Stauss, B. 2002. The Dimensions of Complaint Satisfaction : Process and Outcome Complaint Satisfaction versus Cold Fact and Warm Act Complaint Satisfaction. *Journal of Managing Service Quality*, 12(3), pp : 173-183.
- Suarthana. 2006. *Manajemen Perhotelan Edisi Kantor Depan*. Kuta Utara : Mapindo.
- Varela-Neira, C., Rodolfo, V.C., and Víctor, I. 2010. Explaining Customer Satisfaction With Complain Handling. *International Journal of Bank Marketing*, 26(2), pp : 88-112.
- Weun, S, Sharon E.B., and Michael A.J. 2004. The Impact of Service Failure Severity on Service Recovery Evaluations and Post-Recovery Relationships. *The Journal of Service Marketing*, 18(2), pp : 133-146.
- Yan Putra Pratama. 2012. Analisis Persepsi Pelanggan pada Pemulihan Layanan (Service Recovery) SBU Garuda Sentra Medika. *Skripsi Program Studi Administrasi Niaga Ekstensi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia, Depok.*
- Zeithmal, V.A., Berry, L.A. and Parasuraman, A. 1993. The Nature And Determinants Of Customer Expectations Of Service. *Journal of The Academy of Marketing Science*, 21(1), pp : 1-12.