

Analisis pengaruh faktor relasional dan kegagalan pelayanan terhadap pemulihan dan kepuasan pelayanan : suatu penelitian terhadap layanan klaim asuransi mobil

Gunawan Wibisono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=89036&lokasi=lokal>

Abstrak

Perumusan masalah penelitian ini adalah menelaah bagaimana hubungan relasional antara nasabah dengan perusahaan asuransi dapat mempengaruhi usaha pemulihan layanan. Penelitian mengacu pada penelitian Hess et al (2003) yang mengembangkan suatu model dimana menjelaskan mengenai pengaruh hubungan relasional terhadap kepuasan setelah terjadi kegagalan layanan. Model ini memperlihatkan bahwa nasabah yang berkeinginan untuk memiliki hubungan yang berkelanjutan akan mengharapkan usaha pemulihan yang tinggi. Sejalan dengan expectancy-disconfirmation paradigm semakin tinggi harapan atas usaha pemulihan yang dilakukan perusahaan asuransi maka akan semakin rendah tingkat kepuasan nasabah setelah terjadi pemulihan layanan (Oliver 1980; Tse dan Wilson 1988).

Hasil penelitian memberikan implikasi manfaat bagi teori mengenai hubungan relasional, kegagalan layanan dan kepuasan nasabah setelah usaha pemulihan. Penelitian ini mengungkapkan bahwa harapan nasabah untuk mengembangkan hubungan relasional yang berkelanjutan harus diimbangi dengan usaha perusahaan atas pemulihan layanan setelah terjadi kegagalan layanan.

Key point-nya adalah bila perusahaan menginginkan hubungan yang berkelanjutan dengan nasabah, maka strategi usaha pemulihan harus disesuaikan dengan jenis kegagalan layanan yang terjadi. Kecepatan, kesigapan, memperbaiki masalah, permintaan maaf sampai kemudahan pengajuan klaim dalam satu atap menjadi hal yang diutamakan oleh nasabah.

This research investigates how customer relationship with insurance company affects customer satisfaction after recovery performance. Our conceptual model is inspired by previous research by Hess et al (2003), which proposed that customer relationship will shape expectation on recovery after service failure. Customers whom expect to have longer relationship will also be expecting greater and equal service recovery.

The empirical results showed that customer with higher expectation of relationship continuity had lower satisfaction with organization. Consistent to expectancy-disconfirmation paradigm, the higher customer's recovery expectations are, the lower satisfaction with the organization (Oliver 1980; Tse et al 1988).

The customer's recovery expectations were associated with satisfaction and service performance after recovery. These appear to be key point by which relationship will affect service organization performance recovery when service failures occur.