

Analisis pengaruh perceived justice terhadap keluhan pelanggan pada Hipermarket di Jakarta dengan metode statistik multivariat = The effects of perceived justice on customer's complaint on hypermarket in Jakarta using multivariate statistic method

Jayanti Cinde Laras Dewi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20249935&lokasi=lokal>

Abstrak

Hipermarket merupakan ritel yang tingkat laju pertumbuhannya paling tinggi per tahun di Jakarta. Hal ini menjadikan persaingan antar hipermarket menjadi semakin kompetitif sehingga kepuasan pelanggan menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Salah satu caranya adalah dengan mengetahui bagaimana cara menangani keluhan pelanggan yang baik. Keluhan seorang pelanggan berhubungan dengan keadilan dalam pelayanan, sedangkan keadilan dalam pelayanan berhubungan dengan perceived justice (perasaan keadilan yang dirasakan oleh seseorang). Perceived justice sendiri memiliki tiga buah dimensi, yaitu distributive justice, procedural justice dan interactional justice.

Penelitian ini sendiri bertujuan untuk mencari kombinasi dari ketiga dimensi perceived justice yang memiliki pengaruh terbesar terhadap tingkat kedatangan kembali dan kampanye negatif dari pelanggan yang melakukan keluhan pada suatu hipermarket. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Multivariate Analysis of Variance (MANOVA). Data-data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang pernah berbelanja di hipermarket manapun di Jakarta.

Hasil dari pengolahan, dapat disimpulkan bahwa dimensi yang berpengaruh signifikan terhadap tingkat kedatangan kembali dan kampanye negatif dari pelanggan yang melakukan keluhan adalah distributive justice dan interactional justice. Sedangkan interaksi dari ketiga dimensi yang berpengaruh signifikan terhadap tingkat kedatangan kembali dan kampanye negatif adalah interaksi antara distributive justice dan interactional justice. Kombinasi level yang memiliki nilai tingkat kedatangan kembali paling tinggi dan kampanye negatif paling rendah adalah kombinasi high distributive dan high interactional.

.....Hypermarket is one type of retails with the most significant rapid growth per year in Jakarta. This phenomenon brings up into a harsh competitive environment among hypermarkets, thus customer's satisfaction becomes a very important thing to be considered. It is obvious that understanding how to handle customer's complaint properly is one of the critical points that needs to be concerned. Customer's complaint relates to fairness service, while fairness service refers to perceived justice. There are three kinds of dimensions in perceived justice, namely distributive justice, procedural justice and interactional justice. The objective of this thesis is to find which combination of perceived justice's dimensions result in the most favorable post-complaint intentions. Mutivariate Analysis of Variance (MANOVA) was used as a method in processing the data. The data were collected by administering questionnaires to subjects who ever been shopping in any hypermarket in Jakarta.

Based on findings, it can be concluded that distributive justice and interactional justice had a significant main effect on subjects' repatronage intention and on their negative word-of-mouth intention. The interaction among perceived justice's dimentions that has a significant effect on postcomplaint's behaviour is the interaction between distibutive and interactional justice. This findings also showed that the most favorable combination that had a significant main effect on postcomplaint intention is the combination

between high distributive and high interactional justice.