



UNIVERSITAS INDONESIA

**ANALISIS PERSEPSI PELANGGAN PADA PEMULIHAN LAYANAN
(*Service recovery*) SBU GARUDA SENTRA MEDIKA**

SKRIPSI

YAN PUTRA PRATAMA

1006818186

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NIAGA EKSTENSI**

DEPOK

JUNI 2012



UNIVERSITAS INDONESIA

**ANALISIS PERSEPSI PELANGGAN PADA PEMULIHAN LAYANAN
(*Service recovery*) SBU GARUDA SENTRA MEDIKA**

SKRIPSI

YAN PUTRA PRATAMA

1006818186

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Administrasi**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NIAGA EKSTENSI
KEKHUSUSAN PEMASARAN**

DEPOK

JUNI 2012

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar**

Nama : Yan Putra Pratama

NPM : 1006818186

Tanda Tangan :

Tanggal : 16 Juni 2012

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :
Nama : Yan Putra Pratama
NPM : 1006818186
Program Studi : Administrasi Niaga Ekstensi
Judul Skripsi : Analisis Persepsi Pelanggan pada Pemulihan
Layanan (Service Recovery) SBU Garuda Sentra
Medika

Telah berhasil dipertahankan didepan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi pada Program Studi Administrasi Niaga Ekstensi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ixora Lundia Suwaryono, S.Sos, M.S (.....)
Penguji : Dra. Febrina Rosinta, M.Si (.....)
Ketua Sidang : Drs. Pantius D. Soeling, M.Si (.....)
Sekretaris Sidang : Dra. Fibria Indriati, S.Sos, M.Si (.....)

Ditetapkan di : FISIP UI, DEPOK

Tanggal : 9 JULI 2012

ABSTRAK

Nama : Yan Putra Pratama
Program Studi : Administrasi Niaga Ekstensi
Judul : Analisis Persepsi Pelanggan pada Pemulihan Layanan (*Service Recovery*) SBU Garuda Sentra Medika

Skripsi ini membahas tentang bagaimana persepsi pelanggan pada pemulihan layanan (*service recovery*) yang dilakukan pada penyedia layanan jasa kesehatan SBU Garuda Sentra Medika. Penelitian ini menggunakan dimensi pemulihan layanan seperti *interactional justice*, *procedural justice*, dan *distributive justice* yang diimplementasikan oleh SBU Garuda Sentra Medika. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Data yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 50 orang responden dengan kriteria pelanggan SBU Garuda Sentra Medika yang pernah merasakan kegagalan jasa dan pemulihan layanan di SBU Garuda Sentra Medika. Hasil dari penelitian ini menyarankan bahwa pihak penyedia layanan harus memperbaiki prosedur penanganan keluhan pelanggan yang berpihak kepada pelanggan (*customer oriented*), memudahkan pelanggan, membuat pelanggan lebih fleksibel dalam mengajukan suatu keluhan pelanggan, serta waktu penyelesaian keluhan yang disajikan kepada pelanggan ditangani dengan cepat dan jelas jangka waktunya, interaksi tidak hanya sekedar ramah dan sopan kepada pelanggan tetapi harus juga memiliki empati yang tinggi terhadap pelanggan, sehingga pelangganpun merasa nyaman, dan pada akhirnya hasil penanganan keluhan pun dipersepsikan oleh pelanggan dengan baik dan menciptakan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci :
Pemulihan Layanan, *service recovery*, persepsi pelanggan

ABSTRACT

Name : Yan Putra Pratama
Courses : Bussiness Administration
Title : Customer's perception Analysis on Service Recovery of SBU Garuda Sentra Medika

This thesis discusses how the perception of customers on service recovery are made to the service provider's services health SBU Garuda Sentra Medika. This research uses the dimensions of the recovery services such as interactional justice, procedural justice, and distributive justice is implemented by SBU Garuda Sentra Medika. This research using quantitative descriptive analysis. Searching data through the dissemination of the questionnaire to respondents with 50 customer criteria SBU Garuda Sentra Medika ever sense the failure and restoration of services in service SBU Garuda Sentra Medika. The results of this research suggest that the service provider must improve the procedures of handling customer complaints in favour to the customer (customer oriented), makes it easy for customers, making customers more flexible in asking a customer complaints, as well as the time resolution of the complaint presented to the customer are handled quickly and obviously, interaction duration not just friendly and courteous to customers but must also have high empathy towards the customer, so that pelangganpun feel comfortable, and in the end result of any complaint handling are perceived by customers and create customer satisfaction.

Keyword :

Service recovery, perceptions

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kepada Allah SWT, Tuhan yang telah menciptakan semua kenikmatan dan keindahan di alam semesta ini dan memberikan kenikmatan itu kepada manusia, dengan rahmat dan hidayah-Nya dan segala kemudahan yang diberikan kepada penulis, maka akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat tugas akhir studi yang berjudul “**Analisis Persepsi Pelanggan pada Pemulihan Layanan (*Service Recovery*) SBU Garuda Sentra Medika**”.

Selama dalam penulisannya, penulis telah mendapat banyak dukungan dan bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Bambang Shergi Laksmoni, M.Sc selaku Dekan FISIP UI.
2. Drs. Asrori, MA, FLMI, selaku Ketua Departemen Sarjana Ekstensi Departemen Ilmu Administrasi FISIP UI.
3. Dra. Fibria Indriati Dwi Liestiwati, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Administrasi Niaga Ekstensi FISIP UI yang telah memberikan nasehat-nasehat dan semangatnya kepada penulis.
4. Ixora Lundia Suwaryono, S.Sos, M.Si, selaku pembimbing skripsi penulis yang baik hati. Terima kasih atas waktu luang, curahan perhatian dan semangatnya serta kesabarannya selama penulis mengerjakan skripsi hingga selesai. Sekali lagi terima kasih “Mbak Ichay”.
5. Drs. Achmad Fauzi, ME selaku Dosen Mata Kuliah Riset Bisnis karena telah membantu penulis dalam memahami teknik analisis penulisan skripsi.

6. Dosen-dosen Pemasaran yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat kepada penulis seperti Dra. Febrina Rosinta, M.Si, Dra. Effy Zalfiana Rusfian, M.Si serta dosen MPS Yogo Tri Hendiarso S.Sos, M.Si.
7. Mas Dodo selaku Staff Administrasi Program Ekstensi yang telah banyak membantu mengurus berkas-berkas administrasi untuk sidang dan lain-lain.
8. Ibu Rika Rushanti selaku SM Human Capital & General Adm SBU Garuda Sentra Medika dan Bapak FX. Wardana selaku SM.General Support PT Garuda Indonesia (Persero),Tbk yang telah memberikan izin penulis untuk melakukan penelitian di SBU Garuda Sentra Medika.
9. Bapak Abdul Aziz selaku staff General Support PT Garuda Indonesia (Persero), Tbk yang telah membantu penulis untuk mengurus izin melakukan riset penelitian di SBU Garuda Sentra Medika.
10. Bapak Gerry Garsono selaku staff Quality Assurance SBU Garuda Sentra Medika yang telah membantu penulis dalam mencari data-data yang diperlukan untuk penelitian ini.
11. Petugas-petugas operasional SBU Garuda Sentra Medika seperti Mbak Yanti, Mas Juned, Mas Hasan, Niko, Rika, Mbak Veni, Mbak Yola, Mbak Dewi dan Dokter-dokter yang telah memberi support dan memberi kesempatan penulis untuk lebih bebas meneliti disana.
12. Ayah dan Ibu yang selalu *mensupport* penulis untuk tetap semangat mengerjakan skripsi ini dan Deasyana adikku tersayang yang telah sering meminjamkan laptopnya untuk keperluan penulisan laporan.
13. Ifka Desy S, teman seperjuanganku. Terima kasih banyak kawan, engkau telah banyak membantu baik dukungan moriil maupun info-info seputar izin riset dan lain sebagainya. Perjuangan kita lintas 3 provinsi demi sebuah izin penelitian kawan! Hehehe...

14. Teman-teman kelas Pemasaran seperti Edu, Aldo, Wepe, Wina, Muti, Daru, Marsha, dan Desbi yang telah saling support satu sama lain demi suksesnya skripsi kita.
15. Teman-teman Adm.Niaga Ekstensi 2010 seperti Prass, Bram, Nuruddin, Ikhsan, Rini, Alin, Anggun, Dita, Dimas dkk. Sukses untuk semua!
16. Sahabat-sahabatku seperti Wulan, Edwin, Nila, Resti, Dwi Sovie (walau nun jauh disana..). Terima kasih banyak atas supportnya sob!
17. Teman-teman satu hobi Bisma, yang telah sedikit mengurangi rasa penatku terhadap skripsi ini, keberadaan kalian sangat membantu untuk sekedar *refreshing* pikiran touring keluar kota di kala penulisan laporan ini “*stuck* ditengah jalan”. Terima kasih sedulur.

Penulis menyadari bahwa pengetahuan dan pengalaman penulis masih terbatas, sehingga dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kekurangan. Untuk itu penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun untuk lebih menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Depok, Juni 2012

Yan Putra Pratama

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yan Putra Pratama
NPM : 1006818186
Program Studi : Administrasi Niaga Ekstensi
Departemen : Ilmu Administrasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Analisis Persepsi Pelanggan pada Pemulihan Layanan (*Service Recovery*) SBU Garuda Sentra Medika

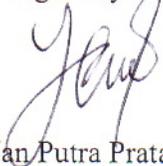
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pengkalan data (*database*), merawat dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada Tanggal : 9 Juli 2012

Yang menyatakan


(Yan Putra Pratama)

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR DIAGRAM	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2 Pokok Permasalahan.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	7
BAB II KERANGKA TEORI	
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.2 Konstruksi Model Teoritis.....	11
2.2.1 Pengertian Jasa.....	11
2.2.1.1 Karakteristik Jasa	12
2.2.2 Pemulihan Layanan.....	14
2.2.2.1 Definisi Pemulihan Layanan.....	13
2.2.2.2 Bentuk-bentuk Penerapan Pemulihan Layanan.....	15
2.2.2.3 Manfaat Pemulihan Layanan.....	23
2.3 Operasionalisasi Konsep.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Pendekatan Penelitian.....	25
3.2 Jenis Penelitian.....	25
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.3.1 Studi Kepustakaan.....	26
3.3.2 Studi Lapangan.....	27
3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	27

3.4.1 Populasi.....	27
3.4.2 Sampel	27
3.4.3 Teknik Penarikan Sampel	28
3.5 Teknik Analisis Data.....	28
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	29
3.6 Pre-Test.....	32

BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN

4.1 Analisis Deskriptif Penelitian.....	36
4.1.1 Analisis Statistik Identitas Responden.....	36
4.1.2 Analisis Statistik per Dimensi Penelitian.....	41
4.2 Implikasi Manajerial.....	62
4.3 Keterbatasan Penelitian.....	63

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran.....	64

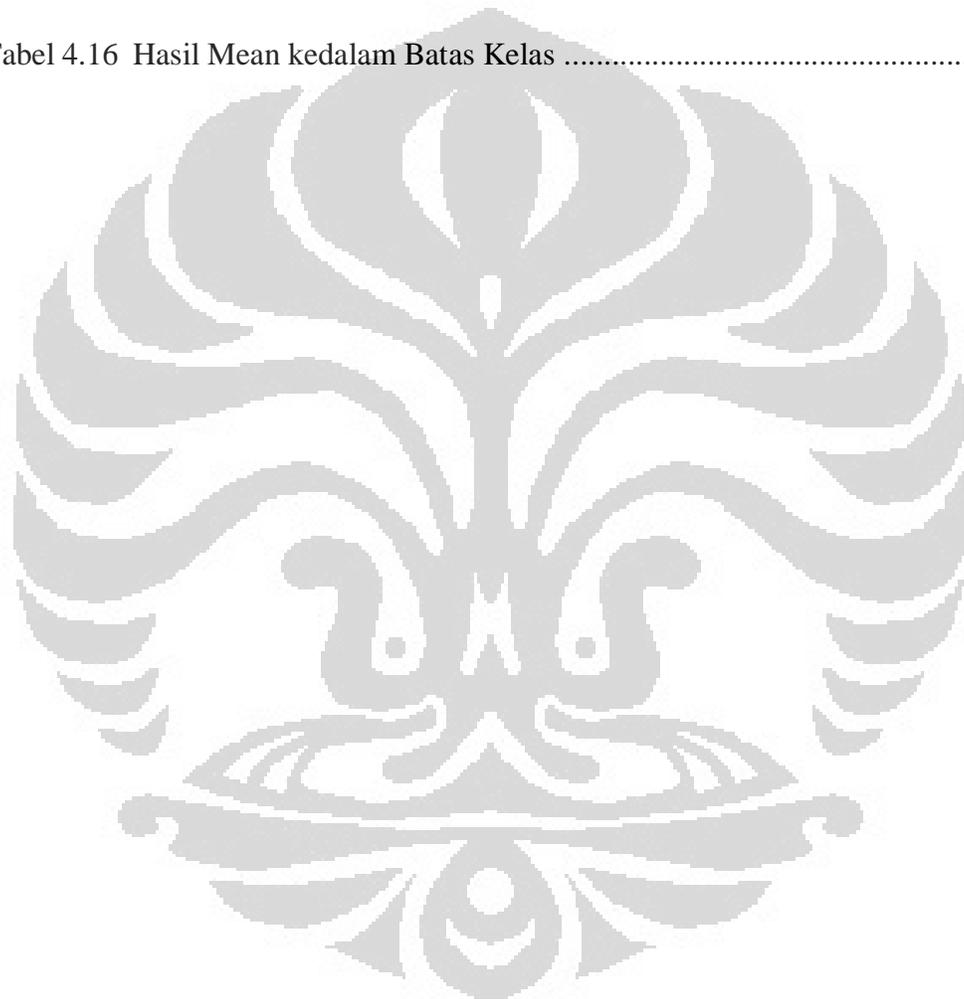
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

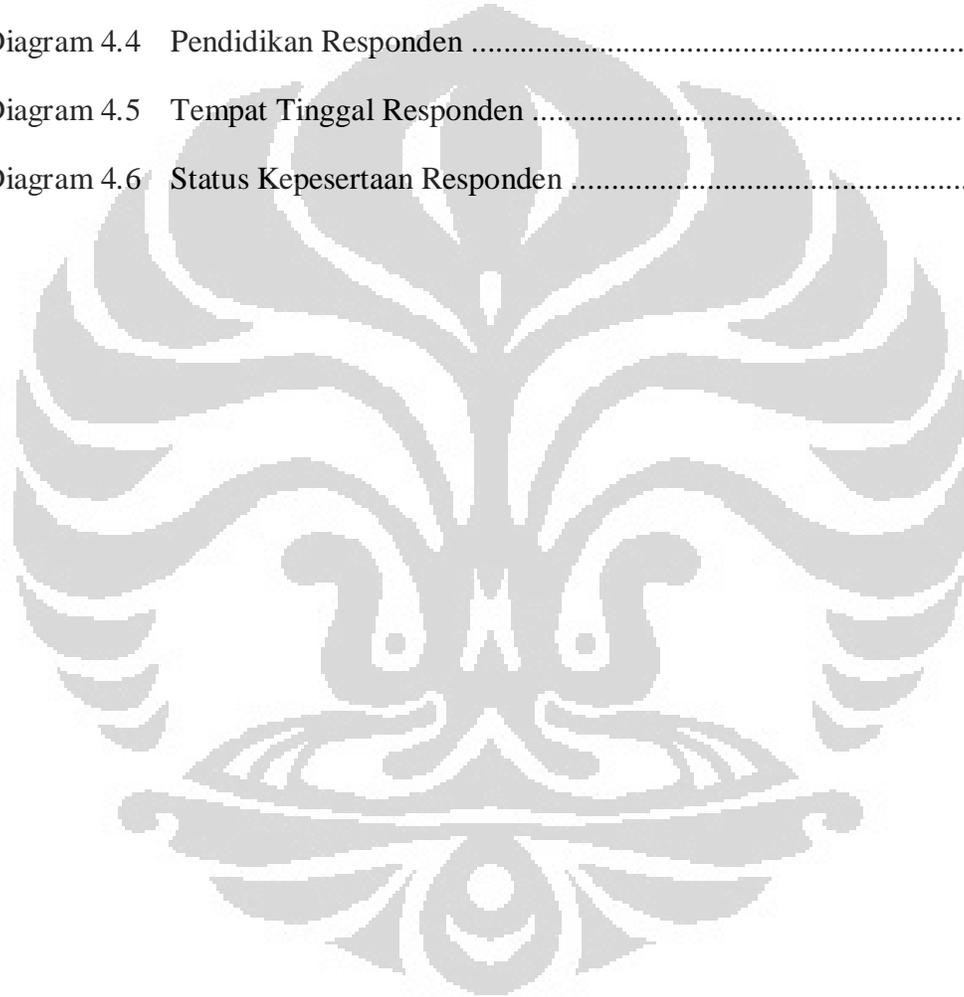
Tabel 2.1	Operasionalisasi Konsep.....	24
Tabel 3.1	Skor Kepentingan Indikator Likert.....	29
Tabel 3.2	Pembagian Kelas.....	30
Tabel 3.3	Uji Validitas Dimeni.....	33
Tabel 3.4	Uji Reliabilitas.....	35
Tabel 4.1	Pembagian Kelas (ii).....	42
Tabel 4.2	Tanggapan Responden terhadap Indikator Kejelasan Informasi Petugas	43
Tabel 4.3	Tanggapan Responden terhadap Indikator Kejujuran Pengakuan Kesalahan Petugas	44
Tabel 4.4	Tanggapan Responden terhadap Indikator Kesopanan Petugas saat terjadinya Kegagalan Jasa	46
Tabel 4.5	Tanggapan Responden terhadap Indikator Usaha Petugas dalam membantu menangani keluhan	47
Tabel 4.6	Tanggapan Responden terhadap Indikator Empati Petugas	48
Tabel 4.7	Tanggapan Responden terhadap Indikator Fleksibilitas Penanganan Keluhan	49
Tabel 4.8	Tanggapan Responden terhadap Indikator Kecepatan Waktu Penanganan	51
Tabel 4.9	Tanggapan Responden terhadap Indikator Kemudahan Akses Pengajuan Komplain	52
Tabel 4.10	Tanggapan Responden terhadap Indikator Pengawasan Petugas cukup baik	53
Tabel 4.11	Tanggapan Responden terhadap Indikator Pengawasan Pengambilan Keputusan cukup baik	54

Tabel 4.12	Tanggapan Responden terhadap Indikator Pemberian <i>free of charge</i>	56
Tabel 4.13	Tanggapan Responden terhadap Indikator Penggantian Jasa Kembali....	57
Tabel 4.14	Tanggapan Responden terhadap Indikator Pemberian <i>Reward</i> dalam bentuk pelayanan khusus	58
Tabel 4.15	Tanggapan Responden terhadap Indikator Pengiriman Surat Permohonan Maaf Resmi	60
Tabel 4.16	Hasil Mean kedalam Batas Kelas	61



DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4.1	Usia Responden	37
Diagram 4.2	Jenis Kelamin Responden	37
Diagram 4.3	Jenis Pekerjaan Responden	38
Diagram 4.4	Pendidikan Responden	39
Diagram 4.5	Tempat Tinggal Responden	40
Diagram 4.6	Status Kepesertaan Responden	41



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Hasil Pre-test SPSS 17.0

Lampiran 3 Frekuensi Identitas Responden (SPSS 17.0)

Lampiran 4 Formulir Komplain Pelanggan SBU Garuda Sentra Medika



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG PERMASALAHAN

Pada berbagai bisnis layanan jasa, kesempurnaan pelayanan menjadi sebuah hal yang sangat penting. *Service failure* atau kegagalan jasa tidak mungkin dapat dieliminasi dengan sempurna oleh perusahaan penyedia jasa. *Service failure* terjadi ketika jasa yang diterima dipersepsikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan (Zeithamal et al.,2006). Para penyedia jasa harus berjuang untuk mendapatkan kesempurnaan pelayanan atau “tidak pernah salah” dan kemampuan untuk mendapatkan yang terbaik pada kesempatan pertama. Namun pada kenyataannya sulit untuk memperoleh tujuan tersebut. Penanganan terhadap keluhan perlu dilihat sebagai “*moment of truth*” dari sebuah bisnis jasa. Bisnis jasa dalam konteks ini merupakan bisnis pelayanan kesehatan dalam usahanya memuaskan dan meretensi pelanggan. Untuk itu dibutuhkan pemahaman mengenai bagaimana proses dari pemulihan layanan (*service recovery*) setelah terjadinya kegagalan jasa layanan (*service failure*) khususnya mengenai bagaimana dampak dari strategi tersebut terhadap reaksi / respon pelanggan setelah dilakukan *service recovery*.

Service recovery atau pemulihan layanan jasa menunjuk pada tindakan yang diambil oleh perusahaan ketika mengalami *service failure* atau kegagalan jasa (Zeithamal et al.,2006). Meskipun demikian, tidak banyak perusahaan yang memperhatikan hal tersebut. Padahal strategi *service recovery* merupakan strategi yang paling murah, namun dapat memiliki dampak yang sangat besar mulai dari respon langsung pelanggan sampai dengan kesetiaan pelanggan (Tschol,Jhon.2006). *Service failure* atau kegagalan jasa, khususnya dalam bisnis pelayanan kesehatan dapat terjadi karena berbagai alasan seperti, pelayanan yang tidak ramah, proses tindakan medis atau paramedis yang lama, perawat tidak cepat tanggap terhadap pasien, dan lain-lain.

Penyedia layanan yang berhasil adalah yang menempatkan konsumen sebagai pusat strategi organisasinya. Untuk itu dalam sektor pelayanan jasa tersebut harus memperhatikan bagaimana persepsi dan tanggapan konsumen dari seluruh pelayanan yang telah diberikan. Persepsi seringkali berbicara lebih kuat daripada fakta, sehingga menimbulkan kesan bahwa persepsi konsumen terlihat lebih bermanfaat daripada menunjukkan fakta yang belum tentu dapat diterima oleh konsumen.

Pengertian persepsi menurut Kotler adalah *“proses seorang individu memilih, mengorganisasi, dan menafsirkan masukan-masukan informasi untuk menciptakan sebuah gambar yang bermakna tentang dunia.”* Dengan kata lain persepsi diartikan sebagai suatu proses yang dilewati seseorang untuk menyeleksi, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan informasi-informasi tertentu dalam rangka membentuk makna tertentu mengenai suatu produk/layanan tertentu. Persepsi tidak hanya bergantung pada sifat-sifat rangsangan fisik, melainkan juga pada pengalaman-pengalaman sebelumnya yang pernah dialami oleh konsumen/pelanggan tersebut. Dalam proses konsumsi jasa, konsumen memiliki beberapa pengalaman yang baik maupun buruk terhadap pelayanan jasa tersebut. Pengalaman yang baik dapat menimbulkan makna persepsi yang baik pula terhadap citra sebuah perusahaan penyedia jasa. Sebaliknya sebuah pengalaman buruk, misalkan dari sebuah kegagalan layanan jasa (service failure) dapat menghasilkan suatu makna persepsi yang tidak baik bagi pelanggan tersebut.

Pengaruh globalisasi di berbagai bidang semakin kuat. Untuk dapat menghadapi tantangan-tantangan di era globalisasi ini Indonesia harus memiliki sumber daya manusia yang sehat lahir dan batin, cerdas kreatif dan mandiri, karena manusia merupakan faktor yang paling vital dalam pembangunan suatu negara. Tersedianya dana yang besar, bahan baku yang banyak dan berkualitas tinggi serta teknologi canggih tidak menjamin keberhasilan suatu pembangunan, namun berhasil tidaknya suatu pembangunan banyak ditentukan oleh manusia sebagai faktor penggerak utama. Hal ini hanya dapat dilakukan jika gizi dan kesehatan bangsa Indonesia dalam keadaan baik, karena manusia yang sehat secara fisik dan mental

akan lebih cepat dan mudah dalam menyerap pendidikan dan pengetahuan, yang pada akhirnya akan meningkatkan produktivitas kerja.

Salah satu peluang bisnis yang cukup potensial dewasa ini adalah bisnis pelayanan kesehatan seperti Rumah Sakit dan Klinik Kesehatan. Kesehatan sudah menjadi sebuah kompleks industri yang menguntungkan, dan banyak pemodal tertarik menanamkan uang mereka untuk pelayanan kesehatan. Dilihat dari kacamata ekonomi, prospek bisnis rumah sakit maupun klinik kesehatan swasta cukup baik. Menurut Sistem Kesehatan Nasional, fungsi Rumah Sakit mencakup fungsi pelayanan medis, pengembangan tenaga medis profesional, pusat penelitian serta sebagai rujukan medis. Rumah Sakit juga dinyatakan sebagai sasaran upaya kesehatan yang mengutamakan penyembuhan dan pemulihan keadaan badan dan jiwa penderita penyakit yang dilaksanakan secara terpadu dengan upaya pencegahan dan peningkatan derajat kesehatan serta melaksanakan upaya rujukan (SKN, DepKes RI, 2009). Meningkatnya kesadaran masyarakat akan makna kesehatan bagi kehidupan, dan dukungan pemerintah melalui kebijaksanaan untuk mendorong berkembangnya rumah sakit dan klinik kesehatan swasta semakin memberi peluang bisnis yang baik bagi bisnis pelayanan kesehatan. Pemerintah telah melaksanakan deregulasi, debirokrisasi, dan swastanisasi termasuk sektor kesehatan. Kemudian pemerintah juga telah menetapkan bahwa pembangunan dan pemeliharaan kesehatan adalah tanggung jawab pemerintah dan masyarakat, termasuk swasta (Kartono & Samsi, 1995). Pelayanan kesehatan menurut Peraturan Menteri Kesehatan No. 84/1992 memungkinkan bahwa pihak swasta berkesempatan untuk menyelenggarakan rumah sakit. Maka atas dasar tersebut bisnis rumah sakit sudah pasti menjadi ladang bisnis potensial yang sangat menguntungkan. Sektor swasta diberi kemudahan untuk membangun rumah sakit dan klinik kesehatan, dan mendapat laba dari penyelenggaraannya.

Selain rumah sakit pemerintah yang dibangun untuk memelihara kesehatan sumber daya manusia di Indonesia, sudah banyak pula rumah sakit dan klinik kesehatan milik swasta yang telah menjamur di hampir seluruh wilayah Indonesia ini.

Dalam kurun waktu lima tahun terakhir, terjadi pertumbuhan rumah sakit yang sejalan dengan pertumbuhan ekonomi makro Indonesia. Hal ini terlihat dari jumlah rumah sakit publik (pemerintah) sebesar 38 persen, dan pertumbuhan rumah sakit swasta 79 persen (poskota.co.id,2011).

Semakin maraknya pertumbuhan rumah sakit nasional, khususnya yang dikelola swasta, dan meningkatnya pertumbuhan sarana kesehatan bukan rumah sakit, serta munculnya tantangan liberalisasi akan mempertinggi tingkat persaingan, dari sisi permintaan terjadi peningkatan kebutuhan akan mutu layanan yang lebih baik. Masyarakat masa kini dan akan datang adalah masyarakat informasi, yang dibanjiri oleh data baik yang negatif maupun positif serta lebih berorientasi pada kualitas hidup yang lebih baik. Oleh karenanya, masyarakat pun semakin menyadari akan mutu kehidupan yang lebih baik, termasuk kebutuhannya akan pelayanan kesehatan. Sistem informasi yang semakin terbuka menyebabkan mereka semakin selektif dalam memilih penyedia layanan kesehatan yang dibutuhkan. Meningkatnya pengetahuan masyarakat akan haknya sebagai penerima pelayanan yang baik serta kemampuannya di bidang keuangan (finansial), menyebabkan mereka merasa berhak mendapatkan pelayanan yang terbaik dari para pelaku bisnis pelayanan kesehatan tersebut.

Dengan tuntutan terhadap pelayanan kesehatan yang bermutu tinggi, rumah sakit / *medical centre* perlu memperkuat diri agar tidak kalah bersaing. Pengantisipasi persaingan sehubungan dengan liberalisasi tersebut *medical centre* tidak bisa mengharapkan proteksi selain meningkatkan daya saingnya. Dalam era kompetisi yang ketat, pengelola harus memiliki kesadaran tinggi akan pentingnya pencapaian standar mutu pelayanan. Apabila terdapat kegagalan layanan serta ketidakpuasan dari konsumen akan pelayanan tersebut, para pengguna layanan atau biasa disebut dengan pasien berhak untuk mengeluh atau komplain kepada pihak penyedia layanan jasa kesehatan tersebut.

Pada skripsi ini penulis tertarik untuk meneliti salah satu perusahaan penyedia layanan kesehatan yaitu SBU Garuda Sentra Medika, suatu pusat penyedia jasa pelayanan kesehatan rawat jalan dengan fasilitas yang cukup lengkap berskala

nasional yang berlokasi strategis di Jakarta Pusat, dan pengalaman selama 61 tahun menyelenggarakan pemeliharaan kesehatan bagi karyawan Garuda Indonesia beserta keluarganya, SBU Garuda Sentra Medika juga turut mewarnai bisnis layanan kesehatan, dengan membuka layanan kesehatan untuk umum / masyarakat. Saat ini Garuda Sentra Medika masih mengkhususkan diri pada jasa layanan kesehatan rawat jalan. Sarana gedung 5 lantai, fasilitas yang modern, serta dukungan tenaga-tenaga medis yang profesional, merupakan modal bagi Garuda Sentra Medika untuk dapat menjadi pusat pemeliharaan kesehatan terkemuka yang menjadi pilihan utama di kalangan masyarakat penerbangan di Indonesia. Dalam melaksanakan proses pelayanannya SBU Garuda Sentra Medika tidak selalu dapat memuaskan pelanggannya, hal ini dapat dilihat ketika peneliti melakukan survey dan mengamati masih banyaknya komplain yang diajukan oleh pelanggan atas kegagalan layanan jasa yang dialaminya, oleh karena itu penulis ingin mengetahui bagaimana proses pemulihan layanan atas komplain dari pelanggan di perusahaan tersebut, dan bagaimana persepsi dari pelanggan akan pemulihannya?

1.2 POKOK PERMASALAHAN

Dalam menghadapi tuntutan dan harapan pasien yang semakin meningkat dan semakin sengitnya persaingan. SBU Garuda Sentra Medika harus dapat memuaskan harapan pasiennya, salah satunya yaitu dengan cara meningkatkan efektivitas pelayanan. Peningkatan efektivitas pelayanan yang dilakukan oleh pihak SBU Garuda Sentra Medika sudah dilakukan melalui cara-cara yang efektif dan efisien, yaitu diantaranya melalui peningkatan mutu kinerja karyawan dengan melakukan pelatihan-pelatihan secara rutin, meningkatkan kesediaan sarana dan prasarana pendukung proses pelaksanaan pelayanan kesehatan dengan melengkapi peralatan dengan teknologi yang modern, pengembangan sistem komputer terpadu serta peningkatan profesionalisme seluruh jajaran personal terus dikembangkan dengan pengelolaan manajemen profesional. Dengan cara-cara tersebut pihak SBU Garuda Sentra Medika berusaha meningkatkan mutu pelayanannya, namun berbagai hambatan yang terjadi seperti dari faktor sumber daya manusia, faktor kesalahan-

kesalahan teknis, maupun dari faktor tingginya harapan konsumen terhadap pelayanan kadang menjadi hambatan pihak penyedia layanan untuk menciptakan suatu kepuasan konsumen yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Untuk itu pihak SBU Garuda Sentra Medika perlu melakukan tindakan pemulihan layanan (*service recovery*) untuk memperbaiki suatu masalah dan mempertahankan kehendak baik pelanggan.

Dari uraian tersebut diatas maka Pokok Permasalahan skripsi ini adalah penulis ingin mengetahui dan tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut terhadap “**Bagaimana Persepsi Pelanggan pada Pemulihan Layanan (*Service Recovery*) SBU Garuda Sentra Medika ?**”

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Dengan demikian tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Mengetahui persepsi pelanggan terhadap pemulihan layanan SBU Garuda Sentra Medika atas komplain yang diberikan pelanggan dari kegagalan layanan jasa yang sedang atau pernah dialami oleh pelanggan.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Dengan tujuan yang disebutkan diatas, maka diharapkan dapat diambil manfaatnya, antara lain :

1. Manfaat bagi peneliti

Peneliti mendapatkan pengetahuan mengenai bagaimana tanggapan atau reaksi pelanggan terhadap suatu kegagalan jasa dari perusahaan penyedia layanan jasa kesehatan SBU Garuda Sentra Medika dan juga bagaimana reaksi pelanggan terhadap pemulihan layanannya.

2. Manfaat bagi SBU Garuda Sentra medika

Pihak pengelola SBU Garuda Sentra Medika dapat memperoleh masukan – masukan atau saran dan juga kritik yang membangun dari para pelanggannya untuk kemajuan perusahaan kedepannya, sehingga perusahaan bertekad untuk lebih meningkatkan mutu pelayanan.

3. Manfaat bagi masyarakat

Sebagai pengembangan pemahaman dan kesadaran bahwa setiap pelayanan jasa memiliki keunggulan dan kelemahannya sendiri, dimana dari kelemahannya itu kita sebagai masyarakat awam ikut membantu meningkatkan pelayanan tersebut dengan memberikan masukan-masukan seperti saran dan kritik yang sangat berarti bagi perusahaan tersebut.

1.5 RUANG LINGKUP PENELITIAN

1.5.1 Responden

Responden yang akan diteliti adalah para pelanggan atau pasien SBU Garuda Sentra Medika, yang terdiri dari 50 orang responden yang pernah merasakan kegagalan jasa dan pemulihan layanan.

1.5.2 Lokasi Penelitian

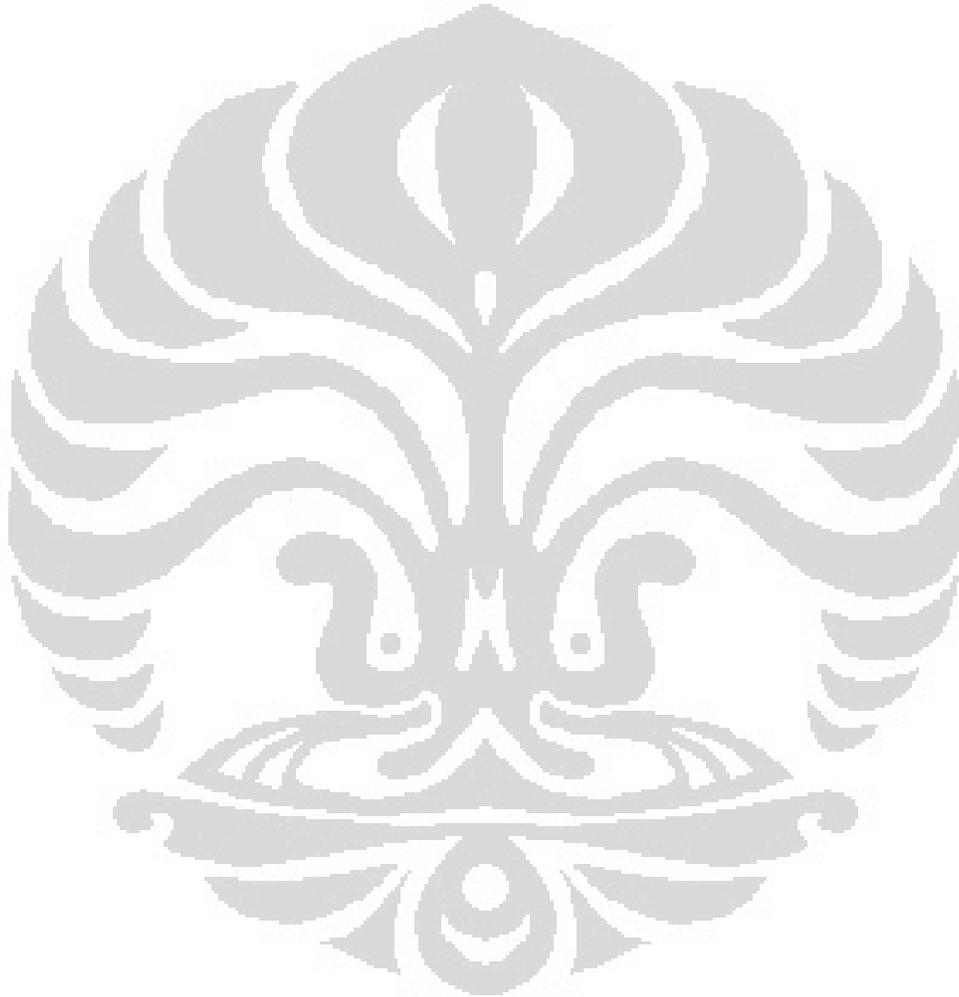
Dalam menyusun skripsi ini penelitian akan dilakukan di Gedung SBU Garuda Sentra Medika Kemayoran Jakarta Pusat, dimana disana terdapat responden yang dapat diharapkan membantu dalam penyediaan data hasil kuesioner yang diberikan.

1.5.3 Periode Penelitian

Periode Penelitian dalam menyusun skripsi ini adalah 4 (empat) bulan dimulai dari Maret 2012 – Juni 2012, dimana penulisan laporan hasil penelitian dilakukan para periode April – Juni 2012.

1.5.4 Ruang Lingkup Penelitian

1. Profil Demografi Responden yang mencakup Usia, Jenis Kelamin, Pekerjaan, Pendidikan, Domisili, dan Status Kepesertaan Responden.
2. Respon / reaksi tindakan dari pemulihan layanan yang telah dilakukan oleh SBU Garuda Sentra Medika (meminta maaf, menawarkan jasa yang sama, jaminan jasa, perbaikan kecepatan waktu pelayanan, dan lain-lain)



BAB II

KERANGKA TEORI

2.1 TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian tentang service recovery telah dilakukan sebelumnya oleh Naomi Evalyn pada tahun 2008 dengan judul *Pengaruh Service Recovery terhadap Loyalitas pada nasabah Bank Mandiri Hub Jakarta Jatinegara Timur*. Dalam penelitian tersebut penulis ingin mengetahui pengaruh penerapan service recovery pada nasabah yang sedang mengalami kegagalan layanan produk-produk yang ditawarkan oleh Bank Mandiri terhadap loyalitas nasabah di Bank Mandiri Hub Jakarta Jatinegara Timur. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian survey dengan pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian tersebut menggunakan jenis penelitian deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh service recovery terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri dan untuk mengambil gambar secara tepat sifat-sifat individu, keadaan, gejala, atau frekuensi hubungan tertentu antara suatu gejala dengan hal lain dalam masyarakat.

Populasi dan sampel yang digunakan adalah nasabah reguler yang sedang atau pernah mengalami ketidakpuasan dalam layanan Bank Mandiri. Teknik penarikan sampel adalah non probabilita / *purposive sampling*. Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian tersebut adalah bahwa untuk selalu menunjang loyalitas nasabah, Bank Mandiri melakukan aktivitas *service recovery* ketika nasabah merasakan ketidakpuasan baik dari segi pelayanan maupun ketika menggunakan produk Bank Mandiri, aktivitas tersebut terdiri dari 5 pilar utama yaitu segera meminta maaf dilanjutkan dengan melakukan tindakan cepat tanggap sebagai bentuk perhatian kepada nasabah, salah satunya dengan menunjukkan penyesalan dan memberikan kompensasi atas ketidakpuasan nasabah sehingga nasabah menjadi puas dan mereka tetap menggunakan produk layanan dan jasa Bank Mandiri.

Penelitian lainnya mengenai Service Recovery diperoleh melalui jurnal yang berjudul *Loyalty and Its Influence On Complaining Behavior and Service Recovery Satisfaction* pada tahun 2009 oleh Christy Ashley dan Sajeev Varki. Jurnal Internasional tersebut menjelaskan tentang sebuah riset penelitian dalam menilai perilaku pelanggan, dimana literatur telah difokuskan pada efek pemulihan yang sukses pada loyalitas pelanggan dengan retensi / daya serapnya. Namun relatif lebih sedikit yang diketahui tentang bagaimana kesetiaan sebagai anteseden atau yang diatas, respon pelanggan moderat terhadap kegagalan layanan dan pemulihan layanan berikutnya.

Dalam jurnal penelitian tersebut, peneliti fokus pada sikap kesetiaan, karena sang peneliti ingin mengecualikan kasus kesetiaan palsu, dimana pelanggan perilaku setia ada karena kendala ekstrinsik seperti kontrak, kekurangan alternatif, dan lain-lain, bukan karena motivasi intrinsik. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dengan non-murid, dalam jurnal tersebut dijelaskan bahwa pelanggan setia lebih cenderung mengutarakan keluhan-keluhan mereka langsung ke perusahaan tersebut dan lebih kecil kemungkinannya untuk bertindak negatif dengan menyebarkan berita negatif melalui mulu-ke-mulut (WOM) sebagai respon terhadap kegagalan layanan. Dan juga, pelanggan setia lebih cepat puas dengan upaya pemulihan layanan dengan usaha, dibandingkan dengan pelanggan kurang setia ketika ganti rugi yang ditawarkan.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pelanggan yang mengeluh mungkin diantaranya lebih responsif dalam upaya pemulihan layanan. Apabila perusahaan tidak menghampiri dan merespon keluhan mereka bisa mengakibatkan hilangnya satu pelanggan setia terbaik.

Sedangkan, penelitian yang akan dilakukan oleh penulis pada skripsi ini mengacu kepada penelitian sebelumnya pada jurnal internasional yang berjudul *Consumer reaction to service failure and service recovery: the moderating of attitude toward complaining* oleh Celso Augusto de Matos,dkk pada tahun 2009. Dalam jurnal penelitian tersebut Celso Augusto de Matos,dkk membahas tentang reaksi

pelanggan pada kegagalan jasa dan pemulihan layanan, dan bagaimana kepuasan konsumen dipengaruhi oleh tingkat keparahan masalah dan responsivitas perusahaan, serta bagaimana kepuasan mempengaruhi keinginan *repatronage*, *Word-of Mouth*, niat untuk komplain, dan bagaimana sikap terhadap keluhan moderat konsumen tersebut (*attitude toward complaining / ATC*). Metodologi penelitian jurnal ini mengikuti perkembangan terakhir dalam literatur layanan pemulihan. Model ini diuji menggunakan data dari survei dengan 204 pelanggan yang mengajukan keluhan. Temuan layanan pemulihan terpengaruh kepada kepuasan yang lebih kuat bagi konsumen dengan ATC tinggi, hasil tersebut menunjukkan peran moderat ATC. Moderator ini juga didukung dalam hubungan antara kepuasan dan niat mengeluh. Dan juga kegagalan keparahan yang dirasakan keadilan dipengaruhi kepuasan, yang mempengaruhi niat pembelian kembali, *word-of-mouth*, dan niat untuk komplain.

Penelitian yang dilakukan oleh penulis yang berjudul “**Analisis Persepsi Pelanggan pada pemulihan layanan (Service Recovery) SBU Garuda Sentra Medika**” membahas mengenai bagaimana persepsi yang dilakukan oleh pelanggan atau pasien pada pemulihan layanan jasa pelayanan kesehatan SBU Garuda Sentra Medika. Persepsi pelanggan dijadikan sebagai variabel terikat (*dependent*) dan *service recovery* oleh SBU Garuda Sentra Medika dijadikan sebagai variabel bebas (*independent*). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*, sedangkan prosedur penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan jenis *judgement sampling*.

2.2 KONSTRUKSI MODEL TEORITIS

2.2.1 Pengertian Jasa

Jasa pada umumnya mempunyai karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan barang. Agar kita dapat memahami keadaan tersebut, maka penulis akan menjelaskan terlebih dahulu akan pengertian dari jasa tersebut. Kotler & Keller (2008) mendefinisikan jasa sebagai semua tindakan atau kinerja yang dapat

ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat atau tidak terkait dengan produksi fisik. Meskipun demikian, semakin banyak produsen, distributor, dan pengecer yang menyediakan jasa bernilai tambah, atau layanan pelanggan yang sangat baik untuk mendiferensiasikan diri mereka.

Definisi lainnya menurut Fandy Tjiptono (2011) yang mendefinisikan Jasa sebagai proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas intangible yang biasanya (namun tidak harus sama) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan jasa dan atau sumber daya fisik atau barang dan atau sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan. Sedangkan Adrian Payne (2000) mengemukakan jasa adalah suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketakberwujudan yang berhubungan dengannya, melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau dengan properti dalam kepemilikannya dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan.

Dari beberapa definisi diatas, maka akan dapat diartikan bahwa jasa merupakan suatu kegiatan yang tidak berwujud dan membutuhkan partisipasi konsumen dalam proses pembuatan, penyampaian, dan pengonsumsi jasa, dan dari jasa yang diperoleh tidak dapat menghasilkan suatu kepemilikan apapun.

Jasa pelayanan kesehatan yang dibahas dalam penelitian ini memiliki beberapa ciri atau karakteristik jasa yang membedakan dari produk barang (*goods*), dimana jasa pelayanan kesehatan merupakan suatu kegiatan yang tidak berwujud, yang dihasilkan dari proses pembuatan jasa tersebut melalui interaksi dengan konsumen / pasien berupa konsultasi oleh dokter atau tenaga medis, kemudian tenaga medis tersebut menghasilkan jasa yang dapat dikonsumsi oleh pasien dengan tidak menghasilkan suatu kepemilikan apapun.

2.2.1.1 Karakteristik Jasa

Berdasarkan pengertian Jasa di atas, Tjiptono (2011) mengutarakan ada lima karakteristik utama jasa bagi pembeli pertamanya, yaitu :

1. *Intangibility* (Tidak berwujud)

Jasa berbeda dengan barang. Bila barang merupakan suatu objek, alat, atau benda; maka jasa adalah suatu perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja (*performance*), atau usaha. Oleh sebab itu, jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Bagi para pelanggan, ketidakpastian dalam pembelian jasa relatif tinggi karena terbatasnya *search qualities*, yakni karakteristik fisik yang dapat dievaluasi pembeli sebelum pembelian dilakukan. Untuk jasa, kualitas apa dan bagaimana yang akan diterima konsumen, umumnya tidak diketahui sebelum jasa bersangkutan dikonsumsi.

2. *Inseparability* (Tidak dapat dipisahkan)

Bahwa produksi jasa tidak dapat dipisahkan dengan konsumsinya. Dalam kata lain, pelanggan juga ikut terlibat dalam proses produksi suatu jasa. Sehingga, penyedia jasa perlu untuk mengelola proses produksi jasanya dengan baik supaya menghasilkan kualitas dan nilai yang diinginkan.

3. *Variability / Heterogeneity* (Berubah-ubah)

Jasa bersifat variabel karena merupakan non-standardized output, artinya banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis tergantung kepada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut diproduksi. Hal ini dikarenakan jasa melibatkan unsur manusia dalam proses produksi dan konsumsinya yang cenderung tidak bisa diprediksi dan cenderung tidak konsisten dalam hal sikap dan perilakunya.

4. *Perishability* (Tidak tahan lama)

Jasa tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Pelayanan dokter yang sepi dari pasien, atau kapasitas jalur telepon yang tidak dimanfaatkan akan berlalu atau hilang begitu saja karena layanan jasa tersebut tidak bisa disimpan.

5. *Lack of Ownership*

Lack of ownership merupakan perbedaan dasar antara jasa dan barang. Pada pembelian barang, konsumen memiliki hak penuh atas penggunaan dan manfaat

produk yang dibelinya. Mereka bisa mengkonsumsi, menyimpan atau menjualnya. Di lain pihak, pada pembelian jasa, pelanggan mungkin hanya memiliki akses personel atas suatu jasa untuk jangka waktu terbatas (misalnya perawatan gigi dan mulut, treadmill, pelayanan ambulance).

2.2.2 Pemulihan Layanan (*Service Recovery*)

2.2.2.1 Definisi Pemulihan Layanan

Pemulihan layanan atau bahasa yang lebih dikenalnya sebagai *Service Recovery* adalah berbagai hal yang akan dilakukan perusahaan setelah terjadinya suatu kegagalan jasa dalam pelayanan (*Service Failure*). Semua organisasi atau perusahaan penyedia jasa, betapapun baiknya kualitas yang ditampilkan suatu ketika akan menampilkan situasi dimana kegagalan layanan konsumen terjadi pada *service encounter* perusahaan sehingga menimbulkan ketidakpuasan konsumen. *Service recovery* terjadi ketika adanya keluhan pelayanan (*Complain*) dari pelanggan yang merasa tidak puas akan layanan dari perusahaan penyedia jasa tersebut. Berikut terdapat beberapa macam pengertian / definisi *Service Recovery* menurut para ahli :

Menurut Zeithamal et al (2006)

Service recovery atau pemulihan layanan jasa menunjuk pada tindakan yang diambil oleh perusahaan ketika mengalami *service failure* atau kegagalan jasa.

Menurut Lovelock (2007)

Service recovery adalah upaya-upaya sistematis oleh perusahaan setelah kegagalan jasa untuk memperbaiki suatu masalah dan mempertahankan kehendak baik pelanggan.

Dan, menurut Armistead et al (1996)

Service recovery merupakan tindakan spesifik yang dilakukan untuk memastikan bahwa pelanggan mendapatkan tingkat pelayanan yang pantas setelah terjadi masalah-masalah dalam pelayanan secara normal.

Dalam upaya pemulihan layanan, tidak hanya menyangkut pada penanganan terhadap pengaduan konsumen saja, namun juga menyangkut pada situasi-situasi di mana kegagalan terjadi tanpa adanya keluhan yang dibuat oleh konsumen (Smith et al., 1999). Pemulihan layanan jasa memainkan peran yang sangat penting dalam mencapai atau mengembangkan kepuasan pelanggan. Banyak hal muncul dalam setiap organisasi yang menghasilkan pengaruh negatif terhadap hubungannya dengan pelanggan. Ujian sejati komitmen suatu perusahaan terhadap kepuasan dan kualitas jasa bukan terletak pada janji-janji iklan atau keindahan atau lingkungan kantornya, tetapi pada caranya memberi tanggapan apabila terjadi sesuatu yang salah pada pelanggan.

Pemulihan layanan pada sebuah perusahaan penyedia layanan jasa harus memiliki beberapa bentuk-bentuk penerapan pemulihan layanan yang jelas dan sesuai dengan tujuan pemulihan layanan yaitu untuk memperbaiki suatu masalah dan mempertahankan kehendak baik pelanggan.

2.2.2.2 Bentuk – bentuk Penerapan Pemulihan Layanan

Menurut Parasuraman, et al (1998) pemulihan layanan (*service recovery*) dikelompokkan menjadi 2 dimensi, yaitu dimensi teknis dan dimensi fungsional. Dimensi teknis mengacu pada apa yang sebenarnya didapatkan oleh pelanggan sebagai bagian dari usaha untuk memperbaiki kesalahan, sedangkan dimensi fungsional mengacu pada bagaimana proses tersebut diselesaikan (Liestyana,2009).

Pemulihan layanan (*Service recovery*) pada umumnya dapat diwujudkan dengan 3 cara pokok (Ah & Wan,2006) , yaitu :

1. Procedural Justice

Merupakan atribut yang memfokuskan pada keadilan yang seharusnya diterima oleh konsumen ketika mengajukan komplain sesuai dengan aturan dan kebijakan yang telah ditetapkan perusahaan. *Procedural Justice* atau keadilan prosedural mengacu kepada kebijakan, peraturan, dan waktu yang digunakan dalam proses penanganan keluhan. Pelanggan menginginkan akses yang mudah terhadap

proses penanganan keluhan dan mereka ingin ditangani dengan cepat, khususnya orang pertama yang dihubungi. Prosedur keadilan (*procedural justice*) dikarakteristikan oleh kejelasan, kecepatan, dan ketiadaan persengketaan. Prosedur yang adil mencakup tiga elemen penting, yakni perusahaan mengemban tanggung jawab atas kegagalan jasa, setiap komplain ditangani dengan cepat dimulai oleh karyawan yang pertama kali mengalami kontak dengan pelanggan, dan adanya sistem yang fleksibel dan mempertimbangkan pula situasi individual serta masukan dari pelanggan mengenai hasil akhir yang diharapkan. *Procedural justice* meliputi proses pengawasan (*process control*), pengawasan keputusan (*decision control*), *accessibility*, kecepatan waktu (*timing/speed*), dan fleksibilitas (*flexibility*) dalam menangani komplain pelanggan.

Dalam *procedural justice* atau keadilan prosedur yang seharusnya diterima oleh pelanggan menghasilkan beberapa statement penting, yaitu :

1. Pelanggan ingin komplain ditangani dengan cepat.
2. Pelanggan ingin perusahaan dapat bersikap fleksibel dalam prosedur, sehingga usaha pemulihan dapat disesuaikan dengan keadaan individu pelanggan.
3. Pelanggan ingin adanya kejelasan, kecepatan, dan kebebasan dari hambatan prosedur.

Blodgett, et al (1997) dalam Ah & Wan (2006) mengatakan bahwa *procedural justice* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan *word-of-mouth* yang akan mereka lakukan.

2. *Interactional Justice*

Merupakan atribut yang memfokuskan pada kelakuan atau respon yang ditunjukkan oleh perusahaan ketika berhadapan dengan konsumen yang mengajukan komplain. *Interactional justice* atau keadilan interaksional meliputi penjelasan (*explanation*), kejujuran (*honesty*), kesopanan (*politeness*), usaha (*effort*), dan empati (*empathy*). Pelanggan mengharapkan diperlakukan dengan sopan, kepedulian, dan kejujuran oleh penyedia jasa. Bentuk dari keadilan

tersebut bisa mendominasi keadilan yang lain jika pelanggan merasa bahwa perusahaan dan karyawannya memiliki sikap yang kurang peduli dan tidak berusaha untuk menyelesaikan masalah tersebut.

Dalam *interactional justice* atau keadilan interaksi yang seharusnya diterima oleh pelanggan menghasilkan beberapa statement penting, yaitu :

1. Pelanggan ingin diperlakukan dengan jujur.
2. Pelanggan ingin diperlakukan dengan sopan.
3. Pelanggan ingin melihat usaha yang maksimal dari penyedia layanan.
4. Pelanggan ingin mendapat perhatian dan rasa kepedulian dari penyedia layanan.

Blodgett, et al (1997) dalam Ah & Wan (2006) mengatakan bahwa *interactional justice* memiliki pengaruh yang paling kuat terhadap kepuasan konsumen dan *word-of-mouth* yang akan mereka lakukan.

3. *Distributive Justice*

Merupakan atribut yang memfokuskan pada hasil dari penyelesaian *service recovery*, misalnya usaha apa saja yang dilakukan perusahaan untuk menangani keluhan pelanggan ketika perusahaan melakukan kesalahan, meskipun perusahaan harus mengeluarkan biaya yang besar sebagai pengganti kerugian. Keadilan distributif mengacu pada keluran penerimaan jasa (*perceived outcome*) ketika kewajaran prosedural mencakup kebijakan dan aturan unruk keputusan upaya pemulihan dibuat (Kristaung,2005).

Adanya kesediaan perusahaan secara serius untuk menangani kegagalan pelayanan, maka pelanggan tentu mengharapkan adanya kompensasi atas kerugian yang dialaminya (Smith et al., 1999). Untuk mengatasinya perusahaan melakukan tindakan *distributive justice* dapat diwujudkan dengan memberi kompensasi kepada pelanggan, misalnya dengan memberi penggantian jasa gratis, diskon, kupon, pengembalian (*refunds*), hadiah gratis (*free gives*), dan

melakukan permintaan maaf karena persepsi pelanggan atas keadilan distributif cenderung dipengaruhi oleh metoda atau tipe kompensasi (Kristaung,2005).

Dalam *distributive justice* atau keadilan penyelesaian yang seharusnya diterima oleh pelanggan menghasilkan beberapa statement penting, yaitu :

1. Pelanggan mengharapkan hasil akhir atau kompensasi yang sesuai dengan tingkat ketidakpuasan.
2. Pelanggan mengharapkan kompensasi sesuai dengan kesalahan yang diperbuat oleh penyedia layanan
3. Pelanggan mengharapkan mendapat kompensasi yang tidak lebih maupun tidak kurang dari pelanggan lain yang mengalami hal yang sama.

Blodgett, et al (1997) dalam Ah & Wan (2006) mengatakan bahwa *distributive justice* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan *word-of-mouth* yang akan mereka lakukan.

Pemulihan layanan jasa yang efektif membutuhkan prosedur yang cermat untuk memecahkan masalah dan menangani pelanggan yang tidak puas. Sangat penting perusahaan memiliki strategi-strategi pemulihan yang efektif karena bahkan satu masalah jasa pun dapat menghancurkan kepercayaan pelanggan kepada perusahaan. Berikut adalah panduan pemecahan masalah yang efektif dalam pemulihan layanan menurut Lovelock (2007) :

1. Bertindak dengan cepat.

Jika pengaduan dilakukan selama penyerahan jasa, waktu adalah kunci dalam mencapai pemulihan menyeluruh. Jika pengaduan tersebut dilakukan setelah kejadian, banyak perusahaan telah menetapkan kebijakan untuk menanggapi dalam waktu 24 jam atau sebelumnya. Kalaupun penyelesaian penuh mungkin akan memakan waktu yang lama, pengakuan cepat tetap sangat penting.

2. Akui kesalahan tetapi jangan membela diri

Membela diri dengan berlebihan mungkin akan member kesan bahwa perusahaan tersebut menyembunyikan sesuatu atau enggan melakukan penyelidikan lengkap terhadap situasi tersebut.

3. Tunjukkan bahwa perusahaan memahami masalah tersebut dari sudut pandang masing-masing pelanggan.

Melihat situasi dari kacamata pelanggan adalah satu-satunya cara untuk memahami apa yang mereka anggap salah dan mengapa mereka marah. Karyawan jasa sebaiknya menghindari langsung mengambil keputusan dengan penafsiran sendiri.

4. Jangan berdebat dengan pelanggan

Tujuan semestinya adalah mengumpulkan fakta untuk mencapai pemecahan yang diterima bersama, bukan memenangkan perdebatan. Perdebatan hanya akan menghambat kemampuan mendengarkan dan jarang meredam kemarahan.

5. Hargai perasaan pelanggan

Hargailah perasaan mereka secara tidak langsung maupun eksplisit.

6. Jangan langsung menudur pelanggan

Tidak semua pelanggan benar dan tidak semua pelanggan dapat dibenarkan. Tetapi pelanggan sebaiknya diperlakukan seolah-olah pengaduan mereka valid sampai muncul bukti yang jelas tentang yang sebaliknya.

7. Jelaskan langkah-langkah yang diperlukan untuk menyelesaikan masalah tersebut kepada pelanggan

Jika solusi cepat tidak dimungkinkan, pemberitahuan kepada pelanggan tentang apa rencana perusahaan tersebut selanjutnya akan menunjukkan bahwa tindakan perbaikan sedang ditempuh. Hal itu juga akan menghasilkan harapan dalam hal waktu yang diperlukan.

8. Informasikan kemajuan penanganan kepada pelanggan

Pelanggan cenderung akan lebih dapat menerima masalah jika mereka tahu apa yang terjadi dan menerima laporan kemajuan penanganan secara berkala.

9. Pertimbangkan kompensasi

Apabila pelanggan tidak menerima hasil jasa yang mereka bayar atau telah mengalami ketidaknyamanan yang serius dan/atau kehilangan waktu serta uang karena kegagalan jasa tersebut, tindakan yang tepat adalah pengembalian uang atau tawaran jasa lainnya yang setara. Jenis strategi pemulihan ini juga mungkin akan mengurangi resiko tindakan hukum oleh pelanggan yang marah.

10. Gigih untuk kembali meraih kepercayaan

Apabila pelanggan sudah kecewa, salah satu tantangan terbesar adalah memulihkan kembali kepercayaan mereka dan mempertahankan hubungan tersebut di masa mendatang. Kegigihan mungkin dibutuhkan untuk meredakan kemarahan pelanggan dan meyakinkan mereka bahwa tindakan sedang ditempuh untuk menghindari terulangnya masalah tersebut. Upaya-upaya pemulihan yang luar biasa dapat sangat efektif dalam membangun loyalitas dan referensi.

Untuk membuat suatu *Service recovery* yang *excellent* harus ada kombinasi yang nyata dalam berbagai strategi, berikut adalah strategi *service recovery* menurut Zeithaml, et al (2006) :

1. *Make the service Fail safe – Do It Right the first time !*

Dasar pertama dari pelayanan yang baik adalah melakukan segala sesuatu dari awal dengan baik dan benar. Dengan melakukan hal tersebut maka *service recovery* tidak lagi diperlukan, dan pelanggan bisa mendapatkan apa yang mereka inginkan, sedangkan perusahaan tidak perlu mengeluarkan biaya, waktu, dan tenaga yang diperlukan untuk melakukan *service recovery*. Dengan begitu maka kepercayaan pelanggan terhadap produk pelayanan SBU Garuda Sentra Medika akan selalu terjaga dengan menjadikan prinsip dari awal dengan benar sebagai dasar dari pelayanan.

2. *Encourage and Track Complaints*

Sekalipun sebuah organisasi menargetkan 100 % terhadap pelayanan mereka, sering kali kegagalan pelayanan tetap terjadi. Salah satu komponen penting yang harus disadari adalah menerima semua komplain/keluhan dengan terbuka dan lapang dada tanpa berusaha mengelak atau membantah keluhan-keluhan yang disampaikan oleh pelanggan. Komplain dan keluhan pelanggan harus dapat dilihat sebagai dasar-dasar perbaikan pelayanan sebuah perusahaan.

3. *Act Quickly*

Setiap keluhan / komplain dari pelanggan selalu ingin mendapatkan respon yang cepat sebagai bukti kepada pelanggan bahwa perusahaan peduli dan terbuka terhadap semua keluhan dan komplain dari pelanggan-pelanggannya. Cara tercepat untuk merespon keluhan pelanggan adalah dengan cara menelpon pelanggan dengan segera terhadap semua keluhan pelanggan yang diterima oleh perusahaan. Salah satu cara lain yang dengan cepat dapat ditangani adalah dengan membiarkan pelanggan menyelesaikan masalah / keluhan oleh mereka sendiri. Dengan cara membuat sistem yang memungkinkan pelanggan memiliki akses untuk menyelesaikan masalah oleh mereka sendiri melalui sistem perusahaan, biasanya cara ini dapat dilakukan dengan kemajuan teknologi yang ada.

4. *Provide Adequate Explanations*

Dalam beberapa kegagalan jasa, pelanggan mencoba untuk mengerti mengapa kegagalan terjadi. Penelitian menunjukkan bahwa ketika kemampuan perusahaan untuk memberikan hasil yang memadai tidak berhasil, ketidakpuasan lebih lanjut dapat dikurangi jika hal ini memberikan penjelasan yang memadai untuk pelanggan. Dalam rangka untuk penjelasan yang dianggap memadai, harus dimiliki dua karakteristik utama. Pertama, kandungan atau isi dari penjelasan harus tepat dan sesuai; fakta yang relevan dan informasi yang berkaitan sangat penting untuk membantu pelanggan mengerti apa yang terjadi. Kedua, cara menyampaikan penjelasan, atau bagaimana penjelasan tersebut tersampaikan, dapat pula mengurangi ketidakpuasan pelanggan. Gaya atau cara termasuk dalam

karakteristik personal dari si pemberi penjelasan, termasuk dalam ketulusan dan kredibilitas mereka. Penjelasan yang dirasakan oleh pelanggan yang penuh dengan kejujuran, ketulusan, dan tidak manipulatif yang umumnya yang paling efektif.

5. *Treat Customers Fairly*

Untuk dapat merespon dengan cepat setiap keluhan pelanggan, maka setiap pelanggan harus mendapat perlakuan yang adil dan sama. Pelanggan harus mendapatkan perlakuan yang sama terhadap penjelasan, proses ganti rugi, dan juga pelayanan yang seharusnya pelanggan dapatkan dari perusahaan.

6. *Cultivate Relationship with Customers*

Salah satu manfaat tambahan dari hubungan pemasaran (*relationship marketing*) adalah jika perusahaan melakukan kesalahan dalam penyampaian jasa, pelanggan yang telah hubungan yang kuat dengan perusahaan yang lebih sering memaafkan pelayanan kegagalan dan lebih terbuka untuk upaya pemulihan layanan perusahaan. Penelitian menunjukkan bahwa antara pelanggan dan perusahaan yang memiliki hubungan kuat dapat membantu melindungi perusahaan dari dampak negatif kegagalan pada kepuasan pelanggan.

7. *Learn from Recovery Experiences*

Dengan berusaha memperbaiki setiap keluhan-keluhan yang disampaikan oleh pelanggan, maka ikatan moral antara pelanggan dan perusahaan semakin erat. Lebih dari itu adalah tingkat kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan akan semakin tinggi yang juga akan meningkatkan loyalitas / kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan. Perusahaan harus berusaha mencari akar permasalahan dari setiap kegagalan dan kesalahan dari sebuah pelayanan, sehingga dengan demikian maka perusahaan dapat merumuskan solusi terbaik terhadap setiap masalah / keluhan yang timbul. Salah satu keuntungan belajar dari kesalahan layanan dari masa lalu adalah, perusahaan dapat mengantisipasi kegagalan pelayanan di masa yang akan datang.

8. *Learn from Lost Customers*

Salah satu cara terbaik dalam meningkatkan strategi pelayanan adalah dengan belajar dari kehilangan pelanggan yang disebabkan oleh memutuskan / tidak menggunakan lagi jasa / produk dari perusahaan dan pindah ke perusahaan lainnya. Alasan terbesar pelanggan pindah atau tidak lagi memakai produk kita adalah mereka tidak ingin lagi mengalami kegagalan pelayanan di masa yang akan datang. Akan tetapi hal ini sangat penting dilakukan untuk menghindari kesalahan serupa di masa yang akan datang, yang bisa saja mengakibatkan perusahaan kehilangan pelanggan lebih banyak lagi.

2.2.2.3 Manfaat Pemulihan Layanan

Strategi *service recovery* yang baik akan mendeteksi dan menyelesaikan masalah, mencegah ketidakpuasan, dan didesain untuk mendorong pelanggan menyampaikan keluhan. Lewis & Spyropoulos (2001) dalam Liestyana (2009) menyatakan *service recovery* dengan kepuasan lebih rendah daripada kepuasan pada saat memperoleh tanpa cela, *recovery* tersebut tetap mempunyai dampak yang bagus bagi penilaian oleh pelanggan. Pelanggan yang sangat tidak terpuaskan akan mau kembali berhubungan dengan penyedia jasa jika masalahnya diselesaikan secara memuaskan.

Manfaat terpenting *service recovery* adalah untuk mempertahankan pelanggan, karena biaya untuk mempertahankan pelanggan lebih kecil daripada biaya untuk mencari pelanggan baru, dan semakin lama seseorang menjadi pelanggan, orang tersebut akan semakin menguntungkan bagi perusahaan.

2.3 Operasionalisasi Konsep

Operasionalisasi konsep merupakan proses pemberian definisi operasional atau indikator pada sebuah variabel. Definisi operasional merupakan tindakan-tindakan empiris yang dilakukan objek penelitian yang mencerminkan variabel atau konsep yang didefinisikan. Operasionalisasi konsep dalam sebuah penelitian memuat operasionalisasi atau penjabaran indikator-indikator dari variabel penelitian.

Dalam penelitian ini, penulis membuat operasionalisasi konsep yang didapat dari teori para ahli tentang bagaimana penerapan pemulihan layanan (*service recovery*) yang seharusnya dilakukan dilapangan. Dan tujuan dibuatnya operasionalisasi konsep ini agar lebih memudahkan peneliti untuk menjabarkan dan melihat apakah teori yang dikemukakan oleh para ahli tersebut sesuai dengan implementasi di lapangan.

Tabel 2.1
Operasionalisasi Konsep

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	SKALA
Penerapan Service Recovery	<i>Procedural Justice</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Fleksibilitas penanganan keluhan - Kecepatan waktu Penanganan - Kemudahan Akses - Pengawasan petugas - Pengawasan keputusan 	LIKERT
	<i>Interactional Justice</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Petugas menjelaskan informasi dengan jelas - Kejujuran petugas - Kesopanan petugas - Usaha petugas dalam melayani pelanggan - Menunjukkan rasa Empati 	LIKERT
	<i>Distributive Justice</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Kompensasi <i>free of charge</i> - Reward pelayanan khusus - Menawarkan jasa kembali yang sesuai - Surat permohonan maaf resmi 	LIKERT

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif untuk mengamati, mengumpulkan informasi, dan menyajikan analisis hasil penelitian. Karena pada penelitian ini penulis menggunakan ilmu pengetahuan atau teori yang pernah diteliti oleh peneliti lain sehingga banyak memiliki acuan kepustakaan, variabel diketahui dan teori yang tersedia. Fakta atau realitas, objektif dan tunggal yang terpisah dari peneliti. Menurut Hermawan (2006), pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang bersifat objektif, mencakup pengumpulan data dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistik.

Pada pendekatan kuantitatif, metode yang digunakan yaitu metode deduktif, dimana cara penelitian dilakukan dengan melihat pola yang umum kemudian akan diturunkan ke pola yang bentuknya lebih khusus, di mana teori yang ditempatkan sebagai titik tolak utama untuk menjawab permasalahan yang diangkat dan proses penelitian dilakukan secara bertahap mengikuti satu garis lurus atau linier. Proses penelitian yang menunjukkan dalam penelitian ini adalah bentuk formal berdasarkan seperangkat definisi dan menggunakan kata-kata atau istilah-istilah kuantitatif yang telah baku (John W Cresswell, 2003).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi pelanggan terhadap pemulihan layanan SBU Garuda Sentra Medika atas komplain yang diberikan pelanggan dari kegagalan layanan jasa yang sedang atau pernah dialami oleh pelanggan.

3.2 Jenis Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang memaparkan suatu karakteristik tertentu

dari suatu fenomena (Hermawan,Asep 2006). Menurut Aaker, et al (2000) penelitian deskriptif mencakup populasi dalam penelitian pemasaran, dan memiliki tujuan untuk menyediakan gambaran dari beberapa aspek dalam lingkungan pasar yang akurat.

Berdasarkan manfaatnya, penelitian dibagi kedalam 2 kelompok, yaitu penelitian murni dan terapan. Penelitian murni adalah penelitian yang bertujuan untuk menemukan pengetahuan baru yang sebelumnya belum pernah diketahui, sedangkan penelitian terapan adalah penelitian yang bertujuan untuk mempergunakan pengetahuan ilmiah yang diketahui untuk menerapkan, menguji, dan mengevaluasi kemampuan suatu teori yang diterapkan dalam memecahkan masalah-masalah praktis. Sementara bagi penulis dalam penelitian ini menggunakan penelitian murni.

Berdasarkan waktu pelaksanaan penelitian, penelitian ini merupakan penelitian cross sectional yang mengambil satu bagian dari gejala (populasi) pada waktu tertentu (Jannah,Prasetyo 2005). Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei sampai dengan Juni tahun 2012.

Berdasarkan teknik pengumpulan data, penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dengan melakukan penelitian survey. Menurut Malhorta (2002), penelitian survey adalah penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Kuesioner adalah penyelidikan mengenai suatu masalah yang banyak menyangkut kepentingan umum (orang banyak), dengan jalan mengedarkan formulir daftar pertanyaan kepada sejumlah subjek untuk memperoleh jawaban (tanggapan, respon) seperlunya (Kartini,1996).

3.3 Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Studi Kepustakaan

Dalam penelitian ini studi kepustakaan dilaksanakan untuk memperoleh teori-teori dan konsep-konsep yang digunakan, yang diperoleh dan disusun oleh penulis dan didapat dari buku-buku, jurnal internasional, artikel, dan dari beberapa situs

internet yang menyediakan data-data terbaru untuk mendukung tinjauan literatur dan membantu jalannya penelitian.

3.3.2 Studi Lapangan

Pada penelitian ini, penulis akan melakukan studi lapangan untuk memperoleh data primer yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang dianggap sesuai untuk menjawab pertanyaan penelitian, yaitu pelanggan/pasien SBU Garuda Sentra Medika, Kemayoran. Kuesioner yang digunakan menggunakan pertanyaan tertutup dan terbuka dalam kategori jawaban atas pernyataan yang diberikan telah tersedia, sehingga responden diminta untuk memilih satu jawaban dari daftar pilihan jawaban yang ada dan meminta responden untuk memberikan penilaian berdasarkan skala kategorinya.

3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Umar (2003), populasi adalah kumpulan elemen yang mempunyai karakteristik tertentu yang sama dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sample. Menurut Kartini (1996), populasi adalah keseluruhan gejala maupun satuan yang ingin diteliti. Populasi merupakan objek secara keseluruhan atau generalisasi dari keseluruhan objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya.

Sasaran populasi yang merupakan batasan ideal tentang populasi yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah pelanggan SBU Garuda Sentra Medika.

3.4.2 Sampel

Menurut Umar (2003), sampel adalah merupakan bagian dari populasi atau bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang akan diteliti. Menurut beberapa sumber dan ahli penelitian, sampel penelitian yang digunakan minimal 30

orang, tetapi ada juga yang berpendapat lain. Dalam penelitian ini penulis tidak dapat meneliti seluruh populasi, maka peneliti menetapkan 50 orang sampel penelitian / responden yang merupakan pelanggan SBU Garuda Sentra Medika dan pernah merasakan kegagalan jasa dan pemulihan layanan di SBU Garuda Sentra Medika.

3.4.3 Teknik Penarikan Sampel

Dalam penelitian ini teknik penarikan sampel yang dilakukan adalah dengan cara *non probability sampling*, yaitu teknik penentuan sampel yang memperhatikan faktor-faktor seperti pengetahuan, kepercayaan, dan pengalaman seseorang yang menyebabkan tidak semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih dengan pertimbangan faktor waktu, biaya, dan tenaga serta keterandaian subyektifitas penelitian. Prosedur *non probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan jenis *judgement sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. *Judgement sampling* merupakan metode memilih sampel dengan berdasarkan pertimbangan terhadap beberapa karakteristik anggota sampel yang disesuaikan dengan maksud penelitian. Metode ini digunakan pada penelitian ini karena responden yang akan menjawab/mengisi kuesioner harus merupakan yang pernah mengalami kegagalan pelayanan jasa dan pemulihan layanan di SBU Garuda Sentra Medika.

3.5 Teknik Analisis Data

Pada tahap ini dilakukan analisis dengan mempertimbangkan data dan informasi dari berbagai sumber yang diperoleh pada bagian sebelumnya pada skripsi ini, baik dari studi pustaka maupun dari lapangan. Skala yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan skala Likert. Skala ini digunakan untuk menganalisis dan mengukur sikap dan karakteristik tertentu yang dimiliki oleh seseorang. Dalam pembuatan skala Likert, peneliti membuat beberapa pernyataan yang berhubungan dengan suatu isu atau objek, lalu subjek atau responden diminta untuk mengindikasikan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing pernyataan (Noor,2011). Kumpulan data yang diperoleh dari sampel

akan dianalisis untuk menentukan bagaimana persepsi pelanggan terhadap service recovery, dengan mengoperasikan SPSS 17. Penilaian responden terhadap variabel dengan skor kepentingan dalam masing-masing indikator pernyataan yang ada dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.1
Skor Kepentingan Indikator Likert

Skor	Kategori
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Ragu
4	Setuju
5	Sangat Setuju

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan untuk menggambarkan sekumpulan data secara visual. Hasil dari analisis deskriptif ini berupa tabel atau diagram/grafik. Pada umumnya hasil analisis deskriptif ini adalah berupa mean (rata-rata) data, standar deviasi, varians data, modus, dan presentase kumulatif. Analisis deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis distribusi frekuensi. Analisis ini digunakan untuk menampilkan dan mendeskripsikan berupa susunan data dalam suatu tabel yang telah diklasifikasikan menurut kelas atau kategori-kategori tertentu (Prasetyo & Jannah, 2005). Adapun langkah-langkah yang perlu dilakukan untuk membuat daftar distribusi frekuensi adalah sebagai berikut :

1. Tentukan rentang, selisih nilai terbesar dan terkecil.
2. Tentukan jumlah kelas, k dengan menggunakan rumus *Kriterium Sturges* (Sahibul Munir, 2007) :

$$k = 1 + 3.322 \log n$$

Dimana : k : banyaknya jumlah kelas

n : jumlah data observasi

3. Tentukan jumlah interval kelas (c), dengan rumus :

$$c = \frac{X_n - X_1}{k}$$

Dimana : k : Banyaknya kelas

X_n : Nilai observasi terbesar

X_1 : Nilai observasi terkecil.

Dari rumus tersebut dapat di aplikasikan dari skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini dengan nilai observasi terbesar (X_n) = 5 dan nilai observasi terkecil (X_1) = 1, yaitu dengan :

$$\text{Jumlah Interval} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

4. Tentukan tepi batas kelas

Batas kelas bawah menunjukkan kemungkinan nilai data terkecil pada suatu kelas. Sedangkan batas kelas atas mengidentifikasi kemungkinan nilai data terbesar dalam suatu kelas.

Dengan demikian dapat di aplikasikan dalam tabel pembagian kelas berikut :

Tabel 3.2
Pembagian Kelas

Batasan	Kategori
$1,0 < x \leq 1,80$	Rendah
$1,81 < x \leq 2,60$	Agak rendah
$2,61 < x \leq 3,40$	Sedang
$3,41 < x \leq 4,20$	Agak Tinggi
$4,21 < x \leq 5,0$	Tinggi

Dalam penelitian jenis univariat ini juga akan dilakukan dengan analisis ukuran pemusatan (*central tendency*), yaitu merupakan suatu ukuran yang digunakan

untuk melihat seberapa besar kecenderungan data memusat pada nilai tertentu (Prasetyo & Jannah,2005). Analisis ini digunakan untuk melihat gambaran umum atau kecenderungan persepsi pelanggan SBU Garuda Sentra Medika terhadap indikator-indikator yang dirasakan sesuai dengan apa yang mereka rasakan sesungguhnya dari pemulihan layanan tersebut. Ukuran pemusatan (*central tendency*) yang digunakan adalah modus. Modus merupakan nilai data yang mempunyai frekuensi terbesar dalam satu kumpulan data (Prasetyo & Jannah,2005).

$$Mo = tb + c \left(\frac{d1}{d1 + d2} \right)$$

Dimana : tb : Tepi bawah kelas modus

d1 : Frekuensi kelas modus – frekuensi kelas sebelumnya.

d2 : Frekuensi kelas

Analisis deskriptif menggunakan rata-rata (mean) untuk menganalisa hasil rata-rata hitung dari semua hasil pengamatan yang telah dilakukan, analisa ini digunakan karena kemungkinan ditemukan adanya kesamaan pada hasil pengukuran/pengamatan.

$$X = \frac{\sum (f_i \times X_i)}{\sum f_i}$$

Dimana : X_i : Data

f_i : Frekuensi data

3.6 Pre-test

Untuk mengetahui sejauh mana pemahaman responden terhadap pernyataan – pernyataan yang diajukan peneliti yang terdapat di dalam kuesioner penelitian harus dilakukan pre-test terlebih dahulu. Jumlah responden yang akan diteliti sebanyak 50 orang responden, maka dilakukan pre-test sebanyak 20 orang. Dan untuk mengetahui besarnya pemahaman responden tersebut, maka dilakukan penghitungan terhadap validitas dan reliabilitas isi kuesioner yang merupakan dari penelitian ini.

A. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kevalidan indikator yang digunakan pada masing-masing dimensi sebagai alat ukur variabel. Pengukuran validitas masing-masing dimensi dilakukan dengan *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)*, *Measure of Sampling Adequacy*, *Bartlett's Test of Sphericity*, *Anti Image Matrice*, dan *Loading Factor Component Matrix*. Seluruh pengukuran tersebut dapat diproses melalui aplikasi SPSS 17.0, setelah data diproses dan menghasilkan output, maka suatu dimensi dinyatakan valid apabila nilai dari $KMO > 0,500$ yang menunjukkan kecukupan sampel adalah baik, signifikansi *Bartlett's Test* $< 0,05$ yang menunjukkan hubungan yang signifikan antar indikator, nilai dalam diagonal tabel *Anti-Image Matrice* $> 0,500$ yang menunjukkan bahwa indikator tersebut cocok / sesuai dengan struktur indikator lainnya dalam dimensi tersebut, dan nilai *Loading Factor Component Matrix* harus $\geq 0,700$.

B. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah dimensi yang digunakan dapat dipercaya atau handal sebagai alat ukur suatu variabel, apabila nilai *Cronbach's Alpha* suatu variabel $\geq 0,600$ maka dimensi-dimensi yang digunakan pada variabel tersebut reliabel, sedangkan apabila nilai *Cronbach's Alpha* suatu variabel $< 0,600$ maka dimensi yang digunakan dalam variabel tersebut tidak reliabel.

Uji Validitas Dimensi

Tabel 3.3
Uji Validitas Dimensi

No.	Indikator	KMO	Bartlett's Test	Anti-Image	Loading Factor
Dimensi Interactional Justice					
1	Kejelasan Informasi dari Petugas	.651	.003	.721	.862
2	Kejujuran Petugas			.709	.834
3	Kesopanan Petugas			.517	.876
4	Upaya membantu petugas			.708	.871
5	Empati petugas			.520	.889
Dimensi Procedural Justice					
6	Fleksibilitas penanganan keluhan	.611	.000	.771	.812
7	Kecepatan waktu			.687	.700
8	Kemudahan akses			.529	.869
9	Pengawasan Petugas			.538	.810
10	Pengawasan pengambilan keputusan			.572	.939
Dimensi Distributive Justice					
11	Kompensasi <i>free of charge</i>	.543	.001	.529	.764
12	Kompensasi Penggantian Jasa			.526	.740
13	Kompensasi <i>reward</i>			.553	.799
14	Surat permohonan maaf resmi			.565	.760

Uji validitas pertama dilakukan pada dimensi *Interactional Justice* yaitu merupakan dimensi yang memfokuskan pada kelakuan atau respon yang ditunjukkan oleh perusahaan ketika berhadapan dengan konsumen yang mengajukan komplain. Dari hasil uji validitas menggunakan SPSS 17.0 didapat hasil uji KMO sebesar 0,651 atau $> 0,500$ yang menunjukkan bahwa kecukupan sampel baik dan bahwa faktor analisis dimensi *Interactional Justice* dapat digunakan. Sementara dari hasil signifikansi *Bartlett's Test* menunjukkan angka 0,003 atau $> 0,050$ mengidentifikasikan bahwa adanya hubungan yang signifikan antar indikator pernyataan tersebut, seluruh nilai dalam diagonal tabel *Anti-Image Matrice* $> 0,500$ yang menunjukkan bahwa indikator tersebut cocok / sesuai

dengan struktur indikator lainnya dalam dimensi tersebut, dan keseluruhan nilai *Loading Factor Component Matrix* $> 0,700$ menyatakan seluruh indikator valid untuk diteliti lebih lanjut.

Uji validitas kedua dilakukan pada dimensi *Procedural Justice* yaitu merupakan dimensi yang memfokuskan pada keadilan yang seharusnya diterima oleh konsumen ketika mengajukan komplain sesuai dengan aturan dan kebijakan yang telah ditetapkan perusahaan. Dari hasil uji validitas menggunakan SPSS 17.0 didapat hasil uji KMO sebesar 0,611 atau $> 0,500$ yang menunjukkan bahwa kecukupan sampel baik dan bahwa faktor analisis dimensi *Procedural Justice* dapat digunakan. Sementara dari hasil signifikansi *Bartlett's Test* menunjukkan angka 0,000 atau $< 0,050$ mengidentifikasikan bahwa adanya hubungan yang signifikan antar indikator pernyataan tersebut, seluruh nilai dalam diagonal tabel *Anti-Image Matrice* $> 0,500$ yang menunjukkan bahwa indikator tersebut cocok / sesuai dengan struktur indikator lainnya dalam dimensi tersebut, dan keseluruhan nilai *Loading Factor Component Matrix* $> 0,700$ menyatakan seluruh indikator valid untuk diteliti lebih lanjut.

Uji validitas ketiga dilakukan pada dimensi *Distributive Justice* yaitu merupakan dimensi yang memfokuskan pada hasil dari penyelesaian *service recovery*, misalnya usaha apa saja yang dilakukan perusahaan untuk menangani keluhan pelanggan ketika perusahaan melakukan kesalahan. Dari hasil uji validitas menggunakan SPSS 17.0 didapat hasil uji KMO sebesar 0,543 atau $> 0,500$ yang menunjukkan bahwa kecukupan sampel baik dan bahwa faktor analisis dimensi *Distributive Justice* dapat digunakan. Sementara dari hasil signifikansi *Bartlett's Test* menunjukkan angka 0,001 atau $< 0,050$ mengidentifikasikan bahwa adanya hubungan yang signifikan antar indikator pernyataan tersebut, seluruh nilai dalam diagonal tabel *Anti-Image Matrice* $> 0,500$ yang menunjukkan bahwa indikator tersebut cocok / sesuai dengan struktur indikator lainnya dalam dimensi tersebut, dan keseluruhan nilai *Loading Factor*

Component Matrix > 0,700 menyatakan seluruh indikator valid untuk diteliti lebih lanjut.

Uji Reliabilitas Dimensi

Berikut adalah hasil uji reliabilitas pada variabel Pemulihan Layanan (*Service Recovery*) studi kasus di SBU Garuda Sentra Medika :

Tabel 4.2
Uji Reliabilitas

No.	Dimensi Service Recovery	Cronbach's Alpha (α)
1	Interactional Justice	.606
2	Procedural Justice	.641
3	Distributive Justice	.733

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari keseluruhan dimensi > 0,600 , sehingga dapat disimpulkan bahwa dimensi-dimensi yang digunakan dalam variabel Pemulihan Layanan (*Service Recovery*) yang terdiri dari *Interactional Justice*, *Procedural Justice*, dan *Distributive Justice* dapat dipercaya atau handal untuk digunakan sebagai alat ukur variabel Pemulihan Layanan.

BAB IV

ANALISIS HASIL PENELITIAN

Pada BAB IV ini, peneliti akan menganalisis dan menjabarkan hasil dari analisis penelitian semua data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner penelitian kepada 50 orang responden, dalam melakukan proses analisis hasil penelitian ini peneliti menggunakan aplikasi SPSS 17.0.

4.1 Analisis Deskriptif Penelitian

Pada penelitian ini, statistik deskriptif penelitian dibagi kedalam 2 bagian. Pertama yaitu penyajian analisis deskriptif karakteristik identitas responden dan yang kedua yaitu penyajian analisis deskriptif per dimensi penelitian.

4.1.1 Analisis Statistik Identitas Responden

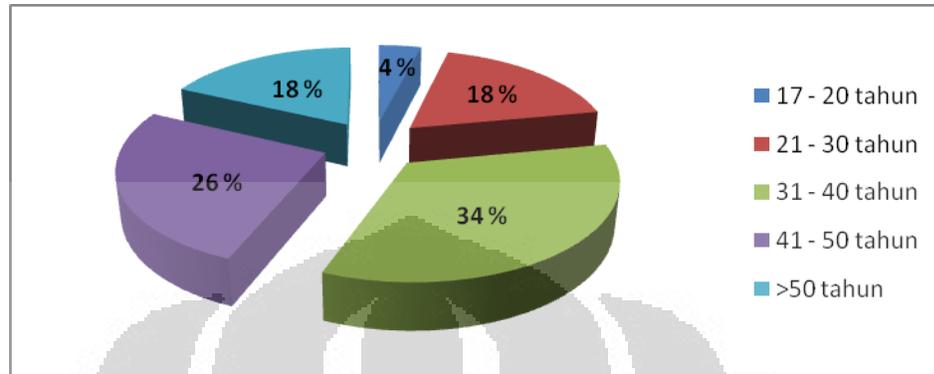
Penelitian mengenai Analisis Persepsi Pelanggan pada Pemulihan Layanan SBU Garuda Sentra Medika di lakukan di Gedung SBU Garuda Sentra Medika, Kemayoran, sehingga responden penelitian ini diambil dari para pelanggan SBU GSM yang pernah merasakan pemulihan layanan di SBU GSM.

Dalam mendapatkan responden penelitian maka peneliti melakukan penyebaran kuesioner penelitian kepada 50 orang responden yang memenuhi kriteria tersebut, yang dijumpai pada saat mereka menunggu untuk berobat maupun ada beberapa responden yang sedang mengantar sanak keluarga mereka menggunakan layanan kesehatan di SBU Garuda Sentra Medika. Agar bisa mendapatkan gambaran umum responden maka dilakukan analisa deskripsi responden berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, tempat tinggal, dan status kepesertaan responden.

A. Deskripsi Responden berdasarkan Usia Responden

Dari hasil penyebaran kuesioner maka usia responden dapat diketahui dari hasil pengelompokkan responden berdasarkan usia berikut ini :

Diagram 4.1
Usia Responden

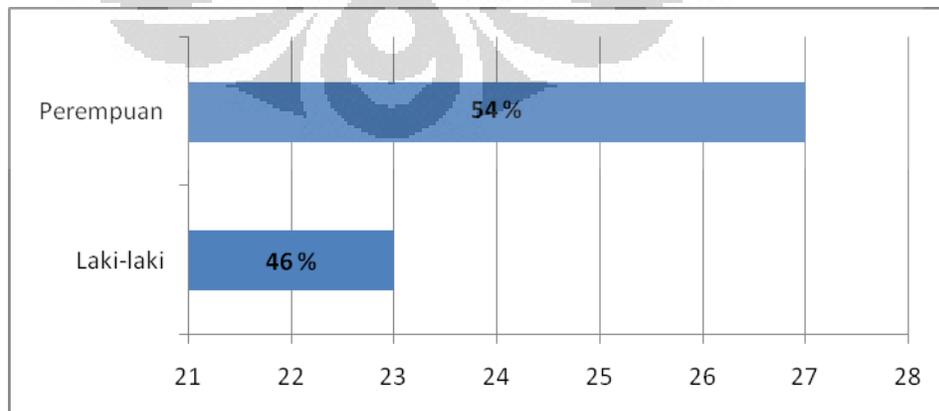


Dari hasil pengelompokan terlihat bahwa kelompok terbesar responden adalah yang berusia 31 s/d 40 tahun sebanyak 17 orang (34 %) sedangkan kelompok terkecil berasal dari dari usia 17 s/d 20 tahun sebanyak 2 orang (4 %). Usia dapat menentukan tingkat kedewasaan seseorang sehingga hal ini dapat mempengaruhi bagaimana pandangan / persepsi seseorang dilihat dari berbagai faktor yang mempengaruhinya terhadap suatu pemulihan layanan.

B. Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Jumlah responden laki-laki dan perempuan dapat diketahui dari hasil pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut :

Diagram 4.2
Jenis Kelamin Responden

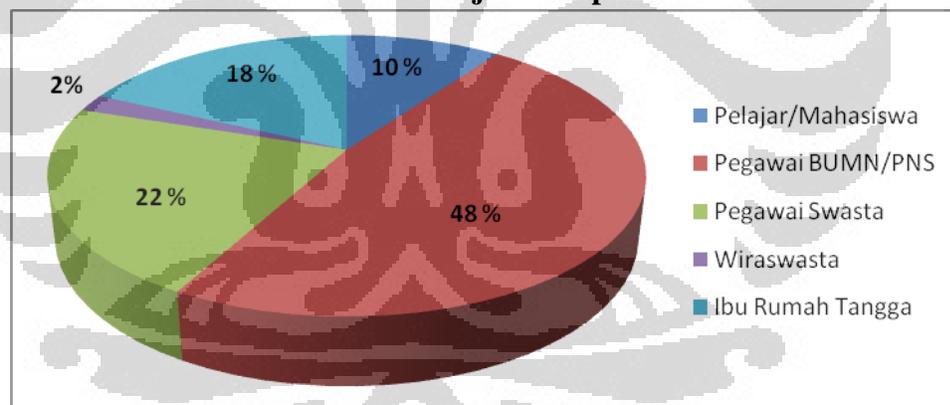


Jumlah responden perempuan sebanyak 54 % lebih banyak dibandingkan dengan responden laki-laki sebesar 46 %. Jumlah responden perempuan yang lebih banyak dibandingkan responden laki-laki merupakan suatu kebetulan, dimana mungkin memang responden perempuan yang sesuai kriteria responden sedang atau lebih banyak memiliki waktu untuk berkunjung ke SBU Garuda Sentra Medika dibandingkan responden laki-laki. Namun demikian, perbedaan jenis kelamin dapat menimbulkan suatu pendapat atau sudut pandang yang berbeda dalam menilai kinerja pemulihan layanan yang diberikan petugas SBU Garuda Sentra Medika.

C. Deskripsi Responden berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan atau profesi yang digeluti oleh responden dapat dikelompokkan sebagai berikut :

Diagram 4.3
Jenis Pekerjaan Responden

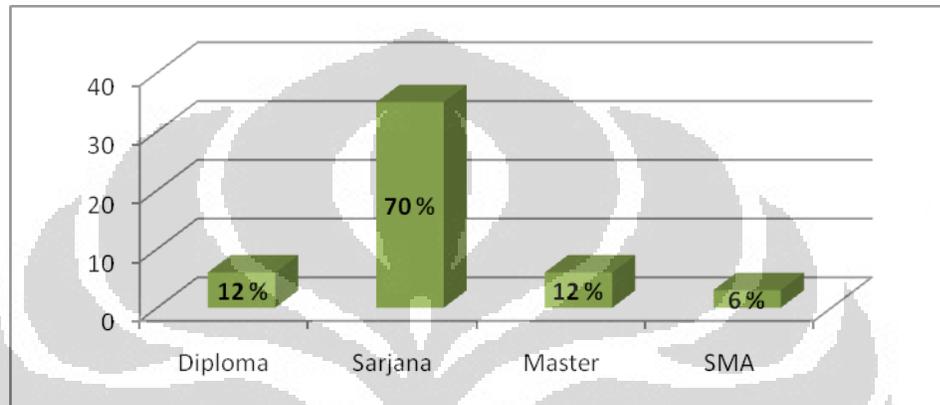


Secara keseluruhan para responden memiliki latar belakang pekerjaan yang berbeda-beda, dengan responden yang bekerja sebagai Pegawai BUMN/PNS lebih mendominasi jumlah responden sebanyak 48 %, sementara responden yang bekerja sebagai wiraswasta jumlahnya paling sedikit hanya 2 % dari seluruh responden yang ada. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa memang para pegawai BUMN/PNS khususnya pegawai PT Garuda Indonesia sangat mendominasi karena mereka mendapatkan fasilitas jaminan pelayanan kesehatan (JPK) di SBU Garuda Sentra Medika ini.

D. Deskripsi Responden berdasarkan Pendidikan Responden

Pengelompokkan responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir yang ditempuh dapat disajikan pada diagram berikut ini :

Diagram 4.4
Pendidikan Responden

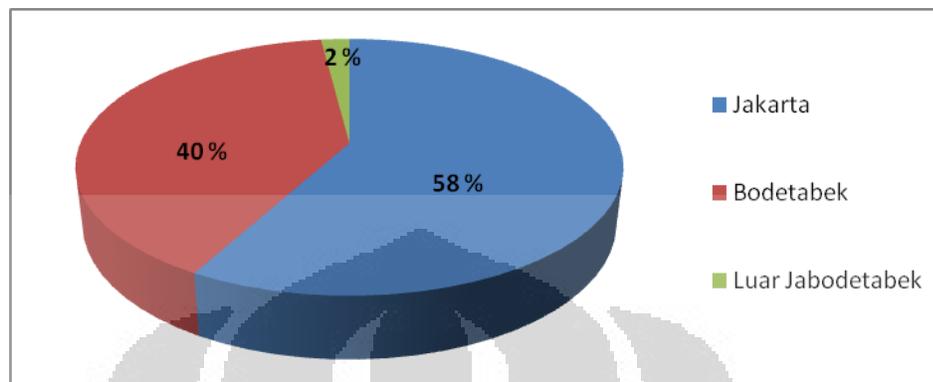


Latar belakang pendidikan responden adalah dimulai dari SMA sampai dengan Master, dengan responden yang memiliki latar belakang pendidikan tingkat sarjana terdapat jumlah terbanyak sebesar 70 % sementara responden dengan latar belakang pendidikan SMA paling sedikit hanya sebesar 6 %. Tingkat pendidikan seseorang menunjukkan tingkat pengetahuan dan wawasan yang dimiliki, yang akan mempengaruhi tingkat kemampuan menganalisis suatu masalah seperti permasalahan kegagalan jasa layanan dan pemulihannya di SBU Garuda Sentra Medika

E. Deskripsi Responden berdasarkan Tempat Tinggal Responden

Pengelompokkan data responden berdasarkan tempat tinggal mereka dapat dilihat dari diagram 4.5 berikut ini :

Diagram 4.5
Tempat Tinggal Responden

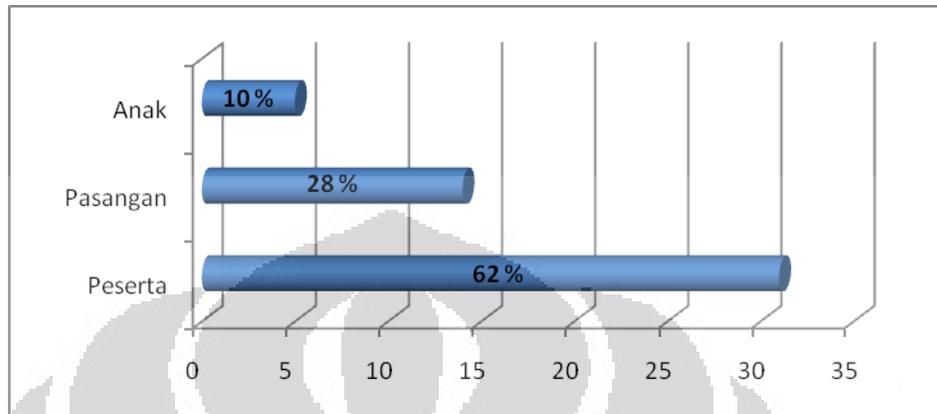


Dari hasil pengelompokan 50 orang responden pada diagram 4.5 diatas maka dapat diketahui bahwa responden paling banyak memiliki tempat tinggal di daerah Kota Jakarta sebanyak 58 % dari keseluruhan jumlah responden, dan responden yang tinggal di Luar Jabodetabek berjumlah 1 orang atau hanya 2% dari jumlah seluruh responden. Kategori tempat tinggal sengaja peneliti masukkan kedalam kuesioner penelitian untuk dapat mengetahui apakah banyak terdapat responden dengan kriteria responden pernah merasakan kegagalan jasa dan pemulihan layanan SBU GSM yang memiliki tempat tinggal di luar daerah Jabodetabek, ternyata hanya terdapat 1 orang responden yang menurut data yang diperoleh (lampiran) kemungkinan responden tersebut adalah seorang pramugari / cabin crew yang berasal dari luar daerah.

F. Deskripsi Responden berdasarkan Status Kepesertaan

Penyajian pengelompokan deskripsi responden berdasarkan status kepesertaan di SBU Garuda Sentra Medika terdapat pada diagram 4.6 berikut ini:

Diagram 4.6
Status Kepesertaan Responden



Presentase jumlah responden yang merupakan peserta, baik itu dari program jaminan pelayanan kesehatan, jaminan asuransi kesehatan, maupun peserta yang berasal dari pasien umum mendominasi jumlah responden keseluruhan, yaitu sebesar 62 %, sementara kategori status kepesertaan pasangan merupakan istri / suami dari peserta diluar pasien umum adalah sebesar 28 %, dan sisanya yang paling sedikit yaitu anak sebesar 10 %. Status kepesertaan disini akan ikut mempengaruhi tanggapan persepsi yang diberikan kepada pelayanan *service recovery* yang diberikan oleh pihak SBU Garuda Sentra Medika, karena biasanya seseorang yang berstatus peserta disini akan merasa ingin dilayani secara lebih baik karena ini akan menyangkut kinerja operasional perusahaan tempat dimana responden tersebut bekerja, apabila kesehatan mereka tidak ditangani dengan baik maka akan mempengaruhi produktivitas perusahaan.

4.1.2 Analisis Statistik per Dimensi Penelitian

Untuk mengetahui pendapat atau persepsi yang diberikan responden pada masing-masing dimensi kuesioner pemulihan layanan (*service recovery*), maka dilakukan analisa deskripsi presentase terhadap hasil tanggapan responden pada masing masing pernyataan. Dan juga peneliti menghitung hasil rata-rata (*mean*) dari

tanggapan responden pada setiap indikator kemudian dikelompokkan kedalam kategori batasan kelas yang sudah di tentukan, batasan kelas yang dimaksud adalah :

Tabel 4.1
Pembagian Kelas (ii)

Batasan	Kategori
$1,0 < x \leq 1,80$	Rendah
$1,81 < x \leq 2,60$	Agak rendah
$2,61 < x \leq 3,40$	Sedang
$3,41 < x \leq 4,20$	Agak Tinggi
$4,21 < x \leq 5,0$	Tinggi

Deskripsi Dimensi *Interactional Justice*

Dalam mendeskripsikan persepsi responden pada dimensi *Interactional Justice* dari pemulihan layanan yang dilakukan pihak SBU Garuda Sentra Medika yang memfokuskan kepada kelakuan atau respon awal dari penyedia layanan pada pengajuan komplain yang diajukan pelanggan, maka dapat dilihat dari hasil pengelompokkan tanggapan responden terhadap masing-masing indikator yang digunakan untuk mengukur dimensi *Interactional Justice*.

1. Indikator Kejelasan Informasi

Tanggapan responden terhadap kejelasan informasi yang diperoleh dari petugas pelayanan pada saat pelanggan mengajukan keluhan, disajikan dalam tabel 4.2 berikut ini :

Tabel 4.2
Tanggapan Responden terhadap
Indikator Kejelasan Informasi Petugas

No.	Keterangan	Jumlah	Presentase	Mean
1	Sangat Tidak Setuju	-	-	3,64
2	Tidak Setuju	2	4 %	
3	Ragu-ragu	15	30 %	
4	Setuju	32	64 %	
5	Sangat Setuju	1	2 %	
TOTAL		50	100 %	

Hasil tanggapan responden terhadap kejelasan informasi yang disampaikan petugas pelayanan, sebanyak 4 % menyatakan tidak setuju, 30 % ragu-ragu, 64 % setuju dan 2 % sangat setuju. Dan apabila dilihat dari hasil nilai mean pada indikator kejelasan informasi petugas berada dalam rentang $3,41 < \leq 4,20$ yang termasuk dalam kategori 'Agak Tinggi' dimana kebanyakan responden menjawab dengan nilai "4" yang berarti "SETUJU" terhadap kejelasan informasi yang diberikan oleh petugas layanan di SBU Garuda Sentra Medika dan ditanggapi responden dengan cukup baik.

Kejelasan informasi dari petugas merupakan salah satu faktor penting yang harus selalu ditekankan pada setiap pelayanan jasa terutama pada dimensi *interactional justice* pada *service recovery* yang merupakan respon awal dari penyedia layanan terhadap keluhan pelanggan, indikator ini akan mempengaruhi pengetahuan pelanggan terhadap suatu layanan yang mereka anggap telah gagal. Dengan adanya kejelasan informasi dari petugas, maka petugas akan menjelaskan apa yang sebenarnya terjadi, itu akan sedikit mengurangi rasa kecewa yang dialami oleh pelanggan tersebut. Menurut pengamatan yang peneliti lakukan di SBU Garuda Sentra Medika, apabila pelanggan menanyakan sesuatu hal atau ketika pelanggan mengajukan komplain kepada petugas atas kesalahan / kegagalan jasa yang mereka rasakan, maka petugas akan dengan segera berusaha memberikan kejelasan informasi mengenai kesalahan tersebut dengan baik. Misalkan apabila seorang pelanggan merasa pelayanan antrian untuk berobat terlalu lama, mereka

komplain ke petugas, kemudian petugas pun akan dengan segera memberitahukan alasan lamanya pengerjaan / tindakan dari dokter dikarenakan seorang pasien yang sedang ditangani oleh dokter tersebut memiliki kasus penyakit yang rumit dan dokter pun harus memberi tindakan atau mendiagnosis suatu penyakit dengan lebih mendalam. Dengan kejelasan informasi yang diberikan petugas tersebut maka pelanggan akan segera mengerti keadaan yang sesungguhnya dan bersedia bersabar menunggunya.

2. Indikator Kejujuran Pengakuan Kesalahan

Tanggapan responden terhadap kejujuran pengakuan kesalahan oleh petugas pelayanan pada saat terjadinya kesalahan / kegagalan layanan, disajikan dalam tabel 4.3 berikut ini :

Tabel 4.3
Tanggapan Responden terhadap
Indikator Kejujuran Pengakuan Kesalahan Petugas

No.	Keterangan	Jumlah	Presentase	Mean
1	Sangat Tidak Setuju	-	-	2,96
2	Tidak Setuju	2	4 %	
3	Ragu-ragu	48	96 %	
4	Setuju	-	-	
5	Sangat Setuju	-	-	
TOTAL		50	100 %	

Responden yang menyatakan tidak setuju terhadap kejujuran pengakuan kesalahan oleh petugas pelayanan pada saat terjadinya kesalahan / kegagalan layanan sebanyak 4 % sedangkan sisanya sebanyak 96 % menyatakan ragu-ragu. Pada indikator tingkat kejujuran petugas dimana nilai mean sebesar 2,96 berada pada rentang $2,61 < x \leq 3,40$ termasuk dalam kategori 'Sedang', yang berarti persepsi responden pada indikator ini biasa-biasa saja, bahkan jumlah responden merasa ragu terhadap kejujuran petugas dalam mengakui kesalahan pelayanan sangat mendominasi.

Kejujuran pengakuan kesalahan dari petugas merupakan salah satu faktor paling penting yang harus selalu ditekankan pada setiap pelayanan jasa terutama pada dimensi *interactional justice* pada *service recovery* yang merupakan respon awal dari penyedia layanan terhadap keluhan pelanggan, indikator ini akan mempengaruhi tingkat kepercayaan pelanggan terhadap suatu layanan yang mereka anggap telah gagal. Dengan adanya kejujuran pengakuan kesalahan dari petugas, maka pelanggan akan menganggap kesalahan pelayanan tersebut merupakan bagian dari kesalahan dari faktor manusia ataupun teknis tergantung dari tingkat dan penyebab kegagalan jasa tersebut. Menurut pengamatan yang peneliti lakukan di SBU Garuda Sentra Medika, kejujuran pengakuan kesalahan yang dilakukan oleh petugas layanan tergantung dari kejujuran masing-masing pribadi petugas, menurut pengamatan peneliti selama peneliti melakukan survey dan mencari responden untuk mengisi kuesioner, peneliti melihat ketika ada seorang pelanggan yang mengajukan komplain kepada petugas, petugas tersebut berusaha untuk mengklarifikasi masalah kemudian berusaha untuk menjelaskan apa yang sebenarnya terjadi dan apa yang sebenarnya menyebabkan terjadinya kegagalan jasa tersebut kepada pelanggan. Setelah petugas tersebut mengklarifikasi masalah kepada pelanggan, ada beberapa petugas yang mengakui kesalahan dan langsung meminta maaf apabila kesalahan tersebut datang langsung dari petugas itu sendiri bukan dari petugas lain, namun apabila kesalahan timbul akibat kesalahan petugas lain biasanya petugas tersebut hanya memberi alasan mengapa kesalahan itu bisa terjadi tanpa meminta maaf kepada pelanggan tersebut.

3. Indikator Kesopanan

Tanggapan responden terhadap kesopanan petugas pelayanan pada saat terjadinya kesalahan / kegagalan pelayanan, disajikan dalam tabel 4.4 berikut ini:

Tabel 4.4
Tanggapan Responden terhadap
Indikator Kesopanan Petugas saat terjadinya Kegagalan Jasa

No.	Keterangan	Jumlah	Presentase	Mean
1	Sangat Tidak Setuju	-	-	3,88
2	Tidak Setuju	-	-	
3	Ragu-ragu	10	20 %	
4	Setuju	36	72 %	
5	Sangat Setuju	4	8 %	
TOTAL		50	100 %	

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa sebanyak 20 % responden menyatakan ragu-ragu, 72 % setuju, dan 8 % menyatakan sangat setuju terhadap kesopanan petugas pelayanan pada saat terjadinya kesalahan / kegagalan pelayanan. Apabila dilihat dari hasil nilai mean pada indikator kesopanan petugas berada dalam rentang $3,41 < x \leq 4,20$ yang termasuk dalam kategori ‘Agak Tinggi’ dimana responden mempunyai persepsi bahwa kesopanan yang diberikan oleh petugas layanan di SBU Garuda Sentra Medika cukup baik.

Menurut pengamatan yang peneliti lakukan di SBU Garuda Sentra Medika, sikap sopan dari petugas juga merupakan salah satu faktor penting yang harus selalu ditekankan pada setiap pelayanan jasa terutama dimensi *interactional justice* pada *service recovery* yang merupakan respon awal dari penyedia layanan terhadap keluhan pelanggan, indikator ini akan mempengaruhi tingkat kepercayaan pelanggan terhadap suatu layanan. Kesopanan yang dilakukan petugas terhadap pelanggan yang mengajukan komplain terlihat ketika pelanggan sedikit kecewa akan kecepatan waktu pelayanan petugas agak terlalu lama, petugas menanggapi dengan sopan dan memberitahukan kepada pelanggan dengan senyum yang ramah. Pantas jika tanggapan persepsi responden pada indikator ini banyak yang menyatakan setuju pada kesopanan yang diberikan

petugas pada saat terjadinya kegagalan jasa layanan di SBU Garuda Sentra Medika.

4. Indikator Usaha Petugas

Tanggapan responden terhadap adanya usaha petugas pelayanan untuk membantu menangani keluhan pelanggan, disajikan dalam tabel 4.5 berikut ini :

Tabel 4.5
Tanggapan Responden terhadap Indikator Usaha Petugas
dalam membantu menangani keluhan

No.	Keterangan	Jumlah	Presentase	Mean
1	Sangat Tidak Setuju	-	-	3,56
2	Tidak Setuju	3	6 %	
3	Ragu-ragu	16	32 %	
4	Setuju	31	62 %	
5	Sangat Setuju	-	-	
TOTAL		50	100 %	

Sebanyak 6 % responden menyatakan tidak setuju terhadap adanya usaha petugas pelayanan untuk membantu menangani keluhan pelanggan, 32 % ragu-ragu, dan 62 % menyatakan setuju. Jika dilihat dari hasil nilai mean pada indikator usaha petugas dalam membantu menangani keluhan pelanggan berada dalam rentang $3,41 < x \leq 4,20$ yang termasuk dalam kategori 'Agak Tinggi' dimana responden mempunyai persepsi bahwa usaha yang diberikan oleh petugas layanan dalam membantu menangani keluhan pelanggan di SBU Garuda Sentra Medika cukup baik.

Menurut pengamatan yang peneliti lakukan di SBU Garuda Sentra Medika, usaha membantu menangani keluhan dari petugas juga merupakan salah satu faktor yang harus ditekankan pada setiap pelayanan jasa terutama dimensi *interactional justice* pada *service recovery* yang merupakan respon awal dari penyedia layanan terhadap keluhan pelanggan, indikator ini akan mempengaruhi tingkat

kepercayaan pelanggan terhadap suatu layanan. Sikap petugas yang selalu membantu pelanggan yang mengajukan komplain terlihat ketika pada saat pelanggan mengajukan komplain, petugas menanggapi dengan sopan dan membantu pelanggan dengan langsung memberitahukan kepada pelanggan atas kesalahan pelayanan yang terjadi dengan jelas, dan juga ikut membantu pelanggan untuk mengisi formulir komplain pelanggan.

5. Indikator Empati (Kepedulian)

Tanggapan responden terhadap rasa empati (kepedulian) petugas pelayanan dalam menangani keluhan pelanggan, disajikan dalam tabel 4.6 berikut ini :

Tabel 4.6
Tanggapan Responden terhadap
Indikator Empati Petugas

No.	Keterangan	Jumlah	Presentase	Mean
1	Sangat Tidak Setuju	-	-	3,58
2	Tidak Setuju	-	-	
3	Ragu-ragu	21	42 %	
4	Setuju	29	58 %	
5	Sangat Setuju	-	-	
TOTAL		50	100 %	

Dua puluh sembilan orang responden (58 %) menyatakan setuju akan adanya rasa empati petugas pelayanan terhadap pelanggan yang mengajukan keluhan / komplain, sedangkan sebanyak 21 orang (42 %) diantaranya menyatakan ragu-ragu terhadap adanya kepedulian petugas pelayanan. Hasil nilai mean pada indikator empati (kepedulian) petugas dalam menangani keluhan pelanggan berada dalam rentang $3,41 \leq x < 4,20$ yang termasuk dalam kategori 'Agak Tinggi' dimana responden mempunyai persepsi bahwa kepedulian yang diberikan oleh petugas layanan dalam menangani keluhan pelanggan di SBU Garuda Sentra Medika cukup baik.

Rasa empati atau kepedulian dari petugas merupakan salah satu faktor penting pada setiap pelayanan jasa terutama dimensi *interactional justice* pada *service recovery* yang merupakan respon awal dari penyedia layanan terhadap keluhan pelanggan, indikator ini akan mempengaruhi tingkat kepercayaan pelanggan terhadap suatu layanan. Menurut pengamatan yang peneliti lakukan di SBU Garuda Sentra Medika, sikap petugas yang menunjukkan rasa empati (kepedulian) dalam menangani keluhan pelanggan terlihat ketika pada saat pelanggan mengajukan komplain, petugas pelayanan SBU Garuda Sentra Medika menanggapi penuh rasa peduli kepada pelanggan dengan memberi perhatian penuh dan berusaha memahami pelanggan yang mengajukan komplain atas kegagalan layanan yang mereka rasakan.

Deskripsi Dimensi Procedural Justice

Dalam mendeskripsikan persepsi responden pada dimensi *Procedural Justice* dari pemulihan layanan yang dilakukan pihak SBU Garuda Sentra Medika yang memfokuskan pada keadilan yang seharusnya diterima oleh konsumen ketika mengajukan komplain sesuai dengan aturan dan kebijakan yang telah ditetapkan perusahaan, maka dapat dilihat dari hasil pengelompokan tanggapan responden terhadap masing-masing indikator yang digunakan untuk mengukur dimensi *Procedural Justice*.

1. Indikator Fleksibilitas Penanganan Keluhan

Tanggapan responden terhadap fleksibilitas penanganan keluhan pelanggan, disajikan dalam tabel 4.7 berikut ini :

Tabel 4.7
Tanggapan Responden terhadap
Indikator Fleksibilitas Penanganan Keluhan

No.	Keterangan	Jumlah	Presentase	Mean
1	Sangat Tidak Setuju	-	-	2,68
2	Tidak Setuju	17	34 %	
3	Ragu-ragu	32	64 %	

4	Setuju	1	2 %
5	Sangat Setuju	-	-
TOTAL		50	100 %

Pada Tabel 4.7 diatas menghasilkan data bahwa sebanyak 34 % responden menyatakan tidak setuju terhadap pernyataan fleksibilitas penanganan keluhan pelanggan di SBU Garuda Sentra Medika, 2 % menyatakan setuju, dan paling banyak menyatakan ragu-ragu sebesar 64 %. Pada indikator fleksibilitas penanganan keluhan dimana nilai mean sebesar 2,68 berada pada rentang $2,61 < x \leq 3,40$ yang termasuk dalam kategori 'Sedang', yang berarti persepsi responden pada indikator ini biasa-biasa saja, bahkan mungkin kebanyakan responden merasa ragu terhadap fleksibilitas penanganan keluhan yang dilakukan oleh SBU Garuda Sentra Medika.

Menurut pengamatan yang peneliti lakukan di SBU Garuda Sentra Medika, fleksibilitas penanganan keluhan merupakan salah satu faktor penting pada *service recovery* dalam dimensi *procedural justice* yang merupakan keadilan yang seharusnya diterima oleh konsumen ketika mengajukan komplain sesuai dengan aturan dan kebijakan yang telah ditetapkan perusahaan, Fleksibilitas petugas pelayanan dalam menanggapi keluhan pelanggan berusaha menyesuaikan diri dengan keadaan *complainers* yang akan memudahkan pelanggan dalam melakukan tindakan proses pengajuan keluhan kepada penyedia layanan dari keluhan itu disampaikan, respon dari pihak penyedia layanan, hingga masalah tersebut terselesaikan.

2. Indikator Kecepatan Waktu

Tanggapan responden terhadap pernyataan petugas pelayanan bertindak dengan cepat pada saat penanganan pemulihan layanan, dari saat keluhan disampaikan hingga (*action*) tindakan pemulihan, disajikan dalam tabel 4.8 berikut ini :

Tabel 4.8
Tanggapan Responden terhadap
Indikator Kecepatan Waktu Penanganan

No.	Keterangan	Jumlah	Presentase	Mean
1	Sangat Tidak Setuju	-	-	2,82
2	Tidak Setuju	10	20 %	
3	Ragu-ragu	39	78 %	
4	Setuju	1	2 %	
5	Sangat Setuju	-	-	
TOTAL		50	100 %	

Pada pernyataan petugas pelayanan bertindak dengan cepat pada saat penanganan pemulihan layanan, dari saat keluhan disampaikan hingga (*action*) tindakan pemulihan, hanya 1 orang responden (2 %) yang menyatakan setuju, 39 orang responden (78 %) menyatakan ragu-ragu, dan sisanya 10 orang responden (20 %) menyatakan tidak setuju terhadap pernyataan tersebut. Tanggapan responden terhadap indikator kecepatan waktu penanganan keluhan menghasilkan nilai mean sebesar 2,82 berada pada rentang $2,61 < x \leq 3,40$ yang termasuk dalam kategori 'Sedang', yang berarti persepsi responden pada indikator ini biasa-biasa saja, bahkan kebanyakan responden merasa ragu terhadap kecepatan waktu penanganan keluhan yang dilakukan oleh SBU Garuda Sentra Medika.

Kecepatan waktu penanganan keluhan merupakan salah satu faktor penting pada *service recovery* dalam dimensi *procedural justice* yang merupakan keadilan yang seharusnya diterima oleh konsumen ketika mengajukan komplain sesuai dengan aturan dan kebijakan yang telah ditetapkan perusahaan. Menurut pengamatan yang peneliti lakukan di SBU Garuda Sentra Medika, kecepatan waktu petugas pelayanan dalam menangani keluhan pelanggan oleh petugas SBU Garuda Sentra Medika memang sudah diusahakan dengan maksimal dan berusaha menanganinya dengan cepat, tetapi karena faktor banyaknya pelanggan yang mengajukan komplain di customer service atau apabila si pelanggan tersebut mengajukannya dibagian pelayanan operasional dimana banyaknya

pasien yang menunggu untuk dilayani juga, maka petugas tidak bisa langsung melakukan pemulihan layanan pada saat itu juga. Salah satu cara yang dilakukan oleh petugas biasanya dengan menampung komplain pelanggan dengan mengisi formulir komplain pelanggan dan akan menindaklanjutinya dengan segera.

3. Indikator Kemudahan Akses Komplain

Tanggapan responden terhadap kemudahan akses untuk menyampaikan keluhan pelanggan, disajikan dalam tabel 4.9 berikut ini :

Tabel 4.9
Tanggapan Responden terhadap
Indikator Kemudahan Akses Pengajuan Komplain

No.	Keterangan	Jumlah	Presentase	Mean
1	Sangat Tidak Setuju	-	-	2,88
2	Tidak Setuju	9	18 %	
3	Ragu-ragu	38	76 %	
4	Setuju	3	6 %	
5	Sangat Setuju	-	-	
TOTAL		50	100 %	

Sebanyak 18 % responden menyatakan tidak setuju terhadap pernyataan kemudahan akses untuk menyampaikan keluhan pelanggan, 76 % menyatakan ragu-ragu, dan 6 % responden menyatakan setuju akan kemudahan akses pengajuan komplain di SBU Garuda Sentra Medika. Hasil nilai mean pada indikator kemudahan akses pengajuan keluhan sebesar 2,88 berada pada rentang $2,61 < x \leq 3,40$ yang termasuk dalam kategori 'Sedang', yang berarti persepsi responden pada indikator ini biasa-biasa saja, lebih banyak responden merasa ragu terhadap kemudahan akses pengajuan keluhan yang dilakukan oleh SBU Garuda Sentra Medika.

Menurut pengamatan yang peneliti lakukan di SBU Garuda Sentra Medika, kemudahan akses dalam pengajuan keluhan merupakan salah satu faktor penting pada pada *service recovery* dalam dimensi *procedural justice* yang merupakan

keadilan yang seharusnya diterima oleh konsumen ketika mengajukan komplain sesuai dengan aturan dan kebijakan yang telah ditetapkan perusahaan. Kemudahan akses pengajuan keluhan pelanggan akan memudahkan pelanggan dalam melakukan tindakan proses pengajuan keluhan kepada penyedia layanan, akses dalam pengajuan keluhan bisa dari surat saran dan kritik, email, via telepon, atau dengan langsung mengajukan komplain kepada petugas *customer service* maupun petugas pelayanan lainnya di SBU Garuda Sentra Medika.

4. Indikator Pengawasan Petugas

Tanggapan responden terhadap pengawasan petugas pelayanan sebagai antisipasi kegagalan layanan jasa cukup baik, disajikan dalam tabel 4.10 berikut ini :

Tabel 4.10
Tanggapan Responden terhadap
Indikator Pengawasan Petugas cukup baik

No.	Keterangan	Jumlah	Presentase	Mean
1	Sangat Tidak Setuju	-	-	2,62
2	Tidak Setuju	19	38 %	
3	Ragu-ragu	31	62 %	
4	Setuju	-	-	
5	Sangat Setuju	-	-	
TOTAL		50	100 %	

Responden yang menyatakan tidak setuju terhadap pengawasan petugas pelayanan sebagai antisipasi kegagalan layanan jasa cukup baik sebanyak 38 % sedangkan sisanya sebanyak 62 % menyatakan ragu-ragu. Hasil nilai mean pada indikator kemudahan pengawasan petugas-cukup baik sebesar 2,62 berada pada rentang $2,61 < x \leq 3,40$ yang termasuk dalam kategori 'Sedang', yang berarti persepsi responden pada indikator ini biasa-biasa saja, lebih banyak responden merasa ragu terhadap pengawasan petugas pelayanan sebagai antisipasi kegagalan layanan jasa-cukup baik yang dilakukan oleh SBU Garuda Sentra Medika.

Pengawasan petugas pelayanan sebagai antisipasi kegagalan layanan jasa merupakan salah satu faktor penting pada *service recovery* dalam dimensi *procedural justice* yang merupakan keadilan yang seharusnya diterima oleh konsumen ketika mengajukan komplain sesuai dengan aturan dan kebijakan yang telah ditetapkan perusahaan. Menurut pengamatan yang dilakukan peneliti di SBU Garuda Sentra Medika, pengawasan sebagai antisipasi kegagalan layanan jasa oleh petugas SBU Garuda Sentra Medika memang belum terlihat secara kasat mata oleh pelanggan SBU Garuda Sentra Medika, tetapi menurut pernyataan dari salah satu staff, mengatakan bahwa pada sektor pelayanan di SBU Garuda Sentra Medika pada setiap senin pagi sebelum dimulainya kegiatan pekerjaan dilakukan briefing pagi oleh semua petugas pelayanan yang dipimpin oleh Senior Manajer Clinic Service. Pada moment tersebut mungkin dari pimpinan atau supervisor melakukan penyuluhan kepada para petugas layanan untuk bekerja dengan baik, dan meminimalisir segala kesalahan yang ada untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

5. Indikator Pengawasan Pengambilan Keputusan

Tanggapan responden terhadap pengawasan pengambilan keputusan atas keluhan pelanggan cukup baik, disajikan dalam tabel 4.11 berikut ini :

Tabel 4.11
Tanggapan Responden terhadap
Indikator Pengawasan Pengambilan Keputusan cukup baik

No.	Keterangan	Jumlah	Presentase	Mean
1	Sangat Tidak Setuju	-	-	2,70
2	Tidak Setuju	16	32 %	
3	Ragu-ragu	33	66 %	
4	Setuju	1	2 %	
5	Sangat Setuju	-	-	
TOTAL		50	100 %	

Hasil tanggapan responden terhadap pengawasan pengambilan keputusan atas keluhan pelanggan cukup baik, sebanyak 32 % menyatakan tidak setuju, 66 % ragu-ragu, dan 2 % responden menyatakan setuju. Tanggapan responden terhadap indikator pengawasan pengambilan keputusan atas keluhan pelanggan-cukup baik menghasilkan nilai mean sebesar 2,70 berada pada rentang $2,61 < x \leq 3,40$ yang termasuk dalam kategori 'Sedang', yang berarti persepsi responden pada indikator ini biasa-biasa saja, bahkan kebanyakan responden merasa ragu terhadap pengawasan pengambilan keputusan atas keluhan pelanggan yang dilakukan oleh SBU Garuda Sentra Medika.

Menurut pengamatan yang dilakukan peneliti di SBU Garuda Sentra Medika, pengambilan keputusan merupakan suatu tindakan penyelesaian yang akan dilakukan pada pemulihan layanan yang akan menentukan dengan cara bagaimana keluhan konsumen tersebut harus ditindaklanjuti. Tetapi sebelum suatu petugas mengambil suatu keputusan pemulihan layanan jasa, biasanya terdapat salah satu chief yang akan membantu para petugas dalam pengambilan keputusan tersebut, chief tersebut akan memberi saran bagaimana sebaiknya dilakukan suatu pemulihan layanan, dan akan mengkonfirmasi kepada dokter apabila kasus tersebut berkaitan dengan tindakan medis.

Deskripsi Dimensi Distributive Justice

Dalam mendeskripsikan persepsi responden pada dimensi *Distributive Justice* dari pemulihan layanan yang dilakukan pihak SBU Garuda Sentra Medika yang memfokuskan pada hasil dari penyelesaian *service recovery*, maka dapat dilihat dari hasil pengelompokan tanggapan responden terhadap masing-masing indikator yang digunakan untuk mengukur dimensi *Distributive Justice*.

1. Indikator Kompensasi *free of charge*

Tanggapan responden terhadap pemberian *free of charge* kepada pelanggan sebagai kompensasi dari kesalahan / kegagalan layanan, disajikan dalam tabel 4.12 berikut ini :

Tabel 4.12
Tanggapan Responden terhadap
Indikator Pemberian *free of charge*

No.	Keterangan	Jumlah	Presentase	Mean
1	Sangat Tidak Setuju	1	2 %	2,7
2	Tidak Setuju	27	54 %	
3	Ragu-ragu	8	16 %	
4	Setuju	14	28 %	
5	Sangat Setuju	-	-	
TOTAL		50	100 %	

Empat belas orang responden (28 %) menyatakan setuju akan adanya pemberian *free of charge* kepada pelanggan sebagai kompensasi dari kesalahan / kegagalan layanan, sedangkan sebanyak 8 orang (16 %) diantaranya menyatakan ragu-ragu, 27 orang responden (54 %) menyatakan tidak setuju, dan sisanya 1 orang (2 %) menyatakan sangat tidak setuju. Tanggapan responden terhadap indikator pemberian *free of charge* menghasilkan nilai mean sebesar 2,70 berada pada rentang $2,61 < x \leq 3,40$ yang termasuk dalam kategori ‘Sedang’, yang berarti persepsi responden pada indikator ini biasa-biasa saja, bahkan kebanyakan responden menjawab tidak setuju indikator pemberian *free of charge* yang dilakukan oleh SBU Garuda Sentra Medika.

Pemberian *free of charge* kepada pelanggan sebagai bentuk kompensasi kegagalan layanan merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh SBU Garuda Sentra Medika dalam melakukan *service recovery*. Menurut hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan staff pelayanan di SBU Garuda Sentra Medika, pemberian *free of charge* kepada pelanggan biasanya dilakukan apabila dalam melakukan suatu tindakan pengobatan, misalnya tindakan oleh dokter gigi mengalami kegagalan, atau yang disebabkan oleh kesalahan dokter melakukan tindakan / mendiagnosis suatu penyakit yang menyebabkan pasien terganggu dan kecewa atas tindakan dokter tersebut. Tetapi menurut hasil kuesioner dari 50

orang responden menyatakan bahwa lebih dari 50 % atau tepatnya 54 % menyatakan tidak setuju atas pernyataan indikator tersebut.

2. Indikator Kompensasi Penggantian Jasa Kembali

Tanggapan responden terhadap pemberian penggantian jasa kembali yang sesuai kepada pelanggan sebagai kompensasi dari kesalahan / kegagalan jasa, disajikan dalam tabel 4.13 berikut ini :

Tabel 4.13
Tanggapan Responden terhadap
Indikator Penggantian Jasa Kembali

No.	Keterangan	Jumlah	Presentase	Mean
1	Sangat Tidak Setuju	-	-	3,80
2	Tidak Setuju	4	8 %	
3	Ragu-ragu	4	8 %	
4	Setuju	40	80 %	
5	Sangat Setuju	2	4 %	
TOTAL		50	100 %	

Pada Tabel 4.13 diatas menghasilkan data bahwa sebanyak 8 % responden menyatakan tidak setuju terhadap pernyataan adanya pemberian penggantian jasa kembali yang sesuai kepada pelanggan sebagai kompensasi dari kesalahan / kegagalan jasa, 8 % menyatakan ragu-ragu, 2 % sangat setuju, dan paling banyak menyatakan setuju sebesar 80 %. Jika dilihat dari hasil nilai mean pada indikator usaha petugas dalam membantu menangani keluhan pelanggan berada dalam rentang $3,41 < x \leq 4,20$ yang termasuk dalam kat egori 'Agak Tinggi' dimana 80 % responden mempunyai persepsi bahwa pemberian penggantian jasa kembali yang sesuai kepada pelanggan sebagai kompensasi dari kesalahan / kegagalan jasa di SBU Garuda Sentra Medika cukup baik dan sesuai dengan apa yang seharusnya didapatkan.

Pemberian penggantian jasa kembali yang sesuai kepada pelanggan sebagai kompensasi dari kesalahan / kegagalan jasa merupakan salah satu cara yang

dilakukan oleh SBU Garuda Sentra Medika dalam melakukan tindakan yang memfokuskan pada hasil dari penyelesaian *service recovery*, misalnya usaha apa saja yang dilakukan perusahaan untuk menangani keluhan pelanggan ketika perusahaan melakukan kesalahan, meskipun perusahaan harus mengeluarkan biaya yang besar sebagai pengganti kerugian. Menurut hasil wawancara yang dilakukan peneliti Pemberian penggantian jasa kembali yang sesuai kepada pelanggan biasanya dilakukan apabila dalam melakukan suatu tindakan pengobatan, misalnya tindakan oleh dokter gigi mengalami kegagalan, atau yang disebabkan oleh kesalahan dokter melakukan tindakan / mendiagnosis suatu penyakit yang menyebabkan pasien terganggu dan kecewa atas tindakan dokter tersebut.

3. Indikator Kompensasi Pemberian *Reward* dalam bentuk pelayanan khusus

Tanggapan responden terhadap pemberian *reward* dalam bentuk pelayanan khusus salah satu produk layanan kepada pelanggan sebagai kompensasi dari kesalahan / kegagalan jasa, disajikan dalam tabel 4.14 berikut ini :

Tabel 4.14
Tanggapan Responden terhadap Indikator Pemberian *Reward* dalam bentuk pelayanan khusus

No	Keterangan	Jumlah	Presentase	Mean
1	Sangat Tidak Setuju	-	-	2,96
2	Tidak Setuju	8	16 %	
3	Ragu-ragu	36	72 %	
4	Setuju	6	12 %	
5	Sangat Setuju	-	-	
TOTAL		50	100 %	

Jumlah responden yang menyatakan tidak setuju terhadap pernyataan adanya pemberian *reward* dalam bentuk pelayanan khusus salah satu produk layanan kepada pelanggan sebagai kompensasi dari kesalahan / kegagalan jasa sebesar 16

%, kemudian responden yang menyatakan ragu-ragu sebesar 72 %, sedangkan yang menyatakan setuju hanya 12 %. Tanggapan responden terhadap indikator pemberian pemberian *reward* dalam bentuk pelayanan khusus salah satu produk layanan kepada pelanggan sebagai kompensasi dari kesalahan / kegagalan jasa menghasilkan nilai mean sebesar 2,96 berada pada rentang $2,61 < x \leq 3,40$ yang termasuk dalam kategori 'Sedang', yang berarti persepsi responden pada indikator ini biasa-biasa saja, kebanyakan responden menjawab ragu-ragu pada indikator pemberian *reward* dalam bentuk pelayanan khusus yang dilakukan oleh SBU Garuda Sentra Medika.

Pemberian *reward* dalam bentuk pelayanan khusus salah satu produk layanan kepada pelanggan sebagai kompensasi dari kesalahan / kegagalan jasa merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh SBU Garuda Sentra Medika dalam melakukan tindakan yang memfokuskan pada hasil dari penyelesaian *service recovery*, misalnya usaha apa saja yang dilakukan perusahaan untuk menangani keluhan pelanggan ketika perusahaan melakukan kesalahan, meskipun perusahaan harus mengeluarkan biaya yang besar sebagai pengganti kerugian. Menurut hasil wawancara yang dilakukan peneliti terhadap salah satu staff operasional SBU Garuda Sentra Medika, pemberian *reward* dalam bentuk pelayanan khusus salah satu produk layanan kepada pelanggan sebagai kompensasi dari kesalahan / kegagalan jasa untuk menggantikan pemberian penggantian biaya jasa pengobatan dalam *service recovery* yang tidak dilakukan di SBU Garuda Sentra Medika, penyelesaian pemulihan layanan dengan strategi ini biasanya dilakukan apabila dalam melakukan suatu tindakan pengobatan, atau yang disebabkan oleh kesalahan dokter melakukan tindakan / mendiagnosis suatu penyakit yang menyebabkan pasien terganggu dan kecewa atas tindakan dokter tersebut.

4. Indikator Pengiriman Surat Permohonan Maaf Resmi

Tanggapan responden terhadap pengiriman surat permohonan maaf resmi kepada pelanggan atas kesalahan / kegagalan pelayanan jasa, disajikan dalam tabel 4.15 berikut ini :

Tabel 4.15
Tanggapan Responden terhadap
Indikator Pengiriman Surat Permohonan Maaf Resmi

No.	Keterangan	Jumlah	Presentase	Mean
1	Sangat Tidak Setuju	-	-	2,46
2	Tidak Setuju	27	54 %	
3	Ragu-ragu	23	46 %	
4	Setuju	-	-	
5	Sangat Setuju	-	-	
TOTAL		50	100 %	

Dan yang terakhir adalah hasil tanggapan responden terhadap pengiriman surat permohonan maaf resmi kepada pelanggan atas kesalahan / kegagalan pelayanan jasa, sebanyak 54 % menyatakan tidak setuju, dan 46 % tanggapan menyatakan ragu-ragu. Jika dilihat dari hasil nilai mean pada indikator usaha petugas dalam membantu menangani keluhan pelanggan berada dalam rentang $1,81 < \bar{x} \leq 2,60$ yang termasuk dalam kategori 'Agak Rendah' dimana 54 % responden mempunyai persepsi bahwa pengiriman surat permohonan maaf resmi kepada pelanggan atas kesalahan / kegagalan pelayanan jasa di SBU Garuda Sentra Medika belum sesuai dengan apa yang sebenarnya diharapkan oleh pelanggan.

Pengiriman surat permohonan maaf resmi kepada pelanggan atas kesalahan / kegagalan pelayanan jasa merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh SBU Garuda Sentra Medika dalam melakukan tindakan yang memfokuskan pada hasil dari penyelesaian *service recovery*, misalnya usaha apa saja yang dilakukan perusahaan untuk menangani keluhan pelanggan ketika perusahaan melakukan kesalahan, meskipun perusahaan harus mengeluarkan biaya yang besar sebagai

pengganti kerugian. Menurut hasil wawancara yang dilakukan peneliti Pengiriman surat permohonan maaf resmi kepada pelanggan biasanya dilakukan apabila pasien telah mengirimkan surat komplainnya melalui email, pihak SBU Garuda Sentra Medika akan mengirimkan surat permohonan maaf resmi beserta pernyataan akan segera menyelesaikan komplain tersebut dengan melakukan tindakan pemulihan layanan yang sesuai.

Dengan demikian hasil dari seluruh analisis mean pada ketiga dimensi *service recovery* diatas dapat disajikan kedalam tabel 4.16 berikut ini :

Tabel 4.16
Hasil Mean kedalam Batas Kelas

No	Indikator	Mean	Batas Kelas	Kategori	Line Chart
					0 1 2 3 4 5
1	Kejelasan Petugas	3,64	$3,41 < x \leq 4,20$	Agak Tinggi	
2	Kejujuran	2,96	$2,61 < x \leq 3,40$	Sedang	
3	Kesopanan	3,88	$3,41 < x \leq 4,20$	Agak Tinggi	
4	Upaya membantu petugas	3,56	$3,41 < x \leq 4,20$	Agak Tinggi	
5	Empati petugas	3,58	$3,41 < x \leq 4,20$	Agak Tinggi	
6	Fleksibilitas penanganan keluhan	2,68	$2,61 < x \leq 3,40$	Sedang	
7	Kecepatan waktu	2,82	$2,61 < x \leq 3,40$	Sedang	
8	Kemudahan akses	2,88	$2,61 < x \leq 3,40$	Sedang	
9	Pengawasan Petugas	2,62	$2,61 < x \leq 3,40$	Sedang	
10	Pengawasan pengambilan keputusan	2,70	$2,61 < x \leq 3,40$	Sedang	
11	Kompensasi <i>free of charge</i>	2,70	$2,61 < x \leq 3,40$	Sedang	
12	Kompensasi Penggantian Jasa	3,80	$3,41 < x \leq 4,20$	Agak Tinggi	
13	Kompensasi <i>reward</i>	2,96	$2,61 < x \leq 3,40$	Sedang	
14	Surat permohonan maaf	2,46	$1,81 < x \leq 2,60$	Agak Rendah	

4.2 Implikasi Manajerial

Dari hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa variabel pemulihan layanan (*service recovery*) pada objek penelitian yaitu SBU Garuda Sentra Medika yang terbagi atas 3 dimensi *service recovery* yaitu *interactional justice*, *procedural justice*, dan *distributive justice* memiliki pengaruh dalam persepsi pelanggan atas pemulihan layanan yang telah dilakukan. Dengan demikian hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemulihan layanan (*service recovery*) tersebut perlu diperhatikan oleh para pengambil kebijakan di SBU Garuda Sentra Medika yang meliputi :

1. Usaha meningkatkan kualitas pemulihan layanan
2. Usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan keseluruhan

Adapun beberapa kebijakan manajer yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Pemulihan layanan pada dimensi *distributive justice* atau yang memfokuskan kepada penyelesaian masalah *service recovery* pada indikator Pengiriman Surat Permohonan Maaf Resmi kepada pelanggan terbukti paling rendah daripada indikator lainnya, maka dari itu perusahaan harus segera memperbaiki dan meningkatkan suatu cara atau strategi penyelesaian pemulihan layanan apa yang seharusnya dilakukan agar pelanggan tidak kapok untuk mengkonsumsi layanan jasa di SBU Garuda Sentra Medika akibat dari kegagalan jasa yang pernah mereka rasakan.
2. Perusahaan harus berusaha mencari akar permasalahan dari setiap kegagalan dan kesalahan dari sebuah pelayanan, sehingga dengan demikian maka perusahaan dapat merumuskan solusi terbaik terhadap setiap masalah / keluhan yang timbul. Salah satu keuntungan belajar dari kesalahan layanan dari masa lalu adalah perusahaan dapat mengantisipasi kegagalan pelayanan di masa yang akan datang.
3. Meningkatkan kinerja pelayanan pemulihan layanan dengan cara merespon dengan cepat. Untuk dapat merespon dengan cepat setiap keluhan pelanggan, maka setiap pelanggan harus mendapat perlakuan yang adil dan sama.

Pelanggan harus mendapatkan perlakuan yang sama terhadap penjelasan, proses ganti rugi, dan juga keadilan pelayanan yang seharusnya pelanggan dapatkan dari perusahaan.

4.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan maupun kelemahan, dilain pihak keterbatasan dan kelemahan yang ditemukan dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber ide bagi penelitian yang akan datang. Adapun keterbatasan yang dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh peneliti dari kriteria responden yang cukup menyulitkan peneliti dalam mencari responden yang tepat untuk mengisi kuesioner penelitian yang telah disusun oleh peneliti. Tetapi alhasil peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan menyebar kuesioner dengan target 50 orang responden tercapai dengan baik.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Persepsi pelanggan pada layanan pemulihan jasa terbentuk dari hasil pengamatan dan pengalaman sebelumnya dari masing-masing individu, pengalaman yang baik dapat menimbulkan makna persepsi yang baik pula terhadap citra sebuah perusahaan penyedia jasa. Sebaliknya sebuah pengalaman buruk, misalkan dari sebuah kegagalan layanan jasa (*service failure*) dan pemulihannya (*service recovery*) dapat menghasilkan suatu makna persepsi yang tidak baik bagi pelanggan tersebut.

Persepsi pelanggan pada pemulihan layanan SBU Garuda Sentra Medika cenderung baik, hampir keseluruhan pemulihan layanan mulai dari prosedural, interaksional, dan penyelesaian masalah ditanggapi pelanggan dengan baik. Namun untuk indikator pada keadilan prosedural, pelanggan memiliki persepsi biasa saja atau dengan kata lain keadilan prosedural yang diterima oleh pelanggan yang mengajukan keluhan belum dirasakan adil, dan penyelesaian pemulihan layanan dengan cara pengiriman surat permohonan maaf resmi dianggap tidak sesuai dengan harapan sewajarnya yang diterima oleh pelanggan.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian ini, peneliti mengajukan beberapa saran yang bertujuan sebagai bahan pertimbangan penyedia jasa kesehatan SBU Garuda Sentra Medika dalam meningkatkan pemulihan layanan (*service recovery*). Dalam hasil penelitian ini beberapa saran yang diajukan oleh responden kepada SBU Garuda Sentra Medika adalah :

1. Untuk petugas operasional diharapkan untuk lebih perhatian terhadap pasien yang sedang berobat.

2. Untuk petugas pendaftaran agar lebih cekatan dalam melakukan tugasnya, terutama untuk pendaftaran melalui telepon online.
3. Untuk petugas *medical record* agar lebih cepat dalam menyiapkan status rekam medis pasien, mungkin dengan *filing system* yang perlu ditingkatkan lagi.
4. Dokter agar lebih teliti lagi dalam mendiagnosa penyakit pasien.
5. Waktu operasional pelayanan agar diperpanjang.

Saran dari penulis kepada SBU Garuda Sentra Medika adalah :

1. Kualitas pelayanan di SBU Garuda Sentra Medika perlu lebih ditingkatkan, agar kepuasan pelanggan selalu tercapai.
2. Koordinasi dan komunikasi antar petugas operasional pelayanan harus lebih ditingkatkan lagi agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap sesama petugas dalam menangani pasien.
3. Interaksi yang baik antara petugas pelayanan SBU Garuda Sentra Medika dengan pelanggan ketika keluhan pelanggan ditangani harus tetap dipertahankan, kebaikan interaksional memiliki suatu pengaruh yang signifikan bagi terbentuknya kepuasan pelanggan. Dan juga pihak penyedia layanan harus memperbaiki prosedur penanganan keluhan pelanggan yang berpihak kepada pelanggan (*customer oriented*), memudahkan pelanggan, membuat pelanggan lebih fleksibel dalam mengajukan suatu keluhan pelanggan, serta waktu penyelesaian keluhan yang disajikan kepada pelanggan ditangani dengan cepat dan jelas jangka waktunya, interaksi *customer service officer* pun tidak hanya sekedar ramah dan sopan kepada pelanggan tetapi harus juga memiliki empati yang tinggi terhadap pelanggan, sehingga pelangganpun merasa nyaman, dan pada akhirnya hasil penanganan keluhan pun dipersepsikan oleh pelanggan dengan baik dan menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan penting untuk menciptakan kepercayaan, rekomendasi yang baik, dan loyalitas pelanggan terhadap SBU Garuda Sentra Medika.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David, V Kumar.2000. *Marketing Research*. John Wiley & Sons Inc.
- Adrian Payne.2000.*The Essence Of Service Marketing*.Yogyakarta:ANI dan Pearson Educations (ASIA) Pte Ltd.
- Ah-Keng Kau & Elizabeth Wan- Yiun Loh.2006.*The Effect of Service Recovery on Consumer Satisfaction : A Comparison Between Complainers*. Journal of Service Marketing.
- Armistead, Colin G., & Clark, Graham. 1996. *Customer Service and Support (Penerapan Strategi yang Efektif)*.Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Ashley, Christy & Sajeev Varki. 2009. *Loyalty and Its Influence On Complaining Behavior and Service Recovery Satisfaction*. Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior.
- Augusto, Celso de Mastos, Carlos Alberto Vrgas Rossi, Ricardo Teixeira Veiga & Valter Alfonso Vieira. 2009. *Consumer reaction to service failure and service recovery: the moderating of attitude toward complaining*. Journal of Services Marketing,hal.462-475.
- Basu Swastha.DH., & T. Hani Handoko. 1997. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Creswell, W John. 2003. *Desain Penelitian: Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. KIK Press.
- Engel,J., Blackwell,R., Minniard,PW. 1994. *Penjuakan Konsumen*.Jakarta: Binarupa Aksara.
- Hermawan, Asep. 2006. *Penelitian Bisnis : Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana.
- Kartini, Kartono. 1996. *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung: Mandar Maju.
- Kartono Mohammad,Samsi Jacobalis. 1995. *"Rumah Sakit : Antara Komersialisasi dan Etika"*.Jakarta: Gramedia.
- Kotler, Philip & Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*.Jakarta: Erlangga..
- Kristaung,Robert. 2005. *Efektivitas Pemulihan Layanan (Service Recovery) pada salon kecantikan, binatu, dan restoran di Jakarta Barat*. Journal of Services Marketing,hal181-199.

Liljander, Veronica dan Strandvik, Tore. 1997. *Emotions in Service Satisfaction*. International Journal of Service Industry Management, 8(2), 148-169.

Liestyana, Yuli. 2009. *Persepsi Nasabah tentang Layanan Perbankan : Pengaruh Service Failure dan Service Recovery terhadap Behavioral Intentions*. Jurnal Keuangan dan Perbankan, vol. 13, hal. 165-175.

Loudon, David L & Albert J. Della Bitta. 2003. *Consumer Behavior: Concept and Application*. New York: Graw Hill.

Lovelock, Christopher H & Lauren K. Wright. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks.

Malhorta, Naresh. 2002. *Marketing Research*. Australia: Pearson.

Mowen, John C., & Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.

Noor, Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, dan L.L. Berry. 1998. *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*, Journal of Retailing, Vol. 64, No:1.

Prasetyo, Bambang & Lina Miftahul Jannah. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Smith, A.K., Bolton, R.N. and Wagner, J. 1999. "A model of customer satisfaction with service encounters involving failure and recovery"., Journal of Marketing Research, p. 356-72.

Sumarwan, Ujang. 2002. *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: PT Ghalia Indonesia.

Susan M Keveaney. 1995. "Customer Switching Behavior in Service Industries: An Exploratory Study," Journal Marketing 59 hal.71-82.

Tschol, Jhon. 2006. *Cara membuat Pelanggan yang Kecewa dalam 60 Detik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Tjiptono, Fandy. 2011. *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

Umar, Husein. 2003. *Metode Penelitian Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Van Looy, Bart., Roland Van Dierdonck & Apul Gemmel. 2003. *Services Management : An Interated Approach*. Financial Times: London.

Zeithamal, Valerie A., Mary Jo Bitner & Dawayne D. Gemler. 2006. *Service Marketing : Integrating Customer Focus Across the Firm*. 4thed. Mc. New York: Graw Hill.

Skripsi :

Naomi Evalyn. *Pengaruh Service Recovery terhadap Loyalitas pada nasabah Bank Mandiri Hub Jakarta Jatinegara Timur*. Depok: Perpustakaan FISIP UI. 2008.

Sumber lain :

Sahibul Munir. "*Modul Distribusi Statistik Penelitian*". Jakarta: Fakultas Ekonomi - Universitas Mercu Buana. 2007 (didownload pada 11-Apr-2012)

Sistem Kesehatan Nasional. Departemen Kesehatan RI. Jakarta. 2009.

"*Pertumbuhan Rumah Sakit tak sebanding Pelayanannya*". poskota.co.id, 6-okt-2011. dibaca pada Senin, 27/02/2012

Peraturan Menteri Kesehatan No. 84/1992

No. :



KUESIONER PENELITIAN

Responden yang terhormat,

Perkenalkan nama saya Yan Putra Pratama (23 Tahun), mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Administrasi Niaga Ekstensi Universitas Indonesia. Saat ini saya telah memasuki semester akhir dan sedang menyusun Karya Ilmiah tentang “**Analisis Persepsi Pelanggan pada Pemulihan Layanan (*Service Recovery*) SBU Garuda Sentra Medika (GSM)**”, maka dari itu untuk memenuhi seluruh kebutuhan data tersebut saya membuat kuesioner ini.

Untuk itu saya memohon kesediaan anda untuk dapat meluangkan waktu dan mengisi kuesioner ini dengan sebenar-benarnya. **Segala perolehan data dalam kuesioner ini akan dirahasiakan.**

Atas Perhatian dan kesediaan Anda, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Yan Putra Pratama

Silahkan mulai mengisi kuesioner ini dengan cara memberi tanda (√) pada setiap jawaban.

Dimohon untuk mengisi 1 pertanyaan dengan 1 jawaban.

Screening Question

Apakah anda pernah merasakan mengalami kejadian yang tidak memuaskan anda saat menggunakan jasa layanan kesehatan SBU Garuda Sentra Medika ?

- Ya (Lanjut ke pertanyaan berikutnya)
 Tidak (STOP ! Terima Kasih atas partisipasi anda dalam kuesioner ini)

Apakah anda pernah mengajukan keluhan kepada pihak SBU Garuda Sentra Medika ?

- Ya (Lanjut ke pertanyaan berikutnya)
 Tidak (STOP ! Terima Kasih atas partisipasi anda dalam kuesioner ini)

Apakah pihak SBU Garuda Sentra Medika merespon keluhan anda dengan melakukan pemulihan layanannya ?

- Ya (Lanjut ke pertanyaan berikutnya)
 Tidak (STOP ! Terima Kasih atas partisipasi anda dalam kuesioner ini)

I. Identitas Responden

Usia Anda ?

- 17-20 Tahun 21-30 Tahun 31-40 Tahun
 41-50 Tahun > 50 Tahun

Jenis kelamin Anda ?

- Laki – Laki
 Perempuan

Pekerjaan Anda?

- Pelajar / Mahasiswa Wiraswasta
 Pegawai BUMN / PNS Lainnya / Sebutkan

Pegawai Swasta

Pendidikan Anda ?

- Diploma Doktor
 Sarjana Lainnya / Sebutkan

Master

Wilayah tempat tinggal anda

Jakarta

Bodetabek

Luar Jabodetabek

Apakah status kepesertaan anda saat ini?

Peserta

Pasangan (Suami/Istri)

Anak

II. Pernyataan Responden (IV)

Pernyataan selanjutnya berkaitan dengan pernyataan customer / pelanggan terhadap pemulihan layanan jasa kesehatan di Klinik SBU Garuda Sentra Medika.

Petunjuk Pengisian

1. Pilihlah jawaban sesuai dengan pendapat pribadi anda dengan memberi tanda (X) pada kolom yang tersedia pada pilihan jawaban yang terdiri dari :

5 : Sangat Setuju

4 : Setuju

3 : Ragu-ragu

2 : Tidak Setuju

1 : Sangat Tidak Setuju

2. Tidak ada jawaban yang benar maupun salah dalam kuesioner penelitian ini.

3. Setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban saja.

4. Setelah mengisi kuesioner dimohon segera mengembalikan kuesioner ini.

5. Mohon memberikan jawaban yang sebenar-benarnya.

A. *Interactional Justice*

No.	Pernyataan	STS SS				
		1	2	3	4	5
1	Petugas pelayanan GSM menjelaskan informasi dengan jelas pada saat anda mengajukan keluhan dari pelanggan					
2	Kejujuran pengakuan kesalahan oleh Petugas pelayanan GSM pada saat terjadinya kesalahan / kegagalan pelayanan					
3	Petugas pelayanan GSM bersikap sopan pada saat terjadinya kesalahan / kegagalan pelayanan					
4	Adanya upaya dari petugas pelayanan GSM untuk membantu menangani keluhan dari pelanggan					
5	Petugas menunjukkan rasa empati (kepedulian) dalam menangani keluhan dari pelanggan					

B. Procedural Justice

No.	Pernyataan	STS SS				
		1	2	3	4	5
1	Penanganan keluhan pelanggan lebih fleksibel					
2	Petugas Pelayanan GSM bertindak dengan cepat pada saat penanganan pemulihan layanan, dari saat keluhan disampaikan hingga (<i>action</i>) tindakan pemulihan.					
3	Kemudahan akses untuk menyampaikan keluhan pelanggan					
4	Pengawasan petugas pelayanan GSM sebagai antisipasi kegagalan layanan jasa cukup baik.					
5	Pengawasan pengambilan keputusan atas keluhan pelanggan cukup baik.					

C. Distributive Justice

No.	Pernyataan	STS SS				
		1	2	3	4	5
1	GSM telah memberikan <i>free of charge</i> kepada pelanggan sebagai kompensasi dari kesalahan / kegagalan jasa					
2	GSM telah menawarkan jasa kembali (penggantian jasa) yang sesuai kepada pelanggan sebagai kompensasi dari kesalahan / kegagalan jasa					
3	GSM telah memberikan <i>reward</i> dalam bentuk pelayanan khusus salah satu produk GSM kepada pelanggan sebagai kompensasi dari kesalahan / kegagalan jasa					
4	GSM telah mengirimkan surat permohonan maaf secara resmi kepada pelanggan atas kesalahan / kegagalan pelayanan jasa GSM					

Silahkan anda memberikan kritik dan saran untuk pemulihan layanan (*Service Recovery*) SBU Garuda Sentra Medika .

.....

Saya mengucapkan terima kasih banyak atas kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner ini. Keseluruhan isi dalam kuesioner ini akan sangat bermanfaat bagi penelitian saya dan juga bagi SBU Garuda Sentra Medika.

Salam Hormat,

Yan Putra Pratama

Peneliti



Factor Analysis

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.651
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	26.768
	df
	10
	Sig.
	.003

Anti-image Matrices

		Interactional Justice1	Interactional Justice2	Interactional Justice3	Interactional Justice4	Interactional Justice5
Anti-image Covariance	Interactional Justice1	.525	-.177	-.093	-.202	.024
	Interactional Justice2	-.177	.526	.057	-.205	.090
	Interactional Justice3	-.093	.057	.615	-.067	-.354
	Interactional Justice4	-.202	-.205	-.067	.505	-.012
	Interactional Justice5	.024	.090	-.354	-.012	.631
Anti-image Correlation	Interactional Justice1	.721 ^a	-.337	-.164	-.392	.041
	Interactional Justice2	-.337	.709 ^a	.100	-.397	.156
	Interactional Justice3	-.164	.100	.517 ^a	-.119	-.568
	Interactional Justice4	-.392	-.397	-.119	.708 ^a	-.021
	Interactional Justice5	.041	.156	-.568	-.021	.520 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
Interactional Justice1	1.000	.747
Interactional Justice2	1.000	.754
Interactional Justice3	1.000	.802
Interactional Justice4	1.000	.762
Interactional Justice5	1.000	.797

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.238	44.757	44.757	2.238	44.757	44.757
2	1.624	32.479	77.235	1.624	32.479	77.235
3	.411	8.221	85.456			
4	.369	7.379	92.834			
5	.358	7.166	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component	
	1	2
Interactional Justice1	.862	.061
Interactional Justice2	.834	-.242
Interactional Justice3	.187	.876
Interactional Justice4	.871	.059
Interactional Justice5	-.074	.889

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 2 components extracted.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.606	.621	5

Factor Analysis

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.611
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	50.573
	df	10
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		Prosedural Justice1	Prosedural Justice2	Prosedural Justice3	Prosedural Justice4	Prosedural Justice5
Anti-image Covariance	Prosedural Justice1	.449	-.042	.206	.043	-.085
	Prosedural Justice2	-.042	.596	-.040	.098	-.114
	Prosedural Justice3	.206	-.040	.731	-.089	.046
	Prosedural Justice4	.043	.098	-.089	.154	-.113
	Prosedural Justice5	-.085	-.114	.046	-.113	.106
Anti-image Correlation	Prosedural Justice1	.771 ^a	-.081	.359	.162	-.390
	Prosedural Justice2	-.081	.687 ^a	-.061	.323	-.453
	Prosedural Justice3	.359	-.061	.529 ^a	-.266	.167
	Prosedural Justice4	.162	.323	-.266	.538 ^a	-.884
	Prosedural Justice5	-.390	-.453	.167	-.884	.572 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
Prosedural Justice1	1.000	.755
Prosedural Justice2	1.000	.491
Prosedural Justice3	1.000	.886
Prosedural Justice4	1.000	.864
Prosedural Justice5	1.000	.937

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.817	56.349	56.349	2.817	56.349	56.349
2	1.115	22.297	78.647	1.115	22.297	78.647
3	.641	12.823	91.470			
4	.363	7.253	98.722			
5	.064	1.278	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component	
	1	2
Prosedural Justice1	.812	-.308
Prosedural Justice2	.700	-.037
Prosedural Justice3	-.361	.869
Prosedural Justice4	.810	.455
Prosedural Justice5	.939	.235

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 2 components extracted.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.641	.637	5

Factor Analysis

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.543
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	22.347
	df	6
	Sig.	.001

Anti-image Matrices

		Distributive Justice1	Distributive Justice2	Distributive Justice3	Distributive Justice4
Anti-image Covariance	Distributive Justice1	.514	.134	-.229	-.302
	Distributive Justice2	.134	.542	-.304	-.204
	Distributive Justice3	-.229	-.304	.495	.093
	Distributive Justice4	-.302	-.204	.093	.556
Anti-image Correlation	Distributive Justice1	.529 ^a	.254	-.454	-.565
	Distributive Justice2	.254	.526 ^a	-.587	-.372
	Distributive Justice3	-.454	-.587	.553 ^a	.176
	Distributive Justice4	-.565	-.372	.176	.565 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
Distributive Justice1	1.000	.588
Distributive Justice2	1.000	.548
Distributive Justice3	1.000	.638
Distributive Justice4	1.000	.578

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.351	58.785	58.785	2.351	58.785	58.785
2	.857	21.431	80.216			
3	.554	13.847	94.064			
4	.237	5.936	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
Distributive Justice1	.767
Distributive Justice2	.740
Distributive Justice3	.799
Distributive Justice4	.760

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.733	.766	4

**Frequency Table
Identitas Responden**

Usia Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-20	2	4.0	4.0	4.0
	21-30	9	18.0	18.0	22.0
	31-40	17	34.0	34.0	56.0
	41-50	13	26.0	26.0	82.0
	>50	9	18.0	18.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	23	46.0	46.0	46.0
	Perempuan	27	54.0	54.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	5	10.0	10.0	10.0
	Pegawai BUMN/PNS	24	48.0	48.0	58.0
	Pegawai Swasta	11	22.0	22.0	80.0
	Wiraswasta	1	2.0	2.0	82.0
	Ibu Rumah Tangga	9	18.0	18.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Diploma	6	12.0	12.0	12.0
	Sarjana	35	70.0	70.0	82.0
	Master	6	12.0	12.0	94.0
	SMA	3	6.0	6.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Tempat Tinggal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Jakarta	29	58.0	58.0	58.0
	Bodetabek	20	40.0	40.0	98.0
	Luar Jabodetabek	1	2.0	2.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Status Kepesertaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Peserta	31	62.0	62.0	62.0
	Pasangan	14	28.0	28.0	90.0
	Anak	5	10.0	10.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	