

**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN SETELAH MENERIMA
PEMULIHAN JASA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI
PERUSAHAAN PERCETAKAN CV DUTA WARNA**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

**Oleh:
Melisa Ribka Sutedja
2014120236**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
Terakreditasi oleh BAN-PT No. 227/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/XI/2013
BANDUNG
2018**

**CUSTOMER SATISFACTION ON SERVICE RECOVERY
AND ITS INFLUENCE ON CUSTOMER LOYALTY TO
CV DUTA WARNA COMMERCIAL PRINTING FIRM**



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete part of the requirements
for Bachelor Degree in Economics

By:
Melisa Ribka Sutedja
2014120236

PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
PROGRAM IN MANAGEMENT
Accredited by BAN – PT No. 227/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/XI/2013
BANDUNG
2018

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**



PERSETUJUAN SKRIPSI


**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN SETELAH MENERIMA
PEMULIHAN JASA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI CV
DUTA WARNA**

Oleh:

Melisa Ribka Sutedja
2014120236

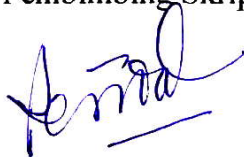
Bandung, Januari 2018

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen,



Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si.

Pembimbing Skripsi,



Leokadia Retno Adriani, Dra., M.Si.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Melisa Ribka Sutedja
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 23 Mei 1996
NPM : 2014120236
Program studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN SETELAH MENERIMA PEMULIHAN JASA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI PERUSAHAAN PERCETAKAN CV DUTA WARNA

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan: Leokadia Retno Adriani, Dra., M.Si.

Adalah benar-benar karyatulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.
Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal : 15 Januari 2018

Pembuat pernyataan :



(Melisa Ribka Suteja)

ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh kepuasan akan pemulihan jasa terhadap loyalitas pelanggan di perusahaan percetakan CV Duta Warna. Pada perusahaan jasa, kegagalan jasa merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Padahal kegagalan jasa dapat menimbulkan ketidakpuasan pelanggan yang kemudian membuat pelanggan beralih pada pesaing dan menjadi tidak loyal.

Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan mengantisipasi adanya kegagalan jasa yang menyebabkan ketidakpuasan melalui *service recovery* atau pemulihan jasa, yang dapat membuat ketidakpuasan konsumen tertangani dengan baik sehingga konsumen menjadi puas dan menjadi loyal. Mengacu pada Barnes (2003:178-186), dimensi pemulihan jasa adalah kepuasan akan *procedural justice*, kepuasan akan *distributive justice*, dan kepuasan akan *interactional justice* sedangkan dimensi variabel loyalitas pelanggan menurut Timm (2001) yaitu perasaan puas, tidak terpengaruh produk pesaing, menolak produk pesaing, melakukan pembelian ulang, dan merekomendasikan pada orang lain.

Data untuk penelitian dikumpulkan melalui observasi, wawancara, serta kuesioner. Kuesioner disebar kepada 80 pelanggan tetap CV Duta Warna. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa para pelanggan merasa sangat puas akan pemulihan jasa yang dilakukan CV Duta Warna. Mereka juga loyal terhadap perusahaan CV Duta Warna. Berdasarkan hasil perhitungan pun didapatkan bahwa kepuasan konsumen akan pemulihan jasa memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 40,3% sedangkan 59,7% lainnya dijelaskan oleh faktor-faktor yang tidak diamati dalam penelitian ini. Akan tetapi berdasarkan pengujian secara parsial, hanya dimensi kepuasan akan *procedural justice* yang berpengaruh signifikan, sedangkan kepuasan akan *distributive justice* dan kepuasan akan *interactional justice* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di CV Duta Warna. Kemudian setelah dilakukan regresi ulang dengan regresi sederhana dan didapatkan bahwa kepuasan akan *procedural justice* berpengaruh signifikan sebesar 0,851 terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : *service recovery*, pemulihan jasa, loyalitas

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang memberikan kasih akrunia dan pertolongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Skripsi ini dibuat dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari betul bahwa penelitian skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan yang disebabkan terbatasnya kemampuan, pengalaman, serta pengetahuan penulis. Meskipun demikian, penulis berusaha keras dalam menyusun skripsi ini untuk mencapai yang terbaik. Skripsi ini dapat selesai tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas penyertaan dan kasih-Nya yang begitu besar.
2. Papa di Surga yang memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini tepat waktu dan mengajarkan banyak hal positif sehingga penulis dapat hidup mandiri dan tidak mudah menyerah.
3. Mama dan cici-cici yang selalu memberikan doa, dukungan, dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Ci Deasy dan Ko Ari yang selalu banyak membantu dan mendukung penulis dalam berbagai hal terutama skripsi ini.
5. Yohanes Marshall yang selalu menjadi inspirasi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan menggapai cita-cita penulis.
6. Ibu Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen.
7. Bapak Ivan Prasetya, S. E., MSM., M.Eng, selaku Dosen Wali penulis.
8. Ibu Leokadia Retno Andriani, Dra., M,Si selaku dosen Manajemen Lanjutan, Riset Pemasaran, dan Pembimbing Skripsi Penulis. Terima kasih banyak atas segala waktu, kesabaran, bimbingan, arahan, ilmu pengetahuan, kritik, saran, dan nasihat dalam menghadapi penulis hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Jeannie Angelina selaku sahabat dan teman seperjuangan dalam penelitian skripsi ini dari awal hingga akhir yang selalu membantu dan mendukung penulis maupun menemani penulis selama masa sekolah dan perkuliahan.
10. Edeline, Maudy, Sharon, Jeannie, dan Edric selaku sahabat penulis dan teman seperjuangan yang membantu penulis dalam menjalankan masa perkuliahan dan menyemangati penulis agar dapat lulus bersama.
11. Group Peng You yang selalu mendukung dan menghibur penulis selama menyelesaikan perkuliahan dan skripsi ini.
12. Group Full Squad yang selalu memberikan kepedulian dan semangat selama masa perkuliahan dan menyelesaikan skripsi.
13. Group AAC yang selalu menghibur dan menyemangati penulis baik dalam suka maupun duka.
14. Bapak Ari Aswin dan Bapak Christian Widyanto selaku pemilik CV Duta Warna dan Kepala Produksi CV Duta Warna yang telah memberikan kesempatan dan izin bagi penulis untuk meneliti pabriknya, menyiapkan data-data yang dibutuhkan penulis, serta selalu menyemangati dan memberikan motivasi bagi penulis.
15. Responden yang bersedia membantu mengisi kuesioner penulis.
16. Teman-teman kuliah penulis yang selalu memberi semangat.
17. Guru-guru dan dosen-dosen yang telah memberikan ilmu kepada penulis dengan segenap hati.
18. Kepada pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu baik dalam memberikan dukungan maupun bantuan lainnya penulis ucapkan terima kasih.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih dan berharap skripsi ini dapat berguna bagi mahasiswa Universitas Parahyangan maupun pihak lain. Tuhan selalu memberkati dan menyertai seluruh rekan yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Melisa Ribka

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	i
DAFTAR GAMBAR	ii
DAFTAR LAMPIRAN.....	iii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah Penelitian	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Kerangka Pemikiran	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Jasa.....	10
2.2. Kepuasan Pelanggan	12
2.3. Kegagalan Jasa	15
2.4. Pengaruh Kegagalan Jasa terhadap Perilaku Komplain	19
2.5. Perilaku Komplain	20
2.6. Pemulihan Jasa	23
2.6.1. <i>Procedural Justice</i>	24
2.6.2. <i>Distributive Justice</i>	25
2.6.3. <i>Interactional Justice</i>	25
2.7. Loyalitas Pelanggan	26
2.8. Pengaruh Kepuasan Pemulihan Jasa (<i>Service Recover</i>) terhadap Loyalitas Pelanggan	27
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN	29
3.1. Metode Penelitian	29
3.1.1. Penelitian Pendahuluan (<i>Preliminary Research</i>)	30
3.1.2. Populasi dan Sampel	30
3.1.3. Teknik Pengumpulan Data	32
3.1.4. Operasionalisasi Variabel	33
3.1.5. Teknik Pengukuran Variabel	33
3.1.6. Pengujian Instrumen Penelitian.....	35
3.1.7. Teknik Analisis Data	37
3.2. Objek Penelitian	41
3.3. Profil Responden.....	42
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1. Kepuasan Pelanggan akan Pemulihan Jasa di CV Duta Warna	47
4.1.1. Kepuasan akan <i>Procedural Justice</i> di CV Duta Warna	48

4.1.2.	Kepuasan akan <i>Distributive Justice</i>	60
4.1.3.	Kepuasan akan <i>Interactional Justice</i>	64
4.2.	Loyalitas Pelanggan pada CV Duta Warna	72
4.3.	Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Setelah Menerima Pemulihan Jasa terhadap Loyalitas Pelanggan di Perusahaan Percetakan CV Duta Warna	77
4.3.1.	Uji Asumsi Klasik	77
4.3.2.	Persamaan Linear Regresi Berganda Awal	86
4.3.3.	Persamaan Linear Regresi Sederhana Baru	95
4.4.	Pembahasan.....	91
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN	95
5.1.	Kesimpulan	95
5.2.	Saran	96
	DAFTAR PUSTAKA	
	LAMPIRAN	
	RIWAYAT HIDUP PENULIS	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Data Customer CV Duta Warna tahun 2016.....	3
Tabel 2. 1	Sumber Kegagalan Jasa	19
Tabel 3. 2	Pelaksanaan Penelitian Pendahuluan.....	30
Tabel 3. 3	Perhitungan Sampel berdasarkan Golongan Tahun Berlangganan	31
Tabel 3. 4	Operasionalisasi Variabel.....	34
Tabel 3. 5	Alternatif Jawaban dan Bobot Penilaian Pernyataan	33
Tabel 3. 6	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan akan <i>Procedural Justice</i> (X_1).....	35
Tabel 3. 7	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan akan <i>Distributive Justice</i> (X_2).....	35
Tabel 3. 8	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan akan <i>Interactional Justice</i> (X_3).....	36
Tabel 3. 9	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	36
Tabel 3. 10	Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 4. 1	Tabel Interpretasi untuk Kepuasan Pelanggan	48
Tabel 4. 2	Kepuasan Responden akan <i>Procedural Justice</i> CV Duta Warna.....	48
Tabel 4. 3	Kepuasan Responden tentang <i>Distributive Justice</i> CV Duta Warna.....	61
Tabel 4. 4	Kepuasan Responden tentang <i>Interactional Justice</i> CV Duta Warna.....	64
Tabel 4. 5	Tabel Interpretasi untuk Loyalitas Pelanggan	73
Tabel 4. 6	Loyalitas Pelanggan di CV Duta Warna	74
Tabel 4. 7	Hasil Uji Kolomogrov Smirnov	84
Tabel 4. 8	Hasil Uji Multikolinearitas.....	85
Tabel 4. 9	Hasil Perhitungan Regresi Berganda Awal	86
Tabel 4. 10	Koefisien Beta \times Zero-order	89
Tabel 4. 11	Hasil Perhitungan Regresi Sederhana Baru.....	95
Tabel 4. 12	Ringkasan Analisis Data.....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Skema Produksi dan Terjadinya Kegagalan Jasa	4
Gambar 1. 2	Alur Penggunaan Jasa Percetakan di CV Duta Warna.....	7
Gambar 1. 3	Model Konseptual	8
Gambar 2. 1	Model Kepuasan/ ketidakpuasan konsumen.....	13
Gambar 3. 1	Lama Berlangganan di CV Duta Warna.....	42
Gambar 3. 2	Penggunaan Hasil Jasa Cetak.....	43
Gambar 3. 3	Frekuensi Pemesanan Per Bulan Untuk Satu <i>Item</i>	43
Gambar 3. 4	Kuantitas Pemesanan Responden dalam Satu kali <i>Order</i> untuk Satu <i>Item</i>	44
Gambar 3. 5	Jasa Percetakan Lain yang Digunakan Responden.....	45
Gambar 3. 6	Frekuensi Melakukan Komplain dalam 1 Bulan.....	45
Gambar 3.7	Komplain yang Dilakukan oleh Responden	49
Gambar 4. 1	Surat Jawaban Komplain CV Duta Warna.....	66
Gambar 4. 2	Laporan Ketidaksesuaian Barang Cacat.....	67
Gambar 4. 3	Dokumen - Arsip Limitasi Cacat	68
Gambar 4. 4	Surat Jawaban Komplain Pernyataan Maaf CV Duta Warna	69
Gambar 4. 5	Surat Jawaban Komplain Penjelasan Masalah.....	72
Gambar 4. 6	Hasil Uji Normalitas.....	79
Gambar 4. 7	Hasil Uji Heteroskedastisitas	81
Gambar 4. 8	Kurva Pengujian Hipotesis Parsial Variabel Kepuasan akan <i>Procedural Justice</i> (X_1).....	85
Gambar 4. 9	Kurva Pengujian Hipotesis Parsial Variabel Kepuasan akan <i>Distributive Justice</i> (X_2).....	87
Gambar 4. 10	Kurva Pengujian Hipotesis Parsial Variabel Kepuasan akan <i>Interactional Justice</i> (X_3).....	88

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Preliminary Research
- Lampiran 2. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3. Daftar Perusahaan Pelanggan Tetap CV Duta Warna
- Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5. Data Induk Profil Responden
- Lampiran 6. Data Induk Jawaban Kuesioner Responden

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perusahaan jasa adalah jenis perusahaan yang kegiatan utamanya adalah menjual jasa kepada konsumen. Jasa selalu mempunyai karakter seperti tidak dapat dilihat, tidak dapat dipisahkan, heterogen, dan *perishable*. Oleh karena karakter dari industri jasa itu sendiri, para pengusaha yang berbisnis dalam industri jasa berusaha untuk melakukan standarisasi terhadap jasa yang diberikan kepada konsumen dengan memperhatikan manajemen dari proses jasa itu sendiri dan melakukan standarisasi di setiap interaksi penyedia jasa dan konsumen tersebut. Sekalipun perusahaan telah melakukan yang terbaik dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya, seringkali kegagalan jasa (*service failure*) tetap saja terjadi. Kegagalan jasa adalah kegagalan dalam memberikan pelayanan yang memuaskan untuk konsumen. Kegagalan jasa terjadi ketika jasa yang diterima dipersepsikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2006:32).

Harsono (2009:2) memaparkan *complainers* maupun *noncomplainers* adalah pelanggan yang tidak puas dengan kinerja perusahaan penyedia jasa. *Complainers* menyuarakan kekecewaannya dan umumnya akan memperoleh pemulihan jasa (*service recovery*) dari pihak penyedia jasa, sedangkan *noncomplainers* adalah pelanggan yang tidak puas tetapi tidak menyatakan keluhannya. *Service recovery* atau pemulihan jasa menunjuk pada tindakan yang diambil oleh perusahaan ketika terjadi *service failure* atau kegagalan jasa (Baghetstan *et al.*, 2012:507).

Percetakan merupakan salah satu contoh perusahaan jasa. Percetakan adalah jenis badan usaha yang bergerak dalam bidang cetak mencetak baik kertas, plastik, kain, dan lain sebagainya. Dengan memberikan jasa ini, percetakan mendapatkan imbalan jasa atau *fee* yang besarnya telah ditentukan dan disetujui bersama antara konsumen atau pengguna jasa percetakan. Perkembangan ilmu dan teknologi yang semakin cepat kemajuannya membuat industri percetakan pada masa ini menjadi semakin komplit dan modern. Perusahaan percetakan di Indonesia

berkembang dengan pesat, baik dalam skala besar, menengah, maupun skala kecil. Menurut Kementerian Perindustrian Indonesia, jika dilihat dari konsumsi domestik, pertumbuhan industri grafika Indonesia yang berbasis percetakan, penerbitan, dan *converting* pada tahun 2016 lebih tinggi, yaitu 5.3% dibandingkan dengan proyeksi awal 4,7%. Ini terlihat dari data impor mesin cetak industri grafika yang naik 40% pada tahun ini menjadi US\$392 juta dibandingkan dengan impor pada 2010 yang hanya US\$280 juta. Di tengah krisis utang Eropa dan pelemahan ekonomi AS, industri grafika di Asia justru tumbuh sangat fantastis dan Indonesia menjadi salah satu negara di Asia yang pertumbuhan industri grafiknya sangat baik. Hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan industri grafika di Indonesia dalam beberapa tahun belakangan melampaui pertumbuhan grafika dunia 1,6%.

CV Duta Warna merupakan salah satu perusahaan percetakan yang telah beroperasi di Bandung sejak tahun 1981. Perusahaan ini memiliki Kantor Pusat yang terletak di Jalan Beton no. 1, Bandung dan memiliki kantor cabang di Jalan Damai no. 31F, Cipete Utara, Jakarta Selatan. CV Duta Warna merupakan perusahaan *business to business* yang melayani jasa *offset printing, flexo printing, digital printing, UV printing, dan security printing*. CV Duta Warna selalu berusaha untuk memberikan pelayanan dan kualitas jasa cetak yang terbaik demi kepuasan pelanggan sehingga siap menjadi mitra kerja kebutuhan percetakan bagi perusahaan lain. CV Duta Warna memiliki jumlah konsumen sebanyak 139 konsumen dan 100 di antaranya merupakan pelanggan/*customer* tetap yang melakukan *repeat order*. Berikut informasi mengenai 100 perusahaan yang menjadi *customer* tetap CV Duta Warna hingga akhir 2016:

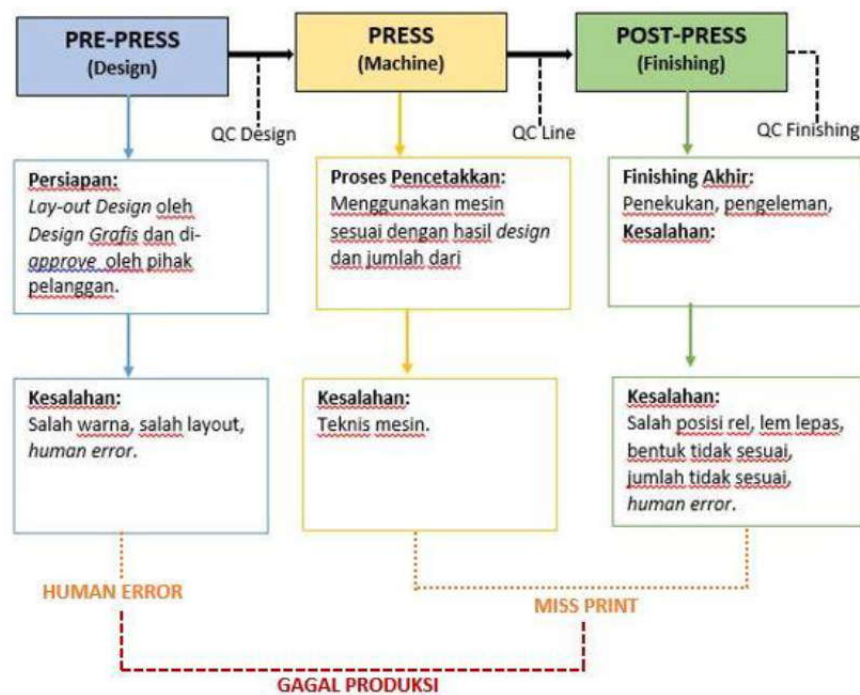
Tabel 1. 1
Data Customer CV Duta Warna tahun 2016

No	NAMA CUSTOMER	Tahun Berlangganan	No	NAMA CUSTOMER	Tahun Berlangganan
1	Ikafood Putramas, PT.	1983	51	Sandang Priangan	2009
2	Ikapharmindo Putramas, PT.	1983	52	Sinar Mulia	2009
3	Bio Farma, PT.	1987	53	Alam Hijau Selaras, PT.	2010
4	Kimia Farma, PT.	1987	54	Anugrah Tri Tunggal, CV.	2010
5	King Singer	1990	55	Berkah, PT.	2010
6	Perusahaan Logam Bima, PT.	1990	56	Edison, Bpk.	2010
7	Tanabe Indonesia, PT.	1990	57	Fly Shoes, CV.	2010
8	Setia Bakti Garment, PT.	1993	58	Leny Hendraeny, Ibu	2010
9	Superlux	1993	59	Medal Queenindo, PT.	2010
10	Diah, Ibu. (Toko Merdeka)	1998	60	Mitra Utama	2010
11	Kue Soes Merdeka, Toko	1998	61	Nuriana	2010
12	Wira Karya Sempurna, PT.	1998	62	Sarana Karya Sahabat, PT.	2010
13	Benang Mutiara Tunggal, PT.	1999	63	Aica Indria, PT.	2011
14	Iskandar, Bpk.	1999	64	Alamanda Sejati Utama, PT.	2011
15	Makmur, PB.	1999	65	Ansulindo Kharisma Lestari, P	2011
16	Panghegar	1999	66	Bogart, Bpk.	2011
17	Seho Makmur Industri, PT.	1999	67	Te Lan, Cie.	2011
18	Tanabe Indonesia, PT.	1999	68	Lestari Mahaputra Buana, PT.	2011
19	Dian Megah Indo Perkasa, PT.	2000	69	Novotel	2011
20	Sinar UV	2000	70	Pudak Scientific, PT.	2011
21	Tempo Scan Pasific, PT.	2000	71	Rabat Abadi Jaya, PT.	2011
22	Ganeca Kiara	2001	72	Rita, Ibu.	2011
23	Usaha Alit, CV.	2001	73	Tribuana	2011
24	Ipha Laboratories, PT.	2004	74	Uung, Ko.	2011
25	Medifarma Laboratories, PT.	2004	75	Zambon Indonesia, PT.	2011
26	Nelwati, Ibu.	2004	76	Aneka Kreasi Pangan	2012
27	Armoxindo Farma, PT.	2005	77	Multitech Advance, PT.	2012
28	Combiphar, PT.	2005	78	Sansan, Bpk.	2012
29	Mizan, PT.	2005	79	Yan Simon, Bpk.	2012
30	Nellco Indopharma, PT.	2005	80	Adira	2013
31	Novell Pharmaceutical, PT.	2005	81	Andi, Bpk.	2013
32	Otto Pharmaceutical, PT.	2005	82	Dipa Offset	2013
33	Sinar Baru	2005	83	Elang Pakindo, PT.	2013
34	Tempo Scan Pasific, PT.	2005	84	Fenny, Ibu.	2013
35	Tropica Mas Pharmaceutical, PT.	2005	85	Galih, Bpk.	2013
36	Ceres, PT.	2006	86	Mandiri Offset	2013
37	Master Logo	2006	87	Professindo Jaya Inti, PT.	2013
38	Yupi Jelly Gum, PT.	2006	88	Zena Nirmala, PT.	2013
39	Eisai Indonesia, PT.	2007	89	Hermadera Prima. CV.	2014
40	Gandum Mas Kencana, PT.	2007	90	Kiki, Ko.	2014
41	Herman, Ko.	2007	91	Maisya Makmur, PT.	2014
42	Karya Grafika	2007	92	SAB Industries	2014
43	Seelindo Sejahteratama, PT.	2007	93	Joans Textile, PT.	2015
44	Darya Varia Laboratories, PT.	2008	94	Multi Wahana Cemerlang, PT.	2015
45	Euis, Ibu.	2008	95	Priangan Putra, CV.	2015
46	Mega Jaya	2008	96	Tonny, Bpk.	2015
47	Modern Offset	2008	97	Fresh On Time Seafood, PT.	2016
48	Nandang, Bpk.	2008	98	Lawindra, Bpk.	2016
49	Promedrahardjo Farmasi, PT.	2008	99	Natura Laboratoria Prima, PT.	2016
50	Yayat, Bpk.	2008	100	Sky Energy, PT.	2016

Sumber : CV Duta Warna [28 Februari 2017]

Dari Tabel 1.1, dapat data pelanggan tetap dan tahun mulai berlangganan. Dari data tersebut, bahwa setiap perusahaan berlangganan hingga saat ini. Akan tetapi pemilik CV Duta Warna mengatakan bahwa kegagalan jasa (*service failure*) masih sering terjadi dalam setiap pemesanan konsumen, biasanya terjadi setiap bulan 1-2 kali terjadi komplain untuk beberapa perusahaan. Melalui Gambar 1.1, pemilik CV Duta Warna memaparkan bahwa komplain yang terjadi biasanya biasanya dikarenakan kesalahan dalam *finishing* pesanan pelanggan (*miss-print*), padahal CV Duta Warna memiliki visi untuk memberikan pelayanan dan jasa cetak yang terbaik demi kepuasan pelanggan sehingga menghasilkan loyalitas.

Gambar 1. 1
Skema Produksi dan Terjadinya Kegagalan Jasa



Sumber: CV Duta Warna [25 Februari 2017]

Kegagalan jasa (*service failure*) yang terjadi akan menyebabkan penurunan pada kepuasan pelanggan. Penurunan pada kepuasan pelanggan dapat mengakibatkan loyalitas pelanggan pun berkurang. Di tengah pertumbuhan industri grafika bidang percetakan yang sangat pesat, persaingan pun semakin ketat. CV Duta Warna dituntut untuk dapat menjaga kualitas jasa dan pelayanannya agar tidak kalah dengan

para pesaingnya sehingga menjadi jasa percetakan prioritas pilihan bagi para pelanggannya.

Penulis kemudian melakukan *preliminary research* dengan melakukan wawancara terbuka dengan 5 perusahaan yang ada di tabel yang lebih dari 2 tahun sebagai pelanggan tetap, yaitu CV Karya Gravika, Onycha, Panghegar, Deasy Marlina, dan Novotel. Pertanyaan *preliminary research* yang penulis lakukan berisi mengenai alasan mereka tetap melakukan pemesanan di CV Duta Warna. Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan tersebut, didapatkan hasil bahwa kepuasan akan pemulihan jasa (*service recovery*) mempengaruhi loyalitas pelanggan di CV Duta Warna. Para narasumber mengatakan bahwa memang benar dalam setiap pemesanan dalam 1 bulan mereka menemukan produk yang gagal cetak, akan tetapi mereka tetap melakukan pemesanan karena pengaduan komplain yang mudah, penggantian barang yang cepat, prosedur retur yang mudah, penggantian barang yang cepat merupakan bagian dari pemulihan jasa (*service recovery*). Dari hasil tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa pemulihan jasa (*service recovery*) menjadi salah satu faktor utama dalam mencapai loyalitas pelanggan di CV Duta Warna. Oleh karena itu diperlukan pemahaman yang jelas mengenai bagaimana proses dari pemulihan jasa (*service recovery*) setelah terjadinya kegagalan jasa (*service failure*), khususnya mengenai bagaimana dampak dari strategi perusahaan terhadap respon pelanggan setelah dilakukannya pemulihan jasa (*service recovery*). Pemulihan jasa (*service recovery*) menunjuk pada tindakan yang diambil oleh perusahaan ketika mengalami *service failure* atau kegagalan pelayanan (Zethaml, Bitner & Gremler, 2006:32).

Prosedur *service recovery* sangat penting dimiliki oleh perusahaan untuk mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan (Lovelock, 2001). Kepuasan pelanggan terhadap *service recovery* setelah terjadinya *service failure* dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan konsumsi kembali, setia dengan perusahaan dalam jangka panjang, dan menyebarkan *word-of-mouth* baik positif maupun negatif (Wirtz & Matilla, 2004:150-156). Ketiga perilaku ini dapat dilihat sebagai indikasi terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas di masa yang akan datang. Oleh karena itu, penulis akan meneliti **“Pengaruh Kepuasan Pelanggan Setelah Menerima Pemulihan Jasa terhadap Loyalitas Pelanggan di Perusahaan Percetakan CV Duta Warna”**.

1.2. Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kepuasan pelanggan akan pemulihan jasa (*service recovery*) di CV Duta Warna?
2. Bagaimana loyalitas pelanggan di CV Duta Warna?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan setelah menerima pemulihan jasa (*service recovery*) terhadap loyalitas pelanggan di CV Duta Warna?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan identifikasi masalah di atas, tujuan dari penelitian ini untuk:

1. Mengetahui kepuasan pelanggan akan pemulihan jasa (*service recovery*) di CV Duta Warna.
2. Mengetahui loyalitas pelanggan di CV Duta Warna.
3. Mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan setelah menerima pemulihan jasa (*service recovery*) terhadap loyalitas pelanggan di CV Duta Warna.

1.4. Manfaat Penelitian

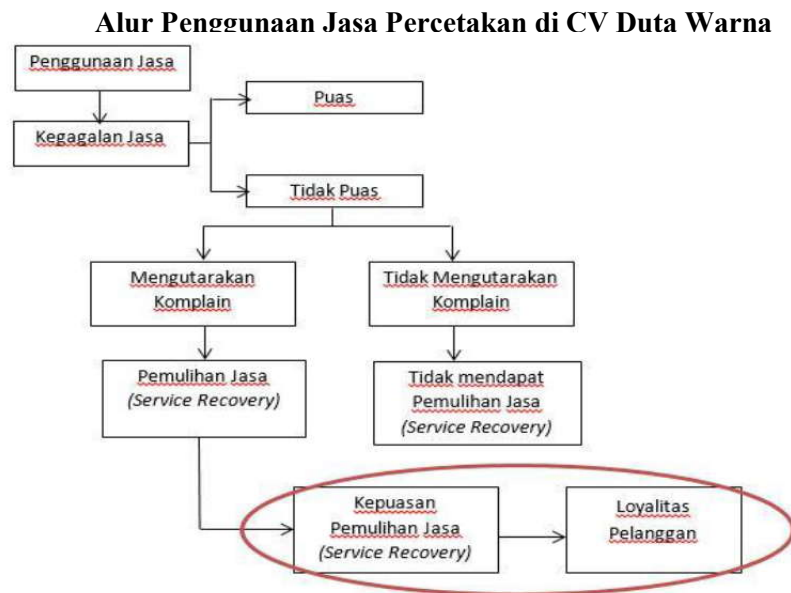
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi pihak-pihak berikut ini:

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi mengenai bagaimana respon pelanggan terhadap pemulihan jasa (*service recovery*) yang dilakukan sehingga dapat menjadi acuan untuk merancang strategi pemulihan jasa (*service recovery*) untuk mencapai kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan.
2. Bagi penulis, selain sebagai salah satu syarat untuk kelulusan Fakultas Ekonomi Universitas Katholik Parahyangan Bandung, hasil penelitian ini merupakan sarana untuk memperluas pengetahuan dan wawasan mengenai pemulihan jasa (*service recovery*).
3. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumber pengetahuan tambahan dan sebagai alat acuan bagi penulis selanjutnya yang akan membuat penelitian di masa yang akan datang (riset lanjutan).

1.5. Kerangka Pemikiran

Dewasa ini, industri grafika bidang percetakan, terutama di Indonesia sedang berkembang dengan sangat pesat hingga melebihi pertumbuhan industri grafika dunia sebesar 1,6%. Hal ini membuat persaingan di industri percetakan semakin ketat dan menuntut para pemain dalam industri ini memberikan jasa dan pelayanan maksimal agar menjadi pemasok pilihan bagi para pelanggan. Berikut digambarkan alur penggunaan jasa percetakan pada Gambar 1.2.

Gambar 1. 2

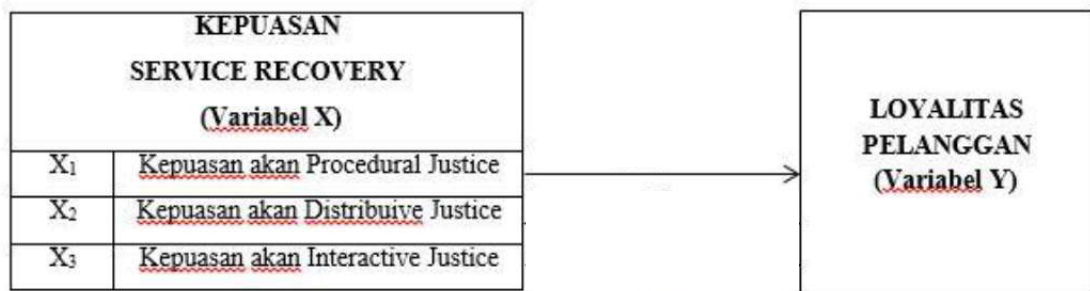


Sumber: Hasil pengolahan penulis [15 Maret 2017]

Gambar 1.2 menjelaskan, pelanggan yang melakukan penggunaan jasa dari perusahaan jasa percetakan CV Duta Warna dapat merasakan rasa puas dan tidak puas. Menurut Kotler (2001:347) dalam teori kepuasan pelanggan, pelanggan dapat merasakan puas ketika *performance* perusahaan jasa sama dengan harapannya atau bahkan melebihi harapannya dan merasakan tidak puas ketika *performance* perusahaan jasa kurang dari harapannya. Menurut Harsono (2009:2), *complainers* maupun *noncomplainers* adalah pelanggan yang tidak puas dengan kinerja perusahaan penyedia jasa. *Noncomplainers* tidak menyuarakan rasa tidak puas pada perusahaan sedangkan *complainers* akan menyuarakan kekecewaannya dan umumnya akan memperoleh pemulihan jasa (*service recovery*) dari pihak penyedia jasa. Dalam kasus ini, *complainers* akan menerima pemulihan jasa (*service recovery*) dari perusahaan jasa percetakan CV Duta Warna.

Setelah dilakukan pemulihan jasa (*service recovery*) pelanggan dapat merasakan kepuasan pemulihan jasa (*service recovery*). Pelanggan yang merasakan kepuasan kemudian menumbuhkan loyalitas konsumen. Kau & Loh (2006:15-35), Colgate & Hedge (2001:201), serta Goodwin & Ross (1992:149) menemukan adanya pengaruh *service recovery* terhadap kepuasan maupun loyalitas pelanggan. Bagian ini akan diteliti lebih lanjut menggunakan dimensi di bawah ini:

Gambar 1.3
Model Konseptual



Sumber: Hasil pengolahan penulis [25 Maret 2017]

Kepuasan akan pemulihan jasa (*service recovery*) secara umum dapat diwujudkan dengan tiga cara pokok (Barnes, 2003:178-186) yaitu, kepuasan akan *procedural justice*, kepuasan akan *distributive justice*, dan kepuasan akan *interactional justice*. Pertama, *procedural justice*, merupakan atribut yang memfokuskan pada keadilan yang diterima oleh konsumen ketika mengajukan komplain sesuai dengan peraturan dan kebijakan yang telah ditetapkan perusahaan. Kepuasan akan *procedural justice* meliputi *process control*, *decision control*, *accessibility*, *timing/speed* dan *flexibility* ketika menangani komplain pelanggan. Kedua, *distributive justice*, yaitu atribut yang memfokuskan pada hasil dari penyelesaian *service recovery*, sebagai contoh usaha apa yang dilakukan perusahaan untuk menangani keluhan pelanggan. Kepuasan akan *distributive justice* dapat diwujudkan dengan memberi kompensasi kepada pelanggan, misalnya dengan memberi diskon, kupon, *free gift* dan sebagainya. Ketiga, kepuasan akan *interactional justice* adalah atribut yang memfokuskan pada kelakuan atau respon yang ditunjukkan oleh perusahaan ketika berhadapan dengan konsumen pada saat mengajukan komplain. *Interactional justice* meliputi

explanation, honesty, politeness, effort dan *emphaty*. Kepuasan akan pemulihan jasa (*service recovery*) ini yang akan berdampak positif pada loyalitas pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis penelitian ini adalah kepuasan akan pemulihan jasa (kepuasan akan *procedural justice*, kepuasan akan *distributive justice*, dan kepuasan akan *interactional justice*) mempengaruhi loyalitas pelanggan di CV Duta Warna.