

Paradoks pemulihan layanan dengan memperhitungkan peran dimensi layanan dan tingkat keparahan kegagalan layanan pada industri maskapai penerbangan di Indonesia = Service recovery paradox service dimension and failure severity in shaping the paradox

Malakalamere, Matthew Victor

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20423746&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab inkonklusi mengenai eksistensi paradoks pemulihan layanan (service recovery paradox), khususnya pada layanan maskapai penerbangan di Indonesia. Paradoks pemulihan layanan pada penelitian ini akan diukur menggunakan tingkat kepuasan akhir dan intensi pembelian kembali (repurchase intention) dari pelanggan. Sementara itu, dimensi layanan dan tingkat keparahan kegagalan menjadi faktor penentu suatu paradoks. Desain eksperimen yang terbagi menjadi 2 studi dilakukan terhadap 600 partisipan mahasiswa/I, partisipan akan dibagi secara acak kepada masing-masing skenario manipulasi. Pengujian terhadap hipotesis menggunakan analysis of variance dan Tukey test.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi layanan (service dimension) mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap pemulihan yang diberikan oleh penyedia jasa. Kegagalan pada dimensi proses (process dimension) dari suatu layanan lebih mudah untuk dipulihkan dibandingkan kegagalan pada dimensi hasil (outcome dimension). Selain itu, tingkat keparahan kegagalan layanan (service failure severity) juga menjadi faktor penentu terbentuknya paradoks, kegagalan dengan tingkat keparahan yang tinggi akan memberikan dampak negatif yang tidak mampu diatasi oleh pemulihan superior sekalipun.

ABSTRACT

This research is primarily aimed to answer the inconclusiveness issue on the service recovery paradox, particularly in Indonesia's airline services. For that purpose, the service recovery paradox will be measured based on the customer satisfaction and their repurchase intention level. Meanwhile, service dimension and service failure severity act as an impact in shaping the paradox. The experiment comprises of 2 (two) studies with a sample of 600 college students, that was divided randomly into scenarios. The experiment applies 2 (two) methods of data analysis, namely analysis of variance and tukey test.

Based on the final result, it is found that the service dimensions do bring significant influences toward customer perception to the service recovery. During service consumption, failure on the process dimension is believed to be relatively easier to recover than the one occurring on the outcome dimension. In addition, the level of service failure severity also appears to be another significant factor in shaping the paradox, in which a severe failure may bring fatal impacts that no recovery activity can remedy.