

Factors affecting customer satisfaction after service failure and recovery in the hotel industry of Bandung = Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen setelah terjadinya kegagalan pelayanan dan pemberian kompensasi di industri perhotelan di Bandung

Farras Kantias Hady, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20474457&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan studi ini adalah untuk mempelajari hubungan antara kepuasan konsumen, Corporate Social Responsibility CSR, kegagalan pelayanan hotel, pasca kompensasi pelayanan, loyalitas konsumen, kepercayaan konsumen untuk pelayanan hotel bintang tiga atau empat di Bandung dengan melibatkan responden yang berasal dari wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Bekasi dan Tangerang Jabodetabek. Jumlah responden dalam studi ini adalah 110 responden, yang terdiri dari 42 responden yang mengalami kegagalan pelayanan dan menerima kompensasi dari hotel, dan 68 responden yang tidak mengalami kegagalan pelayanan hotel. Model konseptual yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pengayaan dari dua studi sebelumnya yang dikembangkan oleh Fatma et al 2016 dan Jalilvand et al 2017.

Studi ini mencoba untuk mengatasi beberapa kelemahan dari studi sebelumnya dalam mempelajari hubungan antara faktor-faktor utama yang mempengaruhi kepuasan konsumen, yang tidak membedakan antara konsumen yang mengalami kegagalan pelayanan hotel dan konsumen yang tidak mengalami kegagalan pelayanan hotel. Model struktural ini digunakan untuk menguji 10 sepuluh hipotesis yang berkaitan dengan hubungan antara variable-variabel utama, yang melibatkan 2 dua kelompok, yaitu Kelompok 1 yang mewakili para responden yang tidak mengalami kegagalan pelayanan hotel, dan Kelompok 2 yang mewakili para responden yang mengalami kegagalan pelayanan dan menerima kompensasi dari hotel.

Analisis Partial Least Squares-Multigroup PLS-MGA digunakan untuk mengetahui apakah path coefficient hubungan antar variabel dalam model konseptual berbeda secara signifikan antara responden yang tidak mengalami kegagalan pelayanan Kelompok 1 dan responden yang mengalami kegagalan pelayanan dan menerima kompensasi dari hotel Kelompok 2. Laporan ini juga menyajikan hasil analisis R Square untuk mengetahui tingkat kekuatan variabel independen CSR dalam menjelaskan dependen variabel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas hipotesis yang diuji dalam studi ini menunjukkan hasil yang signifikan secara statistik atau hipotesis diterima. Hasil ini adalah konsisten dengan beberapa studi yang dilaksanakan oleh banyak peneliti sebelumnya. Tujuh dari sepuluh hipotesis untuk Kelompok 1 diterima, dan delapan dari sepuluh hipotesis untuk Kelompok 2 diterima. Studi ini menyajikan implikasi managerial dan rekomendasi.

Rekomendasi dari studi ini menekankan bahwa hotel bintang tiga atau empat di Bandung dapat memperkuat strategi pelaksanaan CSR untuk memperbaiki reputasi perusahaan dan memperkuat kepercayaan konsumen. Studi ini juga menyajikan rekomendasi untuk penelitian ke depan agar dapat memberikan hasil yang lebih kuat dan cakupan yang lebih luas.

.....The purpose of the study is to investigate relationship between consumer satisfaction, corporate social responsibility, service failure, post recovery service, consumer loyalty, and consumer trust for three or four star hotel services in Bandung with respondents coming from the Greater Jakarta region Jakarta, Bogor,

Depok, Bekasi, and Tangerang . The number of respondent are 110, consisting of 42 respondents experiencing service failure and recovery and 68 respondent experiencing no service failure. The conceptual model used in this study is an enrichment of the two previous models developed by Fatma et al 2016, and Jalilvand et al 2017.

This study also attempts to deal with the drawbacks of the previous studies in investigating the relationship between the key factors affecting the customer satisfaction without distinguishing between customers that suffered service failures and customers that did not have service failures. The structural model is used to examine the ten hypothesized relationships between the key variables, involving two groups group 1 representing respondents that did not suffer any service failure during their stay, and group 2 representing respondents that experienced service failure and service recovery.

The Partial Least Squares Multigroup Analysis PLS MGA was applied to assess whether the path coefficients in the conceptual model differ significantly between respondents with no complaints Group 1 and respondents suffering service failure during their stay Group 2. The R square analysis to measure the strength of the independent variable CSR in explaining the dependent variables has been presented.

The results demonstrate that majority of the hypotheses tested in the study are statistically significant, indicating that the findings are consistent with previous studies done by many researchers. Seven of the ten hypotheses for group 1 are statistically significant, and eight of the ten hypotheses for group 2 are statistically significant. The managerial implications and recommendations of the study are highlighted. The recommendations include that the three or four star hotels in Bandung could strengthen their CSR strategy in improving the corporate reputation and strengthening the customer trust. Recommendations for the future research, particularly to provide more rigorous results, are also presented.