

Pengaruh kenaikan harga versus pengurangan refund terhadap persepsi keadilan konsumen: menguji teori dual entitlement di Indonesia = The effect of price increase versus refund reduction on consumers' fairness perception: testing the dual entitlement's theory in Indonesia

Bernadette Olivia Cahya Chandra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20517226&lokasi=lokal>

Abstrak

Pemberhentian operasional maskapai akibat COVID-19 menyebabkan munculnya biaya tambahan sehingga maskapai kesulitan menanggapi permohonan refund. Penelitian pada skripsi ini dilakukan untuk menguji apakah menaikkan harga dan mengurangi refund dapat dianggap adil sebagai upaya melindungi laba. Selain itu, penelitian ini juga dilakukan untuk melihat pengaruh cara menginformasikan kenaikan harga dan mengurangi refund menggunakan rupiah dibandingkan dengan persentase terhadap persepsi keadilan. Akhirnya penelitian ini juga dilakukan untuk melihat pengaruh persepsi keadilan pada intensi membeli kembali. Eksperimen menggunakan empat versi vignette dilakukan pada 83 mahasiswa S1 Universitas Indonesia yang pernah membeli tiket pesawat dalam negeri sejak tahun 2019. Uji hipotesis yang dilakukan menunjukkan bahwa menaikkan harga dan mengurangi refund dianggap adil sebagai upaya melindungi laba. Kemudian, pada transaksi tidak adil, frekuensi intensi membeli kembali lebih rendah. Tetapi, penggunaan rupiah dan persentase tidak berpengaruh pada persepsi keadilan.The restriction for airlines to operate because of COVID-19 has caused an increase in operational costs, causing them a hard time to fulfill refund requests. This research aims to know whether increasing prices and reducing refunds are considered fair as a way of protecting profit. Moreover, this research also aims to overview the effect of informing price increase and reducing refund using nominal versus percentage on fairness perception. Lastly, this research also aims to see the effect of fairness perception on repurchase intention. Experiments using four versions of vignettes were carried out on 83 bachelor students from Universitas Indonesia who had purchased a local flight ticket since 2019. Hypotheses testing with Chi-square: Test for Goodness of Fit shows that increasing price and reducing refunds are both perceived as fair to protect profit. Then, on transactions that were considered unfair, the frequency of repurchase intention is lower. But the findings show that there is no effect of using nominal or percentage on fairness perception.