

Efek komunikasi word-of mouth pada persepsi keadilan, kepuasan, dan intensi penggunaan ulang pelanggan pasca keluhan

Ninna Faradilla Keumala Dewi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=109550&lokasi=lokal>

Abstrak

Penanganan keluhan merupakan salah satu strategi pemulihan jasa yang telah diidentifikasi sebagai satu dari kunci utama pencapaian loyalitas pelanggan. Penelitian ini dilakukan berdasarkan penelitian terdahulu dengan tujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai efek komunikasi word-of-mouth sebagai mediator antara persepsi keadilan, kepuasan, dan intensi penggunaan ulang pelanggan pasca penanganan keluhan. Penelitian ini dilakukan pada pelanggan Auto 2000 di Jakarta yang mengaku pernah menyampaikan keluhan pada pihak Auto 2000. Berdasarkan hasil jawaban kuesioner dari 130 responden, didapatkan data primer yang kemudian dianalisis dengan metode Structural Equation Modeling (SEM), menggunakan program LISREL 8.30. Dari hasil penelitian didapatkan bahwa komunikasi word-of-mouth dan kepuasan secara bersama-sama memegang peranan penting sebagai mediator antara persepsi keadilan dan intensi penggunaan ulang pelanggan. Persepsi keadilan distributif merupakan persepsi keadilan yang paling mempengaruhi valensi word-of-mouth dan kepuasan. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa pelaku keluhan pada Auto 2000 di Jakarta mempunyai kecenderungan untuk lebih menyebarkan word-of-mouth yang positif.

Complaint handling is one of the service recovery strategies which have been identified as one of the key factor to achieving customer's loyalty. This research is based on previous research and the purpose is to examine the impact that word-of-mouth communication has as a mediating variable between customer's perceived justice and satisfaction and repurchase intentions after complaint handling. This research is conducted to Auto 2000's customers in Jakarta who admitted have complaining to Auto 2000. Total of 130 respondents responded to the invitation to participate in the survey and answered the questioners. Structural Equation modeling with applicable software package LISREL 8.30 is used as data analysis method. The research found that word-of-mouth communication and satisfaction together play important role as mediator between perceived justice and repurchase intentions. Distributive justice is the perceived justice's dimension which has the most influence on word-of-mouth valence and satisfaction. This research also shows that complainers at Auto 2000 Jakarta have tendency to spread more positive word-of-mouth.