# PENGARUH KEADILAN ORGANISASI DAN SISTEM PENGENDALIAN INTERN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG BENGKULU

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)


**Oleh:**

**FATHANAH**

**NIM. 131 6130 151**


**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU**

**BENGKULU, 2019 M/ 1440 H**

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi dengan judul: **"Pengaruh Keadilan Organisasi dan Sistem Pengendalian Intern Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri kantor cabang Bengkulu",** adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 16 Agustus 2019 M
15 Dzulhijjah 1440 H

Mahasiswa yang menyatakan

**FATHANAH**
NIM 1316130151

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh: **Fathanah, NIM 1316130151** dengan judul: **"Pengaruh Keadilan Organisasi dan Sistem Pengendalian Intern Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu"**

Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam telah diperiksa dan dipebaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *Munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, 5 Agustus 2019M
4 Dzulhijjah 1440 H

| Pembimbing I | Pembimbing II |
|---|---|
| **Dr. Toha Andiko, M.Ag** | **Yosy Arisandy, MM** |
| NIP. 197508272000031001 | NIP. 198508012014032001 |

**KEMENTERIAN AGAMA RI**
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU**
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Raden Fatah PagarDewaTelp. (0736) 51171,51172,51276 Fax. (0736) 51171

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul *"Pengaruh Keadilan Organisasi dan Sistem Pengendalian Intern Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Benkulu"* oleh Fathana, NIM 1316130151 Program Studi Ekonomi Syariah jurusan ekonomi islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada :

Hari : Jumat

Tanggal : 23 Agustus 2019 M/ 22 Dzulhijjah 1440 H

Dinyatakan **LULUS.** Telah diperbaiki sesuai saran, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah dan diberi gelar SarjanaEkonomi (S.E).

**Bengkulu, 29 Agustus 2019M**
**28 Dzulhijjah 1440 H**

**Tim Sidang Munaqasyah**

| Ketua | Sekretaris |
|---|---|
| **Drs. Supardi, M.Ag** | **Yosy Arisandy, MM** |
| **NIP. 196504101993031007** | **NIP. 198508012014032001** |
| Penguji I | Penguji II |
| **Andang Sunarto, Ph,D** | **Lucy Auditya, M. Ak** |
| **NIP. 197611242006041002** | **NIDN. 2060182002** |

Mengetahui,
**Dekan**

**Dr. Asnaini, MA**
**NIP. 197304121998032003**

v

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin, sujud syukur pada-mu ya Allah, akhirnya ku genggam juah harapan ini. Allah SWT yang Maha Agung atas takdirmu telah kau jadikan aku manusia yang senatiasa berfikir, berilmu, beriman, dan bersabar dalam menjalani hidup semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk meraih cita-cita besarku. Kupersembahkan skripsiku ini untuk orang-orang yang kusayangi, cinta dunia akhirat.

- Yang Maha Kasih (Allah swt) yang tak pernah sedetikpun meninggalkan hambanya yang terindah dan tak ternilai ku kareana mengenal-Mu dan rasulnya Muhammad SAW
- Kedua orang tuaku tercinta dan terkasih ayahanda (Alm. Harmidi Murhan) terimah kasih atas kebagiaan, limpahan kasih sayang semasa hidupmu dan memberikan rasa rindu yang sangat berarti, Ibunda (Kusmiati) memberi dukungan, memotivasiku, membimbingku dan selalu menyelipkan doa tulus untuk kesuksesanku .
- Untuk keluarga kakakku (Faizal, lesi, dan keponakan ku ekfal budi anto, inayah, haza, apip) terimakasih doa dan dukungannya.
- Untuk saudara ku tersayang fera afriza, fajarisna, fenny Mariah, fasilah, yang telah menjadi penyemangat dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini .
- Pembimbing skripsiku bapak Dr. Toha Andiko, M.Ag selaku pembimbing 1 dan ibu Yosi Arisandy, MM selaku pembimbing II, yang selalu membimbing, memberikan arahan dan meluangkan waktu sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
- Seluruh dosen Fakultas FEBI IAIN Bengkulu.
- Untuk sahabat ku erni juliani,melly Hardianti, lusi, yang selalu memberi semangat.
- Untuk teman-teman seperjuangan, endang trinanda, hensi yusifa, nanik marlena, dwi fitri maharani, reni marlena, tari widia sari, ekti putrima.

- Untuk Teman-teman KKN Boyolali, keluarga baruku.
- Untuk semua pihak dan orang-orang yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu menulis dalam menyelesaikan studi dqn skripsi ini, saya ucapkan terimah kasih.
- Untuk agama, bangsa Almamaterku Institut Agama Islam Negeri Bengkulu yang telah memberikanku banyak pelajaran sehingga menjadikanku pribadi yang baik.

# ABSTRAK

PENGARUH KEADILAN ORGANISASI DAN SISTEM PENGENDALIAN INTERN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG BENGKULU

Oleh Fathanah NIM 1316130151

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh keadilan dalam pemulihan pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri kantor cabang Bengkulu, dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh keadilan dalam pemulihan pelayanan terhadap nya. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden. Jenis data yang digunakan yaitu data primer. Instrument yang digunakan adalah kuesioner tertutup dengan skala *likert.* Sampel dalam penelitian ini berjumlah 50 orang nasabah dengan teknik pengumpulan data *sampling* jenuh. Teknik analisis data dalam uji validitas menggunakan *corrected item-total correlation*, uji reliabilitas menggunakan *Croanbach Alpha*, uji normalitas menggunkan uji *kolmogrov-smirnov*, dan uji asumsi klasik menggunakan uji multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Sedangkan uji hipotesis menggunakan regresi berganda. Hasil penelitian disimpulkan bahwa secara persial keadilan procedural berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan nilai sig 0,001 < 0,05, keadilan interaksiona secara persial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan nilai sig 0,012 < 0,05, dan keadilan distributif secara persial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan nilai sig 0,000 < 0,05. Secara bersama-sama (simultan) keadilan procedural, keadilan interaksional dan keadilan distributif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai sig 0,000 < 0,05.

## *ABSTRACT*

*THE EFFECT OF ORGANIZATIONAL JUSTICE AND INTERNAL CONTROL SYSTEMS TO THE SATISFACTION OF CUSTOMER BANK SYARIAH MANDIRI OFFICE OF BENGKULU BRANCH*

*By Fathanah NIM 1316130151*

*The purpose of this study was to determine the effect of justice in the recovery of services on customer satisfaction Bank Syariah Mandiri Bengkulu branch office, and to find out how much influence the justice has in restoring services to him. The data used in this study are primary data obtained from questionnaires distributed to respondents. The type of data used is primary data. The instrument used was a closed questionnaire with a Likert scale. The sample in this study amounted to 50 customers with saturated sampling data collection techniques. Data analysis techniques in the validity test using corrected item-total correlation, reliability testing using Croanbach Alpha, normality test using the Kolmogrov-Smirnov test, and the classic assumption test using multicollinearity and heteroscedasticity tests. While testing the hypothesis using multiple regression. The results of the study concluded that procedural justice partially influenced customer satisfaction with a sig value of 0.001 <0.05, interactional justice partially affected customer satisfaction with a sig value of 0.012 <0.05, and distributive justice partially affected customer satisfaction with a sig value 0,000 <0.05. Taken together (simultaneous) procedural justice, interactional justice and distributive justice significantly influence customer satisfaction with a sig value of 0,000 <0.05.*

# KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karuniannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"pengaruh keadilan Organisasi Dan Sistem Pengendalian intern terhadap kepuasan nasabah bank syariah mandiri kantor cabang bengkulu "**. Shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhamad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun akhirat.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E) pada program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin. M,M. Ag, MH selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
2. Dr. Asnaini, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu.
3. Desi Isnaini, MA ketua jurusan ekonomi dan bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN).
4. Dr. Toha Andiko, M.Ag selaku pembimbing 1 yang telah memberikan pengarahan kepada saya saat bimbingan.
5. Yosi Arisandy, MM selaku pembimbing 11 yang telah memberikan motivasi kepada saya agar dapat dengan cepat menyelesaikan skripsi ini.
6. Kedua orang tuaku Bapak harmidi murhan dan Ibu kusmiati yang selalu mendoakan kesuksesanku dalam penulisan skripsi.
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah banyak memberikan berbagai ilmu pengetahuan bagi penulis sebagai bekal pengabdian masyarakat, agama, nusa dan bangsa.
8. Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah memberikan pelayanaan dengan baik dalam hal administrasi.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari akan banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini ke depan.

Bengkulu,Juli 2019 M

Dzulqaidah 1440 H

Mahasiswa yang menyatakan

**Fathanah**

NIM 1316130151

## DAFTAR ISI

**HALAMAN JUDUL** ..... **i**
**SURAT PERNYATAAN** ..... **ii**
**SURAT PERNYATAAN VERIFIKASI PLAGIASI** ..... **iii**
**PERSETUJUAN PEMBIMBING** ..... **iv**
**PENGESAHAN** ..... **v**
**MOTTO** ..... **vi**
**PERSEMBAHAN** ..... **vii**
**ABSTRAK** ..... **viii**
**ABSTRACK** ..... **ix**
**KATA PENGANTAR** ..... **x**
**DAFTAR ISI** ..... **xi**
**DAFTAR TABEL** ..... **xii**
**DAFTAR GAMBAR** ..... **xiii**
**DAFTAR LAMPIRAN** ..... **xiv**

**BAB I PENDAHULUAN**
A. Latar Belakang Masalah ..... 1
B. Batasan masalah ..... 7
C. Rumusan Masalah ..... 8
D. Tujuan Penelitian ..... 8
E. Kegunaan Penelitian ..... 9
F. Penelitian Terdahulu ..... 9

**BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR**
A. Kajian Teori ..... 12
1. Kegagalan Pelayanan ..... 12
2. Pemulihan Pelayanan ..... 15
3. Sistem Pengendalian Intern ..... 26
4. Kepuasan Pelanggan ..... 28
B. Kerangka Berpikir ..... 35
C. Hipotesis Penelitian ..... 36

**BAB III METODE PENELITIAN**
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian ..... 38
B. Tempat dan Waktu Penelitian ..... 39
1. Tempat Penelitian ..... 39
2. Waktu Penelitian ..... 39
C. Populasi dan Sampel ..... 39
1. Populasi ..... 39
2. Sampel ..... 40
D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data ..... 40
E. Variabel dan Definisi Operasional ..... 42

F. Instrumen Penelitian ..... 47
G. Teknik Analisis Data ..... 48
1. teknik analisis data ..... 48
1. Uji Asumsi Dasar ..... 49
2. Uji Asumsi Klasik ..... 50
4. Pengujian Hipotesis ..... 51
5. koefisien determinasi ($R^{2)}$ ..... 52

**BAB 1V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**
A. Gambran Umum Objek Penelitian ..... 53
1. Sejarah Singkat Bank Syariah Mandiri KC bengkulu ..... 53
2. Deskripsi variabel penelitian ..... 55
B. Hasil Penelitian ..... 62
1. Teknik Analisis Data ..... 63
a. Uji Validitas ..... 63
b. Uji Reabilitas ..... 66
2. Uji Asumsi Dasar ..... 67
a. Uji Normalitas ..... 67
b. Uji Homogenitas ..... 68
3. Uji Asumsi Klasik ..... 69
c. Uji Multikolinieritas ..... 69
4. Pengujian hipotesis ..... 70
a. Uji Regresi Linier Berganda ..... 70
b. Uji Simultan (Uji F) ..... 72
c. Uji Parsial (Uji t) ..... 74
5. Koefisien determinasi ($R^2$) ..... 75
C. Pembahasan ..... 76

**BAB V KESIMPULAN**
Kesimpulan ..... 78
Saran ..... 89

**DAFTAR PUSTAKA**
**LAMPIRAN**

# DAFTAR TABEL


| | | |
|---|---|---|
| Tabel 3.1 | Pelaksanaan Penelitian | 37 |
| Tabel 3.2 | Ketentuan dan Penilaian Jawaban | 40 |
| Tabel 3.3 | Variabel, Dimensi dan Indikator Penelitian | 44 |
| Tabel 4.1 | Deskripsi Variabel Penelitian | 56 |
| Tabel 4.2 | Keadilan Prosedural (X1) | 57 |
| Tabel 4.3 | Keadilan Interaksional (X2) | 58 |
| Tabel 4.4 | Keadilan Distributif (X3) | 60 |
| Tabel 4.5 | Kepuasan Nasabah | 61 |
| Tabel 4.6 | Uji Validitas | 63 |
| Tabel 4.7 | Uji Reabilitas | 66 |
| Tabel 4.8 | Uji normalitas | 67 |
| Tabel 4.9 | Uji Homogenitas | 68 |
| Tabel 4.10 | Uji Multikolinieritas | 69 |
| Tabel 4.11 | Uji Regresi Linier Berganda | 70 |
| Tabel 4.12 | Uji F | 73 |
| Tabel 4.13 | Uji t | 74 |
| Tabel 4.14 | Uji Koefisien Determinasi | 75 |

# DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir ..... 34

# DAFTAR LAMPIRAN


Lampiran 1: Kuesioner Penelitian
Lampiran 2: Surat Izin Penelitian
Lampiran 3: Plagiasi
Lampiran 4: Bukti Nonton Semprop
Lampiran 5: Surat Penunjukkan Pembimbing
Lampiran 6: Catatan Lembar Bimbingan
Lampiran 7: Surat Penunjukkan Pembimbing
Lampiran 8: Halaman Pengesahan Semprop
Lampiran 9: Surat Keterangan Penelitian
Lampiran 10: Olahan Spss
Lampiran 11: Foto Penelitian

# BAB I

# PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Dunia perbankan di Indonesia tidak terlepas dari perkembangan industri ini secara global. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya bank yang beroperasi di Indonesia, khususnya di kota-kota besar (ibukota provinsi). Jumlah bank yang beroperasional di Indonesia sekarang ini sebanyak 121 bank yang terdiri atas 4 buah Bank Persero (Bank Pemerintah), 35 buah Bank Umum Swasta Nasional Devisa, 31 buah Bank Umum Swasta Nasional Non Devisa, 26 buah Bank Pembangunan Daerah (BPD), 15 buah Bank Campuran, dan 10 buah Bank Asing. Jumlah ini jauh lebih banyak jika dibandingkan dengan jumlah bank yang terdapat di negara-negara tetangga lainnya di kawasan Asia Tenggara, namun berdasarkan aspek modal, industri perbankan di Indonesia merupakan yang paling rendah dibandingkan dengan negara-negara lain tersebut.[1]

Implikasi dari persaingan bisnis yang semakin ketat, maka manajemen bank menerapkan berbagai strategi bisnis. Perilaku perusahaan yang terkait dengan pelanggan (nasabah) harus selalu dikedepankan, karena persaingan tidak hanya terjadi pada jumlah bank yang banyak, tetapi juga pada persaingan untuk memperoleh nasabah baru serta mempertahankan nasabah yang sudah ada. Selain itu, persyaratan perbankan yang makin ketat juga membuat kondisi

---

[1] Bank Indonesia, *Komposisi Bank-bank yang Beroperasi di Indonesia*, (Jakarta: Tim Penyusun, 2013), h. 2.

yang ada menjadi semakin berat. Bank harus menghadapi kondisi *Single Presence Policy* (SPP), yaitu pemilik bank hanya diperbolehkan untuk mempunyai saham mayoritas hanya pada satu bank saja.[2]

Kedua kondisi tersebut di atas menyebabkan terjadinya peningkatan tuntutan nasabah terhadap pelayanan terbaik (*superior service*) yang diberikan oleh manajemen bank. Manajemen bank memandang nilai pelanggan (*customer value*) sebagai unsur yang sangat penting agar mampu bertahan di tengah persaingan bisnis perbankan yang semakin ketat dan dapat memberikan kepuasan kepada nasabahnya.[3]

Pertumbuhan jasa perbankan di Indonesia juga terjadi di Provinsi Bengkulu. Hal ini dapat diketahui dari pertambahan jumlah kantor cabang, baik bank milik pemerintah maupun bank swasta nasional. Pada tahun 2008 jumlah kantor sebanyak 134 unit dan mengalami peningkatan pada tahun 2013 menjadi 186 unit atau terjadi peningkatan sebesar 38,81%. Berbagai bank syariah yang beroperasi di Kota Bengkulu terdiri atas (1) Bank Syariah Mandiri, (2) Bank Mega Syariah, (3) Bank Muamalat, (4) Bank Rakayat Indonesia (BRI) Syariah, (5) Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah, (6) Bank Sinarmas Syariah dan (7) Badan Perkreditan Rakyat (BPR) Syariah Safir. Bank-bank syariah ini memiliki peranan yang sangat penting dalam memacu dan meningkatkan perekonomian di Provinsi Bengkulu umumnya dan di Kota

[2] Kasmir, *Pemasaran Bank*, h. 10.

[3] Silvia, *et. al*, "Creating Dynamic Capability to Increase Customer Value", *Management Decision*. Vol. 49, No. 7, December 2011, h. 142.

Bengkulu khususnya seperti halnya keberadaan bank-bank Badan Usaha Milik Negara (BUMN).[4]

Dalam kegiatan operasionalnya, setiap bank termasuk bank syariah harus dapat memberikan pelayanan yang berkualitas yang memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat terhadap jasa perbankan. Namun, seringkali dalam memberikan pelayanan kepada nasabah terjadi kesalahan atau kegagalan pelayanan (*service failure*), sehingga terjadi komplain (keluhan) dari para nasabahnya. Keluhan-keluhan tersebut muncul dari lambatnya penanganan dari pihak bank sebagai penyedia jasa perbankan yang akan menimbulkan friksi (gesekan) antara nasabah dengan bank, yang ditunjukkan dengan munculnya komplain (pengaduan) nasabah. Komplain nasabah ini apabila tidak diselesaikan dengan baik oleh pihak bank akan berpotensi menjadi perselisihan atau sengketa yang pada akhirnya akan merugikan nasabah atau bank. Bahkan hal yang lebih ekstrim lagi adalah terjadinya penarikan dana oleh nasabah dari bank yang bersangkutan yang tentunya hal ini tidak diinginkan oleh manajemen bank.[5]

Secara umum, ada 3 (tiga) sumber penyebab kegagalan layanan perusahaan, yaitu (1) 40% masalah disebabkan oleh perusahaan sendiri, seperti janji yang berlebihan; (2) 20% masalah disebabkan karyawan, seperti perlakuan kasar dan tidak sopan; dan (3) 40% masalah disebabkan oleh pelanggan, seperti tidak teliti membaca instruksi atau petunjuk yang diberikan.[6]

---

[4] Bank Indonesia, *Komposisi*…, h. 9.
[5] Bank Indonesia, *Komposisi*…, h. 12.
[6] Griffith Denham, *Knowledge Management*, (New York: John Willey and Sons, Inc, 1998), h. 21.

Setiap perusahaan pasti membuat kesalahan, namun bagaimana kesalahan itu ditangani, karena penanganan kegagalan layanan merupakan faktor kunci untuk menentukan keberhasilan atau kegagalan dalam mempertahankan pelanggan. Untuk itu, upaya antisipasinya dan penanganan setiap keluhan tersebut terletak pada proses perbaikan layanan serta berperan dalam mewujudkan kepuasan yang akan berimplikasi terhadap kesetiaan (loyalitas) pelanggan terhadap perusahaan.

Menurut Weun, *et. al*., "kegagalan dalam memberikan layanan dapat berdampak terhadap tingkat kepuasan pelanggan, rekomendasi dari mulut ke mulut yang negatif serta hilangnya kepercayaan dan komitmen pelanggan". Untuk mengurangi dampak negatif dari kegagalan dalam memberikan layanan yang prima dan untuk mempertahankan jumlah pelanggan yang ada, perusahaan perbankan harus memahami apa yang diharapkan nasabah sebagai pelanggan ketika kegagalan dalam memberikan layanan terjadi dan bagaimana menerapkan strategi yang efektif dalam pemulihan layanan (*service recovery*).[7]

Menurut Wirtz dan Matilla, "pemulihan layanan (*service recovery*) merupakan faktor yang menentukan (determinan) dan signifikan atas kepuasan pelanggan, khususnya untuk industri jasa".[8] Tingkat kepuasan pelanggan saat dilakukan pemulihan layanan oleh pihak perusahaan salah satunya dipengaruhi

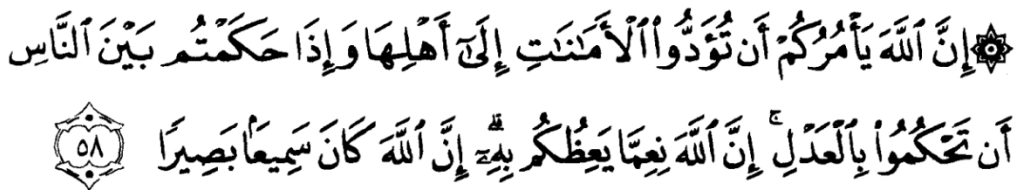
[7] Weun, *et. al*, "The Impact of Service Failure Severity on Service Recovery Evaluations and Post-Recovery Relationships", *Journal of Service Marketing*. Vol. 18, No. 2, September 2004, h. 134.

[8] Jochen Wirtz and Anna S. Matilla, "Consumer Responses to Compensation, Speed of Recovery and Apology after a Service Failure", *International Journal of Service Industry Management*. Vol. 15, No. 2, December 2004, h. 154.

oleh persepsi pelanggan terhadap berbagai aspek yang diterima dan dirasakan selama proses pemulihan layanan.

Dalam konteks perilaku mengeluh, keadilan pemulihan layanan dapat didefinisikan sebagai penilaian pelanggan terhadap kesesuaian cara menangani kegagalan layanan oleh pihak perusahaan.[9]. Menurut de Matos, *et. al*., "keadilan dalam pemulihan pelayanan kepada pelanggan terdiri atas 3 (tiga) dimensi yang meliputi (1) keadilan prosedural, (2) keadilan interaksional dan (3) keadilan distributif".[10]

Di dalam al-Qur'an, keadilan dalam memberikan layanan perbankan dikemukakan dalam Surat An-Nisa ayat 58 yang berbunyi:




Artinya: *Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya dan* (*menyuruh kamu*) *apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil*. *Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu*. *Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat* [Q.S. (4): (58)].[11]

Arti dari surat Surat An-Nisa ayat 58 tersebut di atas mengisyaratkan bahwa kegiatan perbankan syariah yang dijalankan oleh berbagai bank syariah dan lembaga perbankan syariah lainnya harus menerapkan konsep keadilan.

---

[9] Lin, *et. al*, "Consumer Responses to Compensation, Speed of Recovery and Apology after a Service Failure: A Perspective of Justice Theory", *Online Retailer's Service Recovery, Managing Service Quality*. Vol. 21, No. 5, December 2004, h. 514.

[10] de Matos, *et. al*, "Consumer Reaction to Service Failure and Recovery: The Moderating Role of Attitude Toward Complaining", *Journal of Services Marketing*. Vol. 23, No. 7, December 2009, h. 463.

[11] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Jakarta: Pustaka Agung Harapan, 2006), hlm. 398.

Jika dikaitkan dengan kepuasan nasabah, maka bank syariah harus memberikan keadilan dalam setiap kegiatan operasionalnya, termasuk keadilan dalam pemulihan pelayanan guna mewujudkan kepuasan para nasabah.

Berdasarkan konsep keadilan dalam pemulihan pelayanan, maka jika terjadi kegagalan pelayanan yang diberikan oleh pihak bank syariah di Kota Bengkulu terhadap para nasabah, lalu nasabah melakukan komplain terhadap perusahaan yang membuat mereka merasa tidak nyaman dan dirugikan, maka pihak manajemen bank harus menyelesaikannya dengan menjunjung tinggi 3 (tiga) dimensi keadilan yang dikemukakan oleh de Matos, *et. al*., yaitu keadilan prosedural, keadilan interaksional dan keadilan distributif (hasil).

Penelitian yang dilakukan oleh Badawi (2012) membuktikan bahwa hanya keadilan interaksional berpengaruh terhadap kepuasan pemulihan layanan pelanggan rumah makan di wilayah Cirebon. Keadilan distributif dan keadilan prosedural tidak berpengaruh terhadap terhadap kepuasan pemulihan layanan pelanggan rumah makan di wilayah tersebut.[12] Penelitian yang dilakukan oleh Vinartha (2015) membuktikan bahwa keadilan prosedural dan keadilan interaksional berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan hotel bintang lima di Bali, sedangkan keadilan distributif tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.[13]

---

[12] Badawi, "Peran Emosi Memediasi Keadilan Distributif, Keadilan Prosedural, dan Keadilan Interaksional terhadap Kepuasan Pemulihan Pelayanan", *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*. Vol. 1, No. 1, April 2013, h. 13-26.

[13] Raka Yasta Vinartha, "Pengaruh Keadilan Pemulihan Layanan terhadap Kepuasan yang Dimoderasi Gender, serta Dampaknya terhadap Niat Menginap Kembali dan WOM (Studi pada Pelanggan Hotel Bintang Lima di Bali)", *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*. Vol. 20, No. 2, Agustus 2015, h. 168-176.

Selain itu, berdasarkan hasil survei sementara yang dilakukan terhadap AH selaku pegawai Bank Syariah Mandiri pada Jum'at, 31 Maret 2017 selaku pegawai Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Utama (KCU), Jalan Semangka No.49, Lingkar Timur menunjukkan bahwa keadilan prosedural tidak berpengaruh terhadap nasabah yang melakukan komplain, sedangkan keadilan interaksional dan keadilan distributif berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yang melakukan komplain.

Kedua hasil penelitian dan hasil survei sementara di atas menunjukkan hasil yang tidak konsisten untuk pengaruh masing-masing variabel bebas (*independent variables*) terhadap variabel terikat (*dependent variable*). Dengan mengacu kepada perbedaan hasil penelitian dan hasil survei sementara di atas dengan objek kajian yang berbeda, oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan obyek penelitian para nasabah bank syariah di Kota Bengkulu dan menuangkannya ke dalam bentuk skripsi dengan judul **"Pengaruh Keadilan dalam Pemulihan Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu".**

## B. Batasan Masalah

Agar penelitian lebih fokus dan terarah, maka ruang lingkup penelitian dititikberatkan pada keadilan dalam pemulihan pelayanan yang terdiri atas keadilan prosedural ($X_1$), keadilan interaksional ($X_2$) dan keadilan distributif ($X_3$) yang ketiganya *independent variables* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu (Y) sebagai *dependent variable*

yang ditinjau berdasarkan dimensi pembentuk kepuasan konsumen yang meliputi (1) situasi dan personal dan (2) kualitas pelayanan.

## C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah keadilan prosedural berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu?
2. Apakah keadilan interaksional berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu?
3. Apakah keadilan distributif berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu?

## D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh keadilan prosedural terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh keadilan interaksional terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh keadilan distributif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu.

## E. Kegunaan Penelitian

### 1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini menambah khasanah ilmu Ekonomi Syariah, khususnya tentang pengaruh keadilan dalam pemulihan pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu.

### 2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu

Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi empiris mengenai pengaruh keadilan prosedural, keadilan interaksional dan keadilan distributif (hasil) sebagai dimensi keadilan dalam pemulihan pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu, baik pada Kantor Cabang Utama (KCU) maupun pada Kantor Cabang Pembantu (KCP), sehingga pada masa yang akan datang pihak manajemen bank dapat memberikan pelayanan yang lebih baik lagi kepada para nasabahnya.

b. Bagi Mahasiswa Lainnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan bagi mahasiswa lainnya yang ingin melakukan penelitian dengan bidang kajian sejenis.

## F. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelusuran kepustakaan, penelitian sejenis hanya pernah dilakukan oleh

Yuliana (2012) yang meneliti mengenai pengaruh strategi *service recovery* yang dilakukan perbankan terhadap kepuasan nasabah di Kota

Semarang. Metode analisis menggunakan Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, (1) keadilan prosedural berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah; (2) keadilan interaksional berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dan (3) keadilan distributif berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara simultan, keadilan prosedural, keadilan interaksional dan keadilan distributif berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Kota Semarang.[14]

Diastri (2013) melakukan penelitian mengenai pengaruh keadilan prosedural, keadilan distributif dan keadilan interaksional terhadap kepuasan pelanggan *Pizza Hut* di Kota Malang. Metode analisis menggunakan Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, (1) keadilan prosedural dan distributif tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan (2) keadilan interaksional berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan, keadilan prosedural, keadilan interaksional dan keadilan distributif berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *Pizza Hut* di Kota Malang.[15]

Putri (2014) melakukan penelitian mengenai pengaruh persepsi pemulihan layanan (*service recovery*) terhadap kepuasan pelanggan rumah sakit di Kota Bengkulu. Metode analisis menggunakan Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, (1) keadilan

[14] Rahmi Yuliana, "Analisis Pengaruh Strategi *Service Recovery* yang Dilakukan Perbankan terhadap Kepuasan Nasabah di Kota Semarang", *Jurnal STIE Semarang*, Vol. 4, No. 2, Juni 2012.

[15] Fifien Diastri, "*Analisis Pengaruh Keadilan Prosedural, Keadilan Distributif dan Keadilan Interaksional terhadap Kepuasan Pelanggan Pizza Hut di Kota Malang*", (Malang: Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya. 2013)

prosedural berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan; (2) keadilan interaksional berpengaruh secara signifikan terhadap dan (3) keadilan distributif berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan, keadilan prosedural, keadilan interaksional dan keadilan distributif berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan rumah sakit di Kota Bengkulu.[16]

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu di atas meliputi lokasi, waktu dan objek penelitian. Metode penelitian yang digunakan sama, yaitu Analisis Regresi Linier Berganda.

[16] Eka Putri, "*Analisis Pengaruh Persepsi Pemulihan Layanan* (*Service Recovery*) *terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Sakit di Kota Bengkulu*, (Bengkulu: Program Magister Manajamen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bengkulu, 2014)

# BAB II

# KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

## A. Kajian Teori

### 1. Kegagalan Pelayanan

Menurut Hoffman & Bateson, "kegagalan pelayanan (*service failure*) adalah kegagalan dalam memberikan pelayanan optimal kepada pelanggan karena tidak sesuainya kinerja produk atau jasa dengan harapan pelanggan".[17] Lovelock dan Wright menyatakan bahwa "kegagalan pelayanan adalah persepsi pelanggan bahwa satu aspek tertentu atau lebih dalam penyerahan pelayanan (jasa) tidak memenuhi harapan mereka".[18] *Service failure* terjadi ketika suatu *service provider* tidak dapat menyampaikan pelayanan yang memenuhi ekspektasi *customer*.[19] Artinya, ekspektasi pelanggan lebih tinggi dari kualitas pelayanan yang mereka terima.

Berdasarkan kedua definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kegagalan pelayanan adalah pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan yang tidak sesuai dengan yang telah dijanjikan oleh perusahaan serta tidak sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka. Apabila perusahaan mengabaikan kegagalan pelayanan, bahkan menganggap sesuatu yang biasa, maka

---

[17] Disman Martani, *Kegagalan Layanan dan Strategi Pemulihan Kembali Layanan Perspektif*: *Pelanggan Bank Ritel*, (Depok: Universitas Indonesia, 2004), h. 23

[18] Christopher Lovelock dan Jochen Wirtz, *Service Marketing*: *People*, *Technology*, *Strategy*, (New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2007), h. 116

[19] Sotiris Spyrakopoulos dan Barbara R. Lewis, "Service Failure and Recovery in Retail Bank: The Customers Perspective", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 19, No. 1, h. 37

perusahaan bersangkutan akan mendapat masalah besar yang akan berakibat kehilangan bisnisnya.

**a. Penyebab Terjadinya Kegagalan Pelayanan dan Respon Pelanggan**

Hoffman & Bateson menyatakan bahwa "kegagalan pelayanan terjadi karena tidak sesuainya kinerja produk (barang dan jasa) dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan".[20] Menurut Alexander, "kegagalan pelayanan dapat terjadi ketika perusahaan tidak dapat memberikan layanan (hasil) yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan".[21]

Secara garis besar penyebab terjadinya kegagalan pelayanan berasal dari 3 (tiga) sumber utama, yaitu (1) perusahaan, seperti janji yang berlebihan dengan persentase sebesar 40%, (2) karyawan, seperti kasar dan tidak sopan dengan persentase sebesar 20%, dan (3) pelanggan, seperti tidak teliti membaca instruksi atau petunjuk yang diberikan dengan persentase sebesar 40%.[22] Persentase terbesar tetap disebabkan oleh perusahaan dan pelanggan. Hal ini dapat terjadi karena kurangnya komunikasi yang baik dan terbuka antara kedua belah pihak.

Menurut Alexander,

> "Berdasarkan pandangan penyedia layanan dan pelanggan, kegagalan pelayanan disebabkan oleh 4 (empat) penyebab, yaitu (1) respon penyedia layanan yang tidak tepat untuk sistem penyampaian layanan, (2) respon yang tidak efektif dari penyedia layanan terhadap permintaan pelanggan, (3) tindakan-tindakan penyedia layanan yang tidak diinginkan, dan (4) perilaku pelanggan yang tidak pantas".[23]

---

[20] Disman Martani, *Kegagalan*..., h. 53

[21] Yuli Liestyana, "Persepsi Nasabah terhadap Layanan Perbankan: Pengaruh *Service Failure* dan Strategi *Service Recovery* terhadap *Behavior Intentions*". *Jurnal Keuangan dan Perbankan*. Vol. 13, No. 1, h. 21

[22] Griffith Denham, *Knowledge Management*, (New York: John Willey and Sons, Inc, 1998), h. 21

[23] Yuli Liestyana, "Persepsi…, h. 23

Menurut Lovelock & Wright, terdapat 3 (tiga) jenis respon pelanggan terhadap kegagalan pelayanan yang dirasakannya, yaitu:

1) Melakukan beberapa tindakan aksi publik (*take some form of public action*). Respon ini dapat berupa komplain kepada pusat pelayanan perusahaan, komplain kepada pihak ketiga dan lembaga peradilan.
2) Melakukan beberapa tindakan pribadi (*take some form of private action*). Respon ini dengan meninggalkan penyedia jasa tersebut (*defect switch provider*) dan mempengaruhi orang lain untuk tidak menggunakan jasa tersebut (*negative word of mouth*), dan
3) Tidak melakukan apa-apa (*take no action*). Tindakan ini terjadi untuk tipe pelanggan yang pasrah (tidak banyak tuntutan).[24]

Tindakan yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk menanggapi semua komplain (pengaduan) pelanggan terhadap segala bentuk kegagalan pelayanan yang terjadi dengan bertanggungjawab secara penuh (melakukan pemulihan pelayanan) kepada pelanggan yang bersangkutan dengan tujuan untuk menjaga loyalitas pelanggan dan tidak berpaling kepada perusahaan kompetitor.

**b. Ekspektasi Pelanggan terhadap Kegagalan Layanan**

Kegagalan layanan secara tipikal ditentukan oleh elemen-elemen, seperti sifat dari *service encounter*, penyebab masalah dan *psycographic* dari individu-individu yang terlibat. Pada saat ini riset didefinisikan dari perspektif konsumen, karena hal ini merupakan kebutuhan perusahaan untuk *recover* dari berbagai ketidakpuasan atau masalah yang dirasakan konsumen dalam hubungan *service provider* terhadap suatu layanan.[25]

---

[24] Christopher Lovelock dan Jochen Wirtz, *Service Marketing*…, h. 171
[25] Disman Martani, *Kegagalan*..., h. 119

Ekspektasi konsumen terhadap pemulihan layanan, antara lain (1) menerima permintaan maaf atas fakta bahwa konsumen berada dalam keadaan tidak disenangkan/nyaman (*unconvenienced*), (2) diperlakukan dengan cara yang menyatakan bahwa perusahaan peduli tentang permasalahan dan tentang ketidaknyamanan konsumen dan (3) diberikan penawaran nilai tambah untuk menebus kesalahan atas ketidaknyamanan yang dirasakannya.[26] Dalam kenyataannya, semua ekspektasi pelanggan ini terkadang tidak terpenuhi secara keseluruhan dalam rangkaian pemulihan pelayanan yang dilakukan oleh pihak perusahaan, baik perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa.

**2. Pemulihan Pelayanan**

Pemulihan pelayanan (*service recovery*) merujuk pada tindakan yang diambil oleh perusahaan ketika terjadi *service failure*.[27] Weun, *et. al*., menyatakan bahwa "*service recovery* merupakan tindakan spesifik yang dilakukan untuk memastikan bahwa pelanggan mendapatkan tingkat pelayanan yang pantas setelah terjadi permasalahan dalam pelayanan secara normal".[28] Armistead, *et. al*., mendefinisikan "*service recovery* sebagai tindakan spesifik yang dilakukan untuk memastikan pelanggan

[26] R Zemke, *Service Recovery*: *Turning oops into Opportunity*, in Zemke R & Woods, J. (Eds), Best Practices in Customer Service, New York: AMA Publications, h. 281

[27] Zeithaml, *et. al*, *Service Marketing*: *Integrating Customer Focus Across the Firm*, 4th Edition, (New York: McGraw-Hill, 2006), h. 208

[28] Weun, *et. al*, "The Impact of Service Failure Severity on Service Recovery Evaluations and Post-Recovery Relationships", *Journal of Service Marketing*. Vol. 18, No. 2, September 2004, h. 138.

mendapatkan tingkat pelayanan yang pantas setelah terjadi permasalahan dalam pelayanan secara normal".[29]

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa pemulihan layanan (*service recovery*) adalah upaya yang dilakukan untuk mengobati kekecewaan pelanggan atas pelayanan yang tidak memuaskan yang diterimanya dari perusahaan dengan tujuan agar pelanggan tetap bersedia menjadi pelanggan yang setia. Ini umumnya dilakukan oleh perusahaan yang sudah memiliki tingkat kesadaran pelayanan kepada pelanggan yang baik (tinggi).

**a. Tahapan Pemulihan Pelayanan yang Dilakukan oleh Perusahaan**

Pelanggan yang telah mengalami tahap komplain pada perusahaan dapat diatasi dengan melakukan serangkaian tindakan pemulihan pelayanan jasa yang efektif. Tahapan-tahapan pemulihan pelayanan terdiri atas (1) mengidentifikasikan kegagalan pelayanan, (2) memecahkan masalah pelanggan, (3) mengkomunikasikan dan mengklasifikasikan kegagalan pelayanan dan (4) mengintegrasikan data dan menyempurnakan pelayanan keseluruhan.[30]

Menurut Kau, *et. al*, upaya pemulihan layanan yang dapat dilakukan oleh perusahaan penyedia layanan (perusahaan jasa) meliputi (1) permohonan maaf (*apology*), (2) upaya pengembalian segera (*urgent reinstatement*), (3) empati (*emphaty*), (4) penyesalan (*atonement*), dan (5) tindak lanjut (*follow-up*).[31]

---

[29] Sotiris Spyrakopoulos dan Barbara R. Lewis, "Service…, h. 38

[30] Tax, *et. al*, "Customer Evaluation of Service Complaints Experiences: Implications for Relationships Marketing", *Journal of Marketing and Management*, Vol. 62, No. 2, April 1999, h. 68.

[31] Kau, *et. al*, "The Effect of Service Recovery on Consumer Satisfaction: A Comparation between Complainants and non-Complainants". *Journal of Service Marketing*. Vol. 20, No. 2, 2006, h. 102.

Persepsi pelanggan terhadap keadilan dibentuk atas dasar penilaian terhadap 3 (tiga) aspek pemulihan pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan yang meliputi:

1) Hasil (*outcomes*)

   Aspek pemulihan pelayanan ini berkenaan dengan hasil yang diterima pelanggan dari komplain. Bila terjadi kegagalan jasa, pelanggan berharap ada kompensasinya. Bentuk kompensasi ini bisa berwujud permohonan maaf, *refund*, reparasi, penggantian, koreksi harga, maupun kombinasi diantaranya. Untuk itu, perusahaan harus benar-benar memahami ekspektasi pelanggan atas kegagalan pelayanan yang dialaminya (dirasakannya) dan merancang paket kompensasi sedemikian rupa, sehingga bisa menutupi biaya-biaya kegagalan yang ditanggung oleh pelanggan.

2) Fitur prosedural (*procedural features*)

   Aspek pemulihan pelayanan ini berkenaan dengan kebijakan, peraturan, dan ketetapan waktu proses komplain. Prosedur yang adil mencakup 3 (tiga) elemen penting, yaitu:

   a) Perusahaan mengemban tanggungjawab atas kegagalan pelayanan,
   b) Setiap komplain ditangani dengan cepat (*quick respons*), dimulai oleh karyawan yang pertama kali dihubungi (*service encounter*) oleh pelanggan,
   c) Adanya sistem yang fleksibel dan mempertimbangkan pula situasi individual serta masukan dari pelanggan mengenai hasil akhir yang diharapkannya.

3) Perawatan interaksional (*interactional treatment*)

   Aspek pemulihan pelayanan ini berkenaan dengan perlakuan interpersonal yang didapat selama proses komplain. Perilaku relasi antara pribadi yang adil meliputi kesopanan, perhatian dan kejujuran penjelasan atas kegagalan jasa yang terjadi, serta usaha yang tulus dalam memecahkan masalah yang dihadapi pelanggan.[32]

Menurut Tjipjono pemulihan pelayanan berkaitan dengan kepuasan pelanggan dapat diwujudkan dengan 3 (tiga) cara pokok sebagai berikut:

[32] Tax, *et. al*, "Customer…, h. 71-73

1) Memperlakukan para pelanggan yang tidak puas dengan sedemikian rupa, sehingga mampu mempertahankan kesetiaannya (loyalitas) terhadap perusahaan,
2) Memberikan jaminan yang luas dan tidak terbatas pada ganti rugi yang dijanjikan saja, dan
3) Memenuhi atau melebihi harapan para pelanggan yang mengeluh dengan cara menangani keluhan mereka secara serius.[33]

**b. Dimensi Keadilan dalam Pemulihan Pelayanan**

Pemulihan layanan yang dilakukan oleh perusahaan kepada konsumen harus mengutamakan berbagai dimensi keadilan (*dimensions of justice*) yang meliputi keadilan procedural, keadilan interaksional dan keadilan distibutif.[34]

1) Keadilan prosedural (*prosedural justice*)

*Procedural justice* merupakan serangkaian prosedur yang digunakan untuk mencapai hasil (keputusan) merupakan dimensi keadilan yang memfokuskan pada keadilan yang seharusnya diterima oleh pelanggan ketika mengajukan komplain sesuai dengan aturan dan kebijakan yang telah ditetapkan perusahaan. *Procedural justice* 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 dihubunginya.[35]

Menurut Lind & Tyler, komponen-komponen untuk menegakkan dan menjaga keadilan prosedural secara umum meliputi:

---

[33] Fandy Tjipjono, *Service Management*: *Mewujudkan Pelayanan Prima*, Edisi Kedua, (Yogyakarta: Andi *Offset*, 2008), h. 159

[34] Christopher Lovelock dan Jochen Wirtz, *Service Marketing*…, h. 226

[35] Christopher Lovelock dan Jochen Wirtz, *Service Marketing*…, h. 227

a) Ada agen yang berfungsi mengumpulkan informasi dan membuat keputusan. Agen ini adalah pihak-pihak yang terlibat dalam suatu prosedur, sehingga klaim-klaim yang berkaitan dengannya jelas arahnya.
b) Ada aturan yang jelas dan kriteria yang baku. Hal ini dimaksudkan sebagai standar dalam melakukan evaluasi.
c) Ada tindakan nyata untuk mengumpulkan dan menayangkan informasi. Tanpa aktivitas ini maka penilaian keadilan akan sulit dilakukan.
d) Ada struktur dan hierarki keputusan. Dengan prosedur yang sama akan ditelorkan beberapa hasil dan keputusan. Kedudukan hasil dan keputusan ini harus diatur posisinya, sehingga secara sistematis peran masing-masing menjadi jelas. Keputusan yang posisinya lebih tinggi tidak bisa dibatalkan oleh keputusan yang posisinya lebih rendah.
e) Keputusan yang dibuat selalu disampaikan secara terbuka kepada semua pihak yang bersangkutan. Hal ini merupakan upaya untuk menjaga netralitas dan minimalisasi bias.
f) Prosedur selalu dijaga agar tetap standar melalui pengawasan dan pemberian sanksi bila ada penyimpangan. Ada mekanisme untuk mengubah prosedur bila prosedur yang diterapkan ternyata tidak bisa berjalan sesuai dengan ketentuan.[36]

Tax, *et. al*., menjabarkan 5 (lima) bagian dari keadilan prosedural, yaitu (1) kontrol proses (*process control*), (2) kontrol keputusan (*decision control*), (3) aksesbilitas (*accessibility*), (4) waktu (kecepatan) (*timing/speed*) dan (5) fleksibilitas (*flexibility*) dalam menangani komplain pelanggan.[37] Dalam keadilan prosedural, persepsi kewajaran berdasarkan pada kebijakan, prosedur, serta kriteria yang digunakan untuk menyampaikan hasil dari sebuah keluhan dalam negosiasi. Dalam kasus ini, prosedur tersebut harus adil dan konsisten berdasarkan informasi yang benar serta menggunakan standar etika dalam pertimbangan keadilan.[38]

Agar penelitian ini menjadi lebih terarah, maka komponen dalam penilaian keadilan prosedural yang digunakan dalam penelitian ini adalah

[36] Faturochman, *Keterkaitan antara Anteseden, Penilaian Keadilan Prosedural, Penilaian Keadilan Distributif dan Dampaknya*, (Yogyakarta: Program Doktoral Psikologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada,, 2002), h. 27
[37] Tax, *et. al*, "Customer…, h. 62
[38] Kau, *et. al*, "The…, h. 105.

pendapat yang dikemukakan oleh Tax, *et. al*., (1998), karena lebih menekankan kepada komponen keadilan prosedural dalam pemulihan pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan jasa terhadap pelanggan yang melakukan komplain.

Dalam *procedural justice*, harapan yang seharusnya diterima oleh pelanggan meliputi (a) pelanggan ingin komplainnya ditangani dengan cepat, (b) pelanggan ingin perusahaan dapat bersikap fleksibel dalam prosedur, sehingga usaha pemulihan dapat disesuaikan dengan keinginan individu pelanggan dan (c) pelanggan ingin adanya kejelasan, kecepatan, dan kebebasan dari hambatan prosedur.[39]

2) Keadilan interaksional (*interactional justice*)

*Interactional justice* atau keadilan dari sikap perusahaan dalam memperlakukan konsumen selama proses mencapai hasil (keputusan) merupakan dimensi keadilan yang memfokuskan pada pada interaksi antarpribadi selama proses pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa sejauhmana evaluasi pelanggan mendapatkan keadilan dalam perusahaan penyedia jasa selama proses pemulihan. Dalam kontek pemulihan layanan, keadilan interaksional berarti evaluasi sejauhmana pelanggan memperoleh keadilan yang akan menjadikan interaksi antar pelanggan dengan karyawan perusahaan jasa selama proses pemulihan.[40]

Menurut Lind & Tyler, dalam konsep umum, ada 3 (tiga) hal pokok yang harus diperhatikan dalam interaksi sosial yang kemudian dijadikan aspek penting

[39] Jefrey G. Blodgett, "The Effects of Distributive, Procedural, and Interactional Justice on Postcomplaint Behavior", *Journal of Retailing*. Vol. 73, No. 2, 1998, h. 191.

[40] de Matos, *et. al*, "Consumer Reaction to Service Failure and Recovery: The Moderating Role of Attitude Toward Complaining", *Journal of Services Marketing*. Vol. 23, No. 7, December 2009, h. 470.

dari keadilan interaksional. Ketiga aspek tersebut meliputi (a) penghargaan, (b) netralitas dan (c) kepercayaan.[41]

a) Penghargaan

Donovan, *et. al.*, menyatakan bahwa "penghargaan, khususnya penghargaan terhadap status seseorang, tercermin dalam perlakuan, khususnya dari orang yang berkuasa, terhadap anggota kelompok".[42] Isu-isu tentang perlakuan bijak dan sopan, menghargai hak, dan menghormati adalah bagian dari penghargaan. Makin baik kualitas perlakuan dari kelompok atau penguasa terhadap anggotanya maka interaksinya dinilai makin adil. Perlakuan yang menunjukkan penghargaan terhadap orang lain bisa dalam bentuk kata-kata, sikap ataupun tindakan. Bentuk-bentuk penghargaan yang positif antara lain adalah respons yang cepat terhadap pertanyaan atau persoalan yang diajukan, apresiasi terhadap pekerjaan orang lain, membantu, memuji atas tindakan yang benar atau hasil yang baik, dan seterusnya. Sebaliknya, memaki, membentak, menyepelekan, mengabaikan, menghina, mengancam dan membohongi adalah bentuk-bentuk sikap dan perilaku yang bertolak belakang dengan penghargaan.

b) Netralitas

Konsep tentang netralitas berangkat dari keterlibatan pihak ketiga ketika ada masalah hubungan sosial antara satu pihak dengan pihak lain. Namun, konsep ini juga bisa diterapkan pada hubungan sosial yang tidak melibatkan pihak ketiga. Netralitas dapat tercapai bila dasar-dasar dalam pengambilan keputusan, misalnya, menggunakan fakta, bukan opini, yang objektif dan validitasnya tinggi. Aspek ini juga mengandung makna bahwa dalam melakukan relasi sosial tidak ada perlakuan

[41] Faturochman, *Keterkaitan*…, h. 47
[42] Faturochman, *Keterkaitan*…, h. 48

dari satu pihak yang berbeda-beda terhadap pihak lain. Hal ini akan tampak saat terjadi konflik di dalam kelompok, baik yang bersifat personal, antarkelompok kecil, maupun anggota dengan kelompok (pimpinan). Pemihakan masih dibenarkan bila menunjuk pada norma atau aturan yang sudah disepakati.[43]

c) Kepercayaan

Aspek keadilan interaksional yang paling banyak dikaji adalah kepercayaan. Tampaknya kepercayaan telah menjadi isu tersendiri yang implikasinya dalam kehidupan sosial besar. Ahli sosiologi dan ekonomi, misalnya, menekankan kajian tentang kepercayaan sebagai fenomena institusional. Dengan demikian, kepercayaan biasanya dikonseptualisasikan sebagai fenomena dalam lembaga atau antarlembaga. Sebaliknya, mereka yang mendalami teori kepribadian akan menekankan pada perbedaan individu dalam membahas soal kepercayaan. Menurut pandangan ini, kepercayaan merupakan keyakinan, harapan, atau perasaan yang berakar pada kepribadian yang berkembang dari awal masa pertumbuhan individu yang bersangkutan.[44]

Berbeda dengan dua pandangan itu, ahli psikologi sosial melihat kepercayaan dalam hubungan antarindividu dan pada level kelompok (kecil). Oleh karenanya, kepercayaan sering didefinisikan sebagai harapan pihak lain dalam melakukan hubungan sosial, yang di dalamnya tercakup risiko yang berasosiasi dengan harapan itu. Menurut Lewicki & Bunker, "bila seseorang mempercayai orang lain, ketika hal itu tidak terbukti ia akan menerima konsekuensi negatif seperti merasa dikhianati, kecewa dan marah".[45]

[43] Faturochman, *Keterkaitan*…, h. 49
[44] Faturochman, *Keterkaitan*…, h. 50
[45] Faturochman, *Keterkaitan*…, h. 52

*Interactional justice* merupakan dimensi keadilan yang tak berwujud pada sektor jasa sesuai dengan kewajaran tata cara atau sifat-sifat yang meliputi (1) kesopanan (*courtesy*), (2) kejujuran (*honesty*), (3) upaya menawarkan penjelasan (*offering explanations*), (4) empati (*empathy*) dan (5) usaha (*endeavour*).[46] 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.

Agar penelitian ini menjadi lebih terarah, maka komponen dalam penilaian keadilan interaksional yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendapat yang dikemukakan oleh del Rio, *et. al.*, (2009), karena lebih menekankan kepada komponen-komponen keadilan interaksional dalam pemulihan pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan jasa terhadap pelanggan yang melakukan komplain.

Dalam *interactional justice*, harapan yang seharusnya diterima oleh pelanggan, yaitu (a) pelanggan ingin diperlakukan dengan jujur, (b) pelanggan ingin diperlakukan dengan sopan, (c) pelanggan ingin melihat usaha yang maksimal dari perusahaan dan (d) pelanggan ingin mendapat perhatian dan rasa kepedulian dari perusahaan.[47]

3) Keadilan distributif (*distributive justice*)

Smith menyatakan bahwa:

[46] de Rio, *et. al*, "Satisfaction with Service Recovery: Perceived Justice and Emotional Responses", *Journal of Business Research*. Vol. 62, No. 8, 2009, h. 777.

[47] Kau, *et. al*, "The…, h. 107.

> "Keadilan distributif terdiri dari tindakan-tindakan yang bermaksud baik bagi orang lain dalam bentuk memberikan miliknya untuk orang lain, memperkenankan orang lain menggunakan hak milik itu, melakukan karitas dan kemurahan hati bagi orang lain".[48]

Jika dikaitkan dengan konsep pemulihan pelayanan, keadilan distibutif mengacu pada keluaran penerimaan hasil (*perceived outcome*) ketika kewajaran prosedural mencakup kebijakan dan aturan untuk keputusan upaya pemulihan yang dibuat.[49]

*Distributive justice* atau keadilan wujud nyata dari hasil atau keputusan merupakan dimensi keadilan 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.

Adanya kesediaan perusahaan secara serius untuk menangani kegagalan pelayanan, maka pelanggan tentu mengharapkan adanya kompensasi atas kerugian yang dialaminya.[50] 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 gifts*), dan melakukan permintaan maaf (*apologizes*), karena persepsi pelanggan atas keadilan distributif cenderung dipengaruhi oleh metode atau tipe kompensasi yang diberikan oleh pihak perusahaan. Evaluasi dalam menindaklanjuti konsumen yang mengajukan

[48] Faturochman, *Keterkaitan*…, h. 65
[49] Kau, *et. al*, "The…, h. 109.
[50] de Rio, *et. al*, "Satisfaction…, h. 779.

komplain harus mempertimbangkan (1) ekuitas (*equity*) dari pada hasil, (2) ekualitas (*equality*) dan (3) kebutuhan (*need*).[51]

Dalam *distributive justice*, harapan yang seharusnya diterima oleh pelanggan meliputi (a) pelanggan mengharapkan hasil akhir atau kompensasi yang sesuai dengan tingkat ketidakpuasannya terhadap pelayanan perusahaan, (b) pelanggan mengharapkan kompensasi sesuai dengan kesalahan yang diperbuat oleh perusahaan dan (c) pelanggan mengharapkan mendapat kompensasi yang tidak lebih maupun tidak kurang dari pelanggan lain yang mengalami hal yang sama.[52]

**b. Manfaat Pemulihan Pelayanan**

Strategi *service recovery* yang baik akan mendeteksi dan menyelesaikan masalah, mencegah ketidakpuasan, dan didesain untuk mendorong pelanggan menyampaikan komplain. *Service recovery* dengan kepuasan lebih rendah daripada kepuasan pada saat memperoleh tanpa cela, pemulihan tersebut tetap mempunyai dampak yang bagus bagi penilaian oleh pelanggan. Pelanggan yang tidak terpuaskan akan mau kembali berhubungan dengan perusahaan jika masalahnya diselesaikan secara memuaskan.[53]

**3. Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa Latin, yaitu *satis* yang berarti cukup dan *facio* yang berarti melakukan, sehingga secara umum kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Sebuah

[51] Tax, *et. al*, "Customer…, h. 65.
[52] de Matos, *et. al*, "Consumer…, h. 472.
[53] Sotiris Spyrakopoulos dan Barbara R. Lewis, "Service…, h. 41

kepuasan juga bisa didefinisikan sebagai persepsi terhadap sesuatu yang telah memenuhi harapannya. Oleh karena itu, seseorang tidak akan puas apabila mempunyai persepsi bahwa harapannya belum terpenuhi. Seseorang akan merasa puas jika persepsinya sama atau lebih besar dari yang diharapkan.[54]

Hal ini menunjukkan bahwa definisi kepuasan akan berbeda untuk setiap orang. Menurut Umar, "jika dikaitkan dengan konsumen, maka kepuasan yang ada adalah kepuasan konsumen, yaitu tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapannya".[55] Seseorang yang jika puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, maka sangat besar kemungkinannya untuk menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (*perceived*) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan.[56] Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang dirasakan dengan harapannya.[57]

Westbrook dan Reilly menyatakan bahwa "kepuasan konsumen merupakan respon emosional terhadap pengalaman yang berkaitan dengan produk atau jasa yang dibeli".[58] Kepuasan pelanggan merupakan dampak dari perbandingan antara harapan pelanggan sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh pelanggan dari produk yang dibeli tersebut.[59]

---

[54] Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Edisi Ketiga, (Jakarta: Media Elex Komputindo, 2009), h. 48

[55] Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009), h. 106

[56] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*: *Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Edisi Kedua, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), h. 322

[57] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009), h. 123

[58] Fandy Tjipjono dan Chandra Gregorius, *Service*, *Quality dan Satisfaction*, Edisi Ketiga, (Yogyakarta: Andi *Offset*, 2011), h. 89

[59] Ujang Sumarwan, *Perilaku*…, h. 328

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan (konsumen) adalah kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan terhadap kualitas produk (barang dan jasa) yang dihasilkan perusahaan dan kualitas pelayanan yang dirasakan langsung dari pihak-pihak yang terlibat langsung dalam pembelian produk tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dalam hal ini merujuk kepada kepuasan yang dirasakan (*perceived satisfaction*).

**a. Tingkatan Harapan Pelanggan dan Jenis-jenis Kepuasan Pelanggan**

Menurut Leonard, ada 2 (dua) tingkatan harapan pelanggan yang menumbuhkan kepuasan, yaitu:

1) Harapan memadai (*adequate expectation*)

   *Adequate expectation* adalah tingkat kinerja pelayanan minimal yang masih dapat diterima berdasarkan perkiraan jasa yang mungkin akan diterima dan tergantung pada alternatif yang tersedia. *Adequate expectation* dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut ini, yaitu (a) keadaan darurat, (b) ketersedian alternatif, (c) derajat keterlibatan konsumen, (d) faktor-faktor yang tergantung situasi dan (e) pelayanan yang diperkirakan.

2) Harapan yang diinginkan (*desired expectation*)

   *Desired expectation* adalah tingkat kinerja pelayanan yang diharapkan konsumen untuk diterimanya yang merupakan gabungan dari kepercayaan konsumen mengenai apa yang dapat dan harus diterimanya. *Desired expectation* dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut ini, yaitu (a) keinginan untuk dilayani dengan baik dan benar, (b) kebutuhan perorangan, (c) janji secara langsung dan tidak langsung, (d) komunikasi dari mulut ke mulut dan (e) pengalaman masa lalu.[60]

Stauss dan Neuhaus membedakan kepuasan pelanggan menjadi 3 (tiga) jenis kepuasan, yaitu:

[60] Freddy Rangkuti, *Riset Pemasaran*, Edisi Kesepuluh, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2011), h. 108-109

1) Kepuasan pelanggan banyak tuntutan (*demanding customer satisfaction*). Jenis kepuasan ini merupakan jenis kepuasan yang aktif. Adanya emosi positif dari pelanggan, yaitu optimisme dan kepercayaan.
2) Kepuasan pelanggan yang stabil (*stable customer satisfaction*). Konsumen dengan jenis ini memiliki tingkat aspirasi pasif dan perilaku yang menuntut. Emosi positifnya terhadap penyedia jasa bercirikan kemantapan (*steadiness*) dan kepercayaan (*trust*) dalam relasi yang terbina saat ini. Pelanggan menginginkan segala sesuatunya tetap sama.
3) Kepuasan pelanggan pasrah (*resigned customer satisfaction*). Pelanggan dalam jenis ini juga merasa puas. Namun, kepuasannya bukan disebabkan oleh pemenuhan harapan, namun lebih didasarkan pada kesan bahwa tidak realistis untuk berharap lebih.[61]

**b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan**

Menurut Zeithaml, *et. al*., kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh faktor (1) kualitas produk (*product quality*), (2) harga (*price*), (3) situasi dan personal (*situation and personal*), (4) kualitas pelayanan (*service quality*) dan (5) kualitas perusahaan (*company quality*).[62] Kelima faktor ini diuraikan sebagai berikut:

1) Kualitas Produk (*Product Quality*)

Pelanggan akan puas jika setelah membeli dan menggunakan produk, ternyata kualitas produknya baik. Kualitas barang yang diberikan bersama-sama dengan pelayanan akan mempengaruhi persepsi pelanggan. Ada 8 (delapan) elemen dari kualitas produk yang meliputi kinerja, fitur, reliabilitas, daya tahan, pelayanan, estetika, sesuai dengan spesifikasi dan kualitas penerimaan.[63]

2) Harga (*Price*)

[61] Fandy Tjipjono dan Chandra Gregorius, *Service*…, h. 134-135
[62] Zeithaml, *et. al*, h. 245
[63] Zeithaml, *et. al*, h. 246

Pelanggan biasanya memandang harga sebagai indikator dari kualitas suatu produk. Pelanggan cenderung menggunakan harga sebagai dasar untuk menduga kualitas suatu produk. Pelanggan cenderung berasumsi bahwa harga yang lebih tinggi mewakili kualitas yang tinggi atau sebaliknya. Harga sangat erat kaitannya dengan citra merek (*brand image*) produk itu sendiri. Merek yang terkenal akan memiliki harga lebih tinggi daripada produk dengan merek yang tidak terkenal.[64]

3) Situasi dan Personal (*Situation and Personal*)

Faktor situasi atau lingkungan dan pribadi mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan terhadap barang atau jasa yang dikonsumsinya. Faktor situasi, seperti kondisi dan pengalaman akan menuntut konsumen untuk datang kepada suatu penyedia barang atau jasa. Hal ini akan mempengaruhi harapan terhadap barang atau jasa yang akan dikonsumsinya. Efek yang sama terjadi karena pengaruh faktor personal seperti emosi pelanggan.

4) Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Kualitas pelayanan sangat bergantung pada 3 (tiga) hal, yaitu sistem, teknologi, dan manusia. Sistem dalam hal ini diartikan sebagai cara perusahaan dalam memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Pemanfaatan teknologi dapat memberikan pelayanan tambahan kepada pelanggan untuk mengetahui segala hal mengenai perusahaan. Manusia dalam hal ini adalah Sumber Daya Manusia (SDM) yang bekerja pada

[64] Zeithaml, *et*. *al*, h. 247

perusahaan tersebut yang akan memberikan pelayanan secara langsung kepada pelanggan.

Kualitas pelayanan secara umum dibentuk oleh 5 (lima) dimensi, yaitu:

a) Bukti fisik (*tangible*), yaitu dimensi pelayanan yang menitikberatkan pada elemen-elemen yang mewakili pelayanan secara fisik. Dimensi ini meliputi penampilan fasilitas fisik, seperti gedung dan ruangan *Front Office* (FO), tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan pegawai.[65]
b) Kehandalan (*reliability*), yaitu dimensi kualitas pelayanan yang menitikberatkan pada kemampuan perusahaan untuk memberikan jasa sebagaimana yang dijanjikan secara akurat. Dimensi ini dapat diketahui dari indikator kecepatan dan ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan standar pelayanan, kecepatan dan ketepatan waktu penyelesaian komplain (keluhan), kemudahan mencari dan menemukan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan, kecepatan memberikan informasi dan penawaran kepada pelanggan dan kelebihan produk atau jasa yang ditawarkan.[66]
c) Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu dimensi kualitas pelayanan yang menitikberatkan pada kemampuan untuk menghargai kepercayaan dan kerahasiaan. Dimensi ini dapat diketahui dari indikator komitmen perusahaan terhadap pelanggan, kesiagaan pegawai dan keseriusan pegawai.[67]

[65] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, h. 12
[66] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, h. 12
[67] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, h. 13

d) Jaminan (*assurance*), yaitu keinginan untuk membantu pelanggan dan menyediakan pelayanan yang dibutuhkan.[68] Dimensi ini dapat diketahui dari indicator:

1) kompetensi (*competence*) meliputi keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh para pegawai untuk melakukan pelayanan.
2) kesopanan (*courtesy*) meliputi keramahan, perhatian, dan sikap para karyawan.
3) kredibilitas (*credibility*) meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan kepada perusahaan, seperti reputasi, prestasi, dan sebagainya.
4) keamanan (*safety*) meliputi keamanan bagi konsumen yang melakukan transaksi secara langsung, baik yang menggunakan fasilitas fisik pendukung yang ada maupun berupa fasilitas teknologi.[69]

e) Empati (*emphaty*), yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan.[70] Dimensi ini dapat diketahui dari beberapa indikator berikut ini:

1) akses (*access*) merupakan kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan perusahaan.
2) komunikasi (*comunication*) merupakan kemampuan menyampaikan informasi kepada pelanggan atau memperoleh masukan dari pelanggan.
3) pemahaman pada pelanggan (*understanding the customer*) merupakan usaha perusahaan untuk mengetahui dan memahami keinginan konsumen.[71]

---

[68] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, h. 13
[69] Husein Umar, *Riset*…, h. 103
[70] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, h. 14
[71] Husein Umar, *Riset*…, h. 121

5) Kualitas perusahaan (*Company Quality*)

Kualitas perusahaan dipengaruhi oleh faktor citra positif di mata masyarakat, reputasi, dan kompetensi yang dimiliki. Selain itu, perusahaan dengan kualitas baik merupakan perusahaan berskala nasional maupun internasional dan sudah *go public* (terdaftar di bursa saham). Konsumen akan lebih cendrung untuk berbelanja pada ritel yang sudah terbukti kualitasnya.

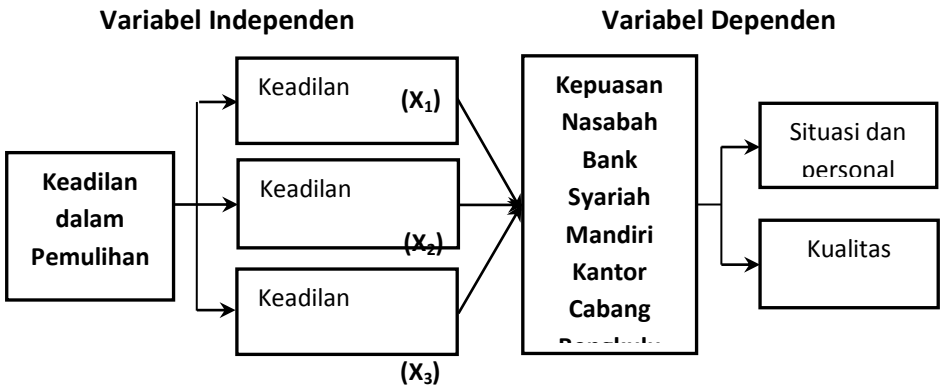
## B. Kerangka Berpikir

Penulis pada penelitian ini mensintesiskan bahwa keadilan dalam pemulihan pelayanan merupakan pendapat yang dikemukakan oleh De Matos *et. al* yang terdiri atas 3 (tiga) dimensi yang meliputi (1) keadilan prosedural, yaitu serangkaian prosedur yang digunakan untuk mencapai hasil (keputusan) merupakan dimensi keadilan yang memfokuskan pada keadilan yang seharusnya diterima oleh pelanggan ketika mengajukan komplain sesuai dengan aturan dan kebijakan yang telah ditetapkan perusahaan, (2) keadilan interaksional, yaitu keadilan dari sikap perusahaan dalam memperlakukan konsumen selama proses mencapai hasil (keputusan) merupakan dimensi keadilan yang memfokuskan pada pada interaksi antarpribadi selama proses pelayanan dan (3) keadilan distributif, yaitu dimensi keadilan 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.[72] Kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang

[72] de Matos, *et. al*, "Consumer…, h. 463.

Bengkulu ditinjau berdasarkan faktor (1) situasi dan personal dan (2) kualitas pelayanan.[73]

Berdasarkan rumusan masalah dan uraian di atas, maka kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2.1.




**Gambar 2.1. Kerangka Berpikir**

Gambar 2.1 menunjukkan bahwa penelitian ini mengkaji pengaruh keadilan dalam pemulihan pelayanan sebagai variabel bebas (*independent variable*) yang terdiri atas 3 (tiga) dimensi, yaitu keadilan prosedural ($X_1$), keadilan interaksional ($X_2$), dan keadilan distributif ($X_3$) terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu sebagai variabel terikat (*dependent variable*) (Y) yang ditinjau berdasarkan dimensi pembentuk kepuasan konsumen yang meliputi (1) situasi dan personal dan (2) kualitas pelayanan.

[73] Zeithaml, *et. al*, *Service Marketing*…, h. 247

## C. Hipotesis Penelitian

Ketentuan yang digunakan dalam mengajukan hipotesis penelitian, yaitu hipotesis diterima ($H_a$) dan hipotesis ditolak ($H_0$).[74] Berdasarkan kerangka berpikir di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$H_{a1}$ : Keadilan prosedural dalam pemulihan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu

$H_{a2}$ : Keadilan interaksional dalam pemulihan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu

$H_{a3}$ : Keadilan distributif dalam pemulihan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu

[74] Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, *Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 1998), h. 83.

# BAB III

# METODE PENELITIAN

## A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini bersifat deskriptif yang dianalisis dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah metode pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat atau dengan kata lain penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan objek atau subjek yang diteliti sesuai dengan kondisi sebenarnya.[75] Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel ataupun lebih dengan membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain dan dinyatakan dalam bentuk angka.[76]

Melalui penelitian ini akan diuji secara empiris pengaruh keadilan dalam pemulihan pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang (KC) Bengkulu. Keadilan dalam pelayanan dibedakan atas 3 (tiga) dimensi yang terdiri atas keadilan prosedural ($X_1$), keadilan interaksional ($X_2$) dan keadilan distributif (hasil) ($X_3$) yang ketiganya merupakan variabel bebas (*independent variables*). Variabel kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang (KC) Bengkulu (Y) sebagai variabel terikat (*dependent variable*) ditinjau berdasarkan dua aspek, yaitu situasi dan personal serta kualitas pelayanan.

[75] Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, *Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 11.

[76] Sugiyono, *Metodologi*…, h. 15.

## B. Tempat dan Waktu Penelitian

### 1. Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu, baik pada Kantor Cabang Utama (KCU) maupun Kantor Cabang Utama (KCP).

### 2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April 2017 yang rinciannya dapat dilihat pada Tabel 3.1.

**Tabel 3.1.**
**Pelaksanaan Penelitian**

| No | Uraian Kegiatan | Waktu (Bulan) | | |
|---|---|---|---|---|
| | | Maret | April | Mei |
| 1 | Penyusunan perbaikan dan bimbingan proposal skripsi | √ | - | - |
| 2 | Pengujian dan revisi proposal skripsi | - | √ | - |
| 3 | Pengumpulan dan pengolahan data penelitian | - | √ | √ |
| 4 | Pelaporan hasil penelitian dan ujian skripsi | - | - | √ |

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah subjek atau objek yang akan diteliti.[77] Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu. Bank syariah ini memiliki 2 (dua) kantor operasional di Kota Bengkulu, yaitu (a) Kantor Cabang Utama (KCU), Jalan Semangka No.49, Lingkar Timur, (b) Kantor Cabang

[77] Sugiyono, *Metodologi*…, h. 59.

Pembantu (KCP), Komplek Universitas Muhammdiyah Bengkulu (UMB) Kampus I, Jalan Bali, Kampung Bali. Jumlah populasi baru dapat ditentukan secara pasti pada saat penelitian berlangsung.

**2. Sampel**

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dapat mewakili keseluruhan populasi.[78] Penentuan sampel penelitian menggunakan metode *accident sampling*. *Accident sampling* adalah metode pemilihan sampel yang dilakukan terhadap populasi yang kebetulan ditemui selama penelitian sedang berlangsung.[79] Berdasarkan metode *sampling* ini, maka jumlah sampel baru akan ditentukan secara pasti pada saat penelitian berlangsung.

## D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian digunakan kuesioner. Data yang diperoleh melalui metode ini merupakan data primer sebagai sumber data utama dalam penelitian ini. Kuesioner disebarkan secara langsung kepada seluruh responden yang ditemui pada saat penelitian berlangsung (*accident*) yang terdiri atas para nasabah Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu, baik pada KCU maupun KCP.

Sebelum kuesioner diserahkan kepada responden, peneliti menjelaskan mengenai petunjuk pengisiannya sampai semua responden paham untuk mengisinya sendiri. Tujuannya, agar data yang diperoleh merupakan data yang *valid* dan riil sesuai dengan kondisi sebenarnya yang terjadi. Kuesioner berisikan pertanyaan yang telah disiapkan dan disusun secara terstruktur yang

[78] Sugiyono, *Metodologi*…, h. 78.
[79] Sugiyono, *Metodologi*…, h. 98.

secara substansial merujuk kepada kedua variabel penelitian, yaitu keadilan dalam pemulihan pelayanan (*independent variable*) dan kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu (*dependent variable*).

Data yang terkumpul melalui penyebaran kuesioner Skala *Likert*. Skala *Likert* adalah skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuesioner dan riset survei untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial, yaitu segala sesuatu yang terjadi di dalam kehidupan masyarakat.[80]

Sebelum diolah lebih lanjut menggunakan Skala *Likert*, terlebih dahulu ditentukan interval penilaian dengan persamaan berikut:

$$P = \frac{R}{K}$$

Keterangan:

*P* = Panjang kelas interval

*R* = Rentang

= Skor kelas tertinggi - Skor kelas terendah

Skor kelas tertinggi = Skor yang diberikan untuk jawaban yang paling baik, yaitu skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju

Skor kelas terendah = Skor yang diberikan untuk jawaban yang paling buruk, yaitu skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju

*K* = Jumlah kelas (jumlah skor penilaian, yaitu 5 terdiri atas 1, 2, 3, 4 dan 5)[81]

[80] Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian Guru, Karyawan dan Peneliti Pemula*, (Bandung: Alfabeta, 2007), h. 88.

[81] Riduwan, *Belajar…*, h. 88.

Berdasarkan persamaan di atas, maka panjang interval kelas (interval penilaian) dalam penelitian ini adalah:

$$P = \frac{5 - 1}{5} = \frac{4}{5} = 0{,}8$$

Berdasarkan nilai panjang interval kelas (*P*) tersebut di atas, maka nilai rata-rata untuk masing-masing jawaban akan memiliki selisih sebesar 0,8. Skala *Likert* yang digunakan untuk mengolah data terdiri atas 5 (lima) skala yang dapat dilihat pada Tabel 3.2.

**Tabel 3.2.**

**Ketentuan dan Penilaian Jawaban**[82]

| Klasifikasi Skor | Keterangan Jawaban | Nilai Rata-rata |
|---|---|---|
| 5 | SS = Sangat Setuju | 4,21 s.d 5,00 |
| 4 | S = Setuju | 3,41 s.d 4,20 |
| 3 | CS = Cukup Setuju | 2,61 s.d 3,40 |
| 2 | TS = Tidak Setuju | 1,81 s.d 2,60 |
| 1 | STS = Sangat Tidak Setuju | 1,00 s.d 1,80 |

Tabel 3.2 menunjukkan skor 5 diberikan untuk jawaban Sangat Setuju (SS) dengan nilai rata-rata 4,21 s.d 5,00, skor 4 untuk jawaban Setuju (S) dengan nilai rata-rata 3,41 s.d 4,20, skor 3 untuk jawaban Cukup Setuju (CS) dengan nilai rata-rata 2,61 s.d 3,40, skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS) dengan nilai rata-rata 1,81 s.d 2,60,

[82] Riduwan, *Belajar…*, h. 89.

dan skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) dengan nilai rata-rata 1,00 s.d 1,80.

## E. Variabel dan Definisi Operasional

Agar tidak terjadi kesalahan dalam pemahaman konsep, maka definisi operasional dan variabel penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Keadilan dalam pemulihan pelayanan adalah keadilan yang diperoleh oleh nasabah Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu yang melakukan komplain terhadap kegagalan pelayanan yang dilakukan oleh pihak bank yang terdiri atas 3 (tiga) jenis keadilan, yaitu (a) keadilan prosedural, (b) keadilan interaksional dan (c) keadilan distributif.
2. Pemulihan pelayanan adalah segala usaha yang dilakukan oleh manajemen Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu untuk menyelesaikan komplain yang diajukan oleh nasabah.
3. Keadilan prosedural adalah keadilan dalam pemulihan pelayanan yang memfokuskan pada keadilan yang seharusnya diterima oleh pelanggan ketika mengajukan komplain sesuai dengan aturan dan kebijakan yang telah ditetapkan Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu yang meliputi (a) kontrol proses, (b) kontrol keputusan, (c) aksesbilitas, (d) waktu (kecepatan) dan (e) fleksibilitas.
4. Kontrol proses adalah dimensi keadilan prosedural berupa pengawasan yang dilakukan oleh pimpinan Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu selama proses pemulihan pelayanan terhadap nasabah.

5. Kontrol keputusan adalah dimensi keadilan prosedural berupa pengawasan yang dilakukan oleh pimpinan Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu terhadap hasil pemulihan pelayanan nasabah yang melakukan komplain.
6. Aksesbilitas adalah dimensi keadilan prosedural yang mengedepankan akses nasabah dalam menemui pihak-pihak bank yang bertanggungjawab dalam penyelesaian komplain.
7. Waktu (kecepatan) adalah dimensi keadilan prosedural berupa kecepatan proses pengajuan, penanganan, dan perolehan hasil (keputusan) pemulihan pelayanan.
8. Fleksibilitas adalah dimensi keadilan prosedural yang mengedepankan kemudahan dalam pengajuan, penanganan, dan perolehan hasil penyelesaian komplain nasabah.
9. Keadilan interaksional adalah keadilan dalam pemulihan pelayanan yang memfokuskan pada pada interaksi antarpribadi selama proses pelayanan, dan ini berarti sejauh mana evaluasi pelanggan mendapatkan keadilan yang diperlihatkan oleh Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu selama proses pemulihan yang meliputi (a) kesopanan, (b) kejujuran, (c) penjelasan, (d) empati dan (e) usaha.
10. Kesopanan adalah dimensi keadilan interaksional yang mengedepankan etika kesopanan dalam proses penanganan komplain nasabah.
11. Kejujuran adalah dimensi keadilan interaksional berupa kejujuran dalam perkataan, tindakan dan pemberian kompensasi.

12. Penjelasan adalah dimensi keadilan interaksional berupa penjelasan (klarifikasi) mengenai komplain yang dilakukan nasabah, syarat dan ketentuan, serta kompensasi yang dapat diberikan oleh pihak bank.
13. Empati adalah dimensi keadilan interaksional berupa akses, komunikasi, dan pemahaman pada nasabah.
14. Usaha adalah dimensi keadilan interaksional berupa usaha penanganan komplain dan usaha menghasilkan keputusan yang adil (dapat diterima oleh kedua belah pihak).
15. Keadilan distributif (hasil) adalah keadilan dalam pemulihan pelayanan yang ditunjukkan oleh Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu dengan memfokuskan pada hasil dari penyelesaian komplain pelanggan yang meliputi (a) ekuitas, (b) ekualitas dan (c) kebutuhan.
16. Ekuitas adalah dimensi keadilan distributif berupa permintaan maaf, kompensasi sesuai dengan tingkat ketidakpuasan dan kompensasi sesuai dengan kesalahan bank.
17. Ekualitas adalah dimensi keadilan distributif yang mengutamakan persamaan perlakuan, kesesuaian dengan syarat dan ketentuan yang berlaku, dan kesesuaian dengan jenis kerugian nasabah.
18. Kebutuhan adalah dimensi keadilan distributif yang mengutamakan kepentingan nasabah, perusahaan dan hubungan masa depan antara kedua belah pihak.
19. Kepuasan nasabah adalah tingkat kepuasan masyarakat yang menjadi nasabah pada masing-masing Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu yang

diperoleh selama proses penyelesaian komplain yang mereka ajukan terhadap pihak bank yang terdiri atas 2 (dua) dimensi, yaitu situasi dan personal dan (2) kualitas pelayanan.

20. Faktor situasi dan personal adalah dimensi kepuasan nasabah selama proses pemulihan pelayanan yang dilakukan oleh pihak Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu terhadap komplain yang mereka sampaikan dengan indikator pengalaman pribadi, emosi nasabah, dukungan regulasi keuangan, dan dukungan regulasi lainnya.
21. Kualitas pelayanan adalah dimensi kepuasan nasabah selama proses pemulihan pelayanan yang dilakukan oleh pihak Bank Syariah Mandiri KC Bengkulu dengan indikator kecepatan, ketepatan, kemudahan, kesediaan, komitmen, kompetensi, kesopanan dan kredibilitas.

Variabel, dimensi dan indikator dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.3.

**Tabel 3.3**
**Variabel, Dimensi dan Indikator Penelitian**

| Variabel | Dimensi/Aspek | Indikator |
|---|---|---|
| **A. *Independent Variables*** | | |
| 1. Keadilan Prosedural | a. Kontrol proses | 1) Proses pengajuan<br>2) Proses penanganan<br>3) Proses penyelesaian |
| | b. Kontrol keputusan | 1) Keadilan<br>2) Syarat dan ketentuan<br>3) Hukum perbankan |
| | c. Aksesbilitas | 1) Akses menemui CS<br>2) Akses menemui manager<br>3) Akses menemui pimpinan |
| | d. Waktu | 1) Waktu pengajuan<br>2) Waktu penanganan<br>3) Waktu penyelesaian |
| | e. Fleksibilitas | 1) Kemudahan pengajuan<br>2) Kemudahan penanganan<br>3) Kemudahan penyelesaian |

| | | |
|---|---|---|
| 2. Keadilan Interaksional | a. Kesopanan | 1) Sikap<br>2) Perhatian<br>3) Keramahtamahan |
| | b. Kejujuran | 1) Jujur dalam perkataan<br>2) Jujur dalam tindakan<br>3) Jujur dalam pemberian kompensasi |
| | c. Penjelasan | 1) Komplain nasabah<br>2) Syarat dan ketentuan<br>3) Kompensasi |
| | d. Empati | 1) Akses<br>2) Komunikasi<br>3) Pemahaman pada nasabah |

**Tabel 3.3**
**Lanjutan**

| Variabel | Dimensi/Aspek | Indikator |
|---|---|---|
| | e. Usaha | 1) Usaha penanganan komplain<br>2) Usaha menghasilkan keputusan |
| 3. Keadilan Distributif (Hasil) | a. Ekuitas | 1) Permintaan maaf<br>2) Kompensasi sesuai dengan tingkat ketidakpuasan<br>3) Kompensasi sesuai dengan kesalahan bank |
| | b. Ekualitas | 1) Persamaan perlakuan<br>2) Kesesuaian dengan syarat dan ketentuan<br>3) Kesesuaian dengan jenis kerugian nasabah |
| | c. Kebutuhan | 1) Nasabah<br>2) Perusahaan (bank)<br>3) Hubungan masa depan |
| **B. *Dependent Variable*** | | |
| Kepusan Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu | a. Situasi dan personal | 1) Pengalaman pribadi<br>2) Emosi pelanggan<br>3) Dukungan regulasi keuangan<br>4) Dukungan regulasi lainnya |
| | b. Kualitas pelayanan | 1) Kecepatan<br>2) Ketepatan<br>3) Kemudahaan<br>4) Kesediaan<br>5) Komitmen<br>6) Kompetensi<br>7) Kesopanan<br>8) Kredibilitas |

Sumber: (sumarwan 2011)

## F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah lembar kuesioner. Lembar kuesioner berisikan pertanyaan yang telah disiapkan dan disusun secara terstruktur yang secara substansial merujuk kepada variabel penelitian, yaitu keadilan dalam pemulihan pelayanan sebagai variabel bebas sebanyak 38 pertanyaan dan kepuasan nasabah bank sebagai variabel terikat (*dependent variable*) sebanyak 12 pertanyaan. Jadi, total pertanyaan dalam kuesioner penelitian sebanyak 50 pertanyaan (sesuai dengan jumlah indikator penelitian).

## G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linier Berganda dengan bantuan program aplikasi (*software*) berbasis komputer, yaitu *Statistical Package for Social Science* (SPSS) *Version 21.0 for Windows* dengan tahapan sebagai berikut:

### 1. Pengujian Kualitas Data

Pengujian kualitas data yang dilakukan melalui 2 (dua) uji statistik, yaitu uji validitas dan uji realibilitas. Kedua uji kualitas data ini diuraikan sebagai berikut:

#### a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur sah atau *valid* tidaknya suatu kuesioner dengan menggunakan uji korelasi *Product Momen Pearson*. Ketentuan dalam uji korelasi *Product Momen Pearson* sebagai berikut:

1) Nilai *Pearson Correlation* > *Sig*. (2-*tailed*), artinya data *valid* (berlaku).

2) Nilai *Pearson Correlation* ≤ *Sig*. (2-*tailed*), artinya data tidak *valid* (tidak berlaku).[83]

**b. Uji Realibilitas**

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk dengan menggunakan uji korelasi *Alpha Cronbach*. Ketentuan dalam uji korelasi *Alpha Cronbach* sebagai berikut:

1) Nilai *Cronbach's Alpha* > 0,7, artinya data bersifat *reliable* (dapat dipercaya).
2) Nilai *Cronbach's Alpha* ≤ 0,7, artinya data tidak *reliable* (tidak dapat dipercaya).[84]

**2. Uji Asumsi Dasar**

**a. Uji Normalitas Data**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi memiliki distribusi data normal atau tidak dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (*Kolgomorov-Smirnov Test*) dengan menggunakan data dalam Tabel *One-Sample-Kolmogorov-Smirnov Test*. Nilai yang dilihat dari tabel tersebut adalah nilai *Sig*. (*Significance*) atau signifikansi. Ketentuan dalam uji *Kolmogorov-Smirnov* sebagai berikut:

1) Nilai *Asymp. Sig* (2-*tailed*) ≥ 0,05, artinya data terdistribusi secara normal.
2) Nilai *Asymp. Sig* (2-*tailed*) < 0,05, artinya data terdistribusi secara tidak normal.[85]

**b. Uji homogenitas**

Uji homogenitas bertujuan untuk pengujian mengenai sma tidaknya variansi-variansi dua buah distribusi atau lebih. Uji homogenitas yang akan

[83] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, Edisi 7, (Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro, 2013), h. 81.
[84] Imam Ghozali, *Aplikasi…*, h. 83.
[85] Imam Ghozali, *Aplikasi…*, h. 87.

dibahas dalam tulisan ini adalah uji homogenitas variansi dan uji *Bartlett*. Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam variabel X dan Y bersifat homogen atau tidak. Uji homogenitas adalah pengujian mengenai sama tidaknya variansi-variansi dua buah distribusi atau lebih. Uji homogenitas yang akan dibahas dalam tulisan ini adalah uji homogenitas varian. Uji homogenitas diakukan untuk mengetahui apakah data dalam variabel X dan Y bersifat homogeny atau tidak.

Uji homogenitas ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah data sampel diperoleh dari populasi yang bervarians homogen atau tidak. Kriteria homogenitas varians yaitu jika nilai p value sig > 0,05 nilai p value sig merupakan nilai perhitungan hasil pengujian homogenitas.

**3. Uji Asumsi Klasik**

**a. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) dengan menggunakan data dalam Tabel *Coefficients*. Nilai yang dilihat dari tabel tersebut adalah nilai *Collinearity Statistics* yang terdiri atas nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. VIF mengukur faktor kenaikan variasi variabel independen terhadap variabel dependen.[86] Ketentuan dalam uji multikolinearitas sebagai berikut:

1) Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena VIF = 1/*Tolerance*), artinya terjadi multikolinearitas antar

[86] Imam Ghozali, *Aplikasi…*, h. 94.

variabel dalam model regresi. Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan terjadinya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* < 0,1 atau sama dengan nilai VIF > 10.

2) Nilai *tolerance* > 0,1 atau sama dengan nilai VIF < 10, artinya tidak terjadi multikolinearitas antar variabel dalam model regresi.[87]

**4. Uji Hipotesis**

Dalam pengujian hipotesis digunakan hipotesis statistik yang merupakan pernyataan atau dugaan mengenai keadaan populasi yang sifatnya masih sementara atau lemah kebenaranye.

**a. Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis Regresi Linier Berganda (*Multiple Linear Regression Analysis*) bertujuan untuk melihat pengaruh variabel bebas (*independent variables*) terhadap variabel terikat (*dependent variable*), karena jumlah variabel bebas lebih dari satu variabel.[88] Persamaan Model Regresi Linear Berganda untuk penelitian ini sebagai berikut:

$$\mathbf{KNBSM = \alpha + \beta_1 KP + \beta_2 KI + \beta_3 KD + \varepsilon}$$ [89]

Keterangan:

KNBSM = Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kota Bengkulu

$\alpha$ = Konstanta

$\beta$ = Koefisien Regresi

[87] Imam Ghozali, *Aplikasi…*, h. 95.
[88] Imam Ghozali, *Aplikasi…*, h. 115.
[89] Imam Ghozali, *Aplikasi…*, h. 116.

KP = Keadilan Prosedural

KI = Keadilan Interaksional

KD = Keadilan Distributif

$\varepsilon$ = Kesalahan (Galat) Perkiraan (*Error of Estimation*)

**b. Uji F (F-*Test*)**

Uji F (F-*Test*) bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen menggunakan uji simultan ANOVA (*Analisis of Variance*). Ketentuan dalam uji F sebagai berikut:

1) Nilai *Sig*. (signifikansi) ≤ 0,05, artinya semua variabel independen secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel dependen.
2) Nilai *Sig*. (signifikansi) > 0,05, artinya semua variabel independen secara simultan (bersama-sama) tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.[90]

**c. Uji t (t-*Test*)**

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi secara individual berpengaruh terhadap nilai variabel dependen berdasarkan Tabel *Coefficients*. Ketentuan dalam uji *t* sebagai berikut:

1) Nilai signifikansi (α) ≤ 0,05, artinya variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen. Nilai yang lebih besar adalah variabel yang paling berpengaruh.
2) Nilai signifikansi (α) > 0,05, artinya variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.[91]

[90] Imam Ghozali, *Aplikasi…*, h. 119.
[91] Imam Ghozali, *Aplikasi…*, h. 123.

**5. Uji Koefisien Determinasi ($R^2$)**

Uji koefisien determinasi ($R^2$) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen berdasarkan Tabel *Model Summary*. Ketentuan dalam uji koefisien determinasi sebagai berikut:

1) Nilai $R^2$ mendekati 0, artinya kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.
2) Nilai $R^2$ mendekati 1, artinya variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.[92]

[92] Imam Ghozali, *Aplikasi…*, h. 121.

# BAB IV

# HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

## A. Gambaran Umum Objek Penelitian

### 1. Sejarah Bank Syariah Mandiri

Kehadiran Bank Syariah Mandiri sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.

Sebagai tindak lanjut dari keputusan *merger*, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah *(dual banking system).*[1]

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk

melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSM berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999.

Perubahan kegiatan usaha BSM menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ 1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999. PT Bank Syariah Mandiri Cabang Bengkulu yang beralamat di Jalan Semangka No.49 Lingkar Timur Bengkulu pertama kali berdiri pada tahun 2005. Bank Syariah Mandiri Cabang Bengkulu memiliki empat kantor cabang pembantu, yaitu KCP Curup dibuka pada tahun 2008, KCP S. Parman 49 tahun 2012 dan KCP Ketahun pada tahun 2013. Unit ATM yang tersedia di Bengkulu saat ini

ada empat anjungan yaitu berada pada KC Utama, KCP S. Parman, Bengkulu Ekspres dan Bengkulu Indah Mall.[93]

2. **Deskripsi Variabel Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 50 responden melalui penyebaran kuesioner. Diperoleh data diskriptif keseluruhan data sebagai berikut:

**Tabel 4.1**

**Descriptive statistic**

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Devition |
|---|---|---|---|---|---|
| X1 | 50 | 50,00 | 75,00 | 63,7000 | 4,70454 |
| X2 | 50 | 49,00 | 69,00 | 58,9800 | 4,14281 |
| X3 | 50 | 41,00 | 60,00 | 50,9000 | 3,74302 |
| Y | 50 | 44,00 | 60,00 | 50,8600 | 3,62536 |
| Valid N (listtwise | 50 | | | | |

*Sumber: data primer diolah 2018*

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa jumlah obserbasi/ responden sebanyak 50, rata-rata Keadilan Prosedural (X1) 63,700 dengan standar deviasi 4,705, rata-rata Keadilan Interaksional (X2) 58,980 dengan

[93]https://www.syariahmandiri.co.id/category/info-perusahaan/profil-perusahaan/sejarah/, diakses pada hari senin, 10/07/2018, pukul 21.38

standar deviasi 4,143, rata-rata Keadilan Distributif(X3) 50,900 dengan standar deviasi 3,743, serta rata-rataKepuasan Nasabah (Y) 50,860 dengan standar deviasi 3,625.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 50responden melalui penyebaran kuesioner. Untuk mendapatkan kecenderungan jawaban responden terhadap jawaban masing-masing variabel akan didasarkan pada rentang skor jawaban.

**a. Keadilan Prosedural (X1)**

**Tabel 4.2**

**Keadilan Prosedural (X1)**

| | Soal | Skor | | | | | Rata-Rata Item Soal | SD |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) | | |
| X1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 41 | 9 | 4,180 | 0,388 |
| | 2 | 0 | 0 | 7 | 32 | 11 | 4,080 | 0,601 |
| | 3 | 0 | 0 | 2 | 35 | 13 | 4,220 | 0,507 |
| | 4 | 0 | 0 | 2 | 33 | 15 | 4,260 | 0,527 |
| | 5 | 0 | 0 | 9 | 25 | 16 | 4,140 | 0,700 |
| | 6 | 0 | 0 | 9 | 23 | 18 | 4,180 | 0,720 |
| | 7 | 0 | 0 | 5 | 22 | 23 | 4,360 | 0,663 |
| | 8 | 0 | 0 | 8 | 23 | 19 | 4,220 | 0,708 |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 9 | 0 | 0 | 3 | 34 | 13 | 4,200 | 0,535 |
| | 10 | 0 | 0 | 5 | 30 | 15 | 4,200 | 0,606 |
| | 11 | 0 | 0 | 3 | 30 | 17 | 4,280 | 0,573 |
| | 12 | 0 | 0 | 1 | 32 | 17 | 4,320 | 0,513 |
| | 13 | 0 | 0 | 0 | 36 | 14 | 4,280 | 0,454 |
| | 14 | 0 | 0 | 2 | 30 | 18 | 4,320 | 0,551 |
| | 15 | 0 | 0 | 2 | 23 | 25 | 4,460 | 0,579 |
| | Jumlah | 0 | 0 | 58 | 449 | 243 | 4,247 | 0,575 |
| | % | 0 | 0 | 7,73 | 59,87 | 32,4 | | |

*Sumber: data primer diolah 2018*

Berdasarkan hasil data diatas diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variable Keadilan Prosedural (X1) dengan 15 soal dan 50 responden penelitian dapat diketahui dengan rincian sebagai berikut:

Dari 15 soal yang diberikan kepada responden, tidak ada responden yang memilih sangat tidak setuju dan tidak setuju.Sedangkan jawaban netral ada7,73%. Jawaban setuju 59,87% dan jawaban sangat setuju ada 32,4%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan variabel Keadilan Prosedural (X1).

**b. Keadilan Interaksional (X2)**

**Tabel 4.3**

**Keadilan Interaksional (X2)**

| X2 | Soal | Skor | Rata- | SD |
|---|---|---|---|---|

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | STS (1) | TS (2) | N (3) | S (4) | SS (5) | Rata Item Soal | |
| | 1 | 0 | 0 | 5 | 35 | 10 | 4,100 | 0,544 |
| | 2 | 0 | 0 | 3 | 34 | 13 | 4,200 | 0,535 |
| | 3 | 0 | 0 | 5 | 31 | 14 | 4,180 | 0,596 |
| | 4 | 0 | 0 | 2 | 32 | 16 | 4,280 | 0,536 |
| | 5 | 0 | 0 | 3 | 35 | 12 | 4,180 | 0,523 |
| | 6 | 0 | 0 | 5 | 31 | 14 | 4,180 | 0,596 |
| | 7 | 0 | 0 | 7 | 29 | 14 | 4,140 | 0,639 |
| | 8 | 0 | 0 | 8 | 18 | 24 | 4,320 | 0,741 |
| | 9 | 0 | 0 | 3 | 29 | 18 | 4,300 | 0,580 |
| | 10 | 0 | 0 | 2 | 36 | 12 | 4,200 | 0,495 |
| | 11 | 0 | 0 | 4 | 25 | 21 | 4,340 | 0,626 |
| | 12 | 0 | 0 | 3 | 36 | 11 | 4,160 | 0,510 |
| | 13 | 0 | 0 | 4 | 30 | 16 | 4,240 | 0,591 |
| | 14 | 0 | 0 | 7 | 28 | 15 | 4,160 | 0,650 |
| | Jumlah | 0 | 0 | 61 | 429 | 210 | 4,213 | 0,583 |
| | % | 0 | 0 | 8,71 | 61,29 | 30 | | |

*Sumber: data primer diolah 2018*

Berdasarkan hasil data diatas diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variable Keadilan Interaksional (X2) dengan 15 soal

dan 50 responden penelitian dapat diketahui dengan rincian sebagai berikut:

Dari 15 soal yang diberikan kepada responden, tidak ada responden yang memilih sangat tidak setuju dan tidak setuju.Sedangkan jawaban netral ada 8,71 %. Jawaban setuju 61,29% dan jawaban sangat setuju ada 30%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan variabel Keadilan Interaksional (X2).

**c. Keadilan Distributif (X3)**

**Tabel 4.4**

**Keadilan Distributif (X3)**

| | **Soal** | **Skor** | | | | | **Rata-Rata Item Soal** | **SD** |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **STS (1)** | **TS (2)** | **N (3)** | **S (4)** | **SS (5)** | | |
| **X3** | 1 | 0 | 0 | 1 | 31 | 18 | 4,340 | 0,519 |
| | 2 | 0 | 0 | 1 | 33 | 16 | 4,300 | 0,505 |
| | 3 | 0 | 0 | 3 | 24 | 23 | 4,400 | 0,606 |
| | 4 | 0 | 0 | 4 | 23 | 23 | 4,380 | 0,635 |
| | 5 | 0 | 0 | 8 | 26 | 16 | 4,160 | 0,681 |
| | 6 | 0 | 0 | 7 | 28 | 15 | 4,160 | 0,650 |
| | 7 | 0 | 0 | 4 | 34 | 12 | 4,160 | 0,548 |
| | 8 | 0 | 0 | 2 | 35 | 13 | 4,220 | 0,507 |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 9 | 0 | 0 | 6 | 32 | 12 | 4,120 | 0,594 |
| | 10 | 0 | 0 | 5 | 29 | 16 | 4,220 | 0,616 |
| | 11 | 0 | 0 | 4 | 32 | 14 | 4,200 | 0,571 |
| | 12 | 0 | 0 | 3 | 32 | 15 | 4,240 | 0,555 |
| | **Jumlah** | 0 | 0 | 48 | 359 | 193 | 4,242 | 0,582 |
| | **%** | 0 | 0 | 8 | 59,83 | 32,17 | | |

*Sumber: data primer diolah 2019*

Berdasarkan hasil data diatas diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variable Keadilan Distributif (X3) dengan 15 soal dan 50 responden penelitian dapat diketahui dengan rincian sebagai berikut:

Dari 15 soal yang diberikan kepada responden, tidak ada responden yang memilih sangat tidak setuju dan tidak setuju.Sedangkan jawaban netral ada 8 %. Jawaban setuju 59,83% dan jawaban sangat setuju ada 32,17%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan variabel Keadilan Distributif(X3).

**d. Kepuasan Nasabah (Y)**

**Tabel 4.5**

**Kepuasan Nasabah (Y)**

| **Y** | **Soal** | **Skor** | | | | | **Rata-Rata Item Soal** | **SD** |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **STS (1)** | **TS (2)** | **N (3)** | **S (4)** | **SS (5)** | | |
| | 1 | 0 | 0 | 1 | 30 | 19 | 4,360 | 0,525 |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2 | 0 | 0 | 1 | 32 | 17 | 4,320 | 0,513 |
| | 3 | 0 | 0 | 4 | 24 | 22 | 4,360 | 0,631 |
| | 4 | 0 | 0 | 4 | 25 | 21 | 4,340 | 0,626 |
| | 5 | 0 | 0 | 6 | 34 | 10 | 4,080 | 0,566 |
| | 6 | 0 | 0 | 7 | 28 | 15 | 4,160 | 0,650 |
| | 7 | 0 | 0 | 6 | 33 | 11 | 4,100 | 0,580 |
| | 8 | 0 | 0 | 2 | 34 | 14 | 4,240 | 0,517 |
| | 9 | 0 | 0 | 5 | 33 | 12 | 4,140 | 0,572 |
| | 10 | 0 | 0 | 6 | 26 | 18 | 4,240 | 0,657 |
| | 11 | 0 | 0 | 3 | 30 | 17 | 4,280 | 0,573 |
| | 12 | 0 | 0 | 3 | 32 | 15 | 4,240 | 0,555 |
| | **Jumlah** | 0 | 0 | 48 | 361 | 191 | 4,238 | 0,580 |
| | **%** | 0 | 0 | 8 | 60,17 | 31,83 | | |

*Sumber: data primer diolah 2018*

Berdasarkan hasil data diatas diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variable Kepuasan Nasabah (Y) dengan 15 soal dan 50 responden penelitian dapat diketahui dengan rincian sebagai berikut:

Dari 15 soal yang diberikan kepada responden, tidak ada responden yang memilih sangat tidak setuju dan tidak setuju.Sedangkan jawaban netral ada 8 %. Jawaban setuju 60,17% dan jawaban sangat setuju ada 31,83%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan variabel Kepuasan Nasabah (Y).

## B. Hasil penelitian

### 1. Teknik Analisis data

#### a. Uji Validitas

**Tabel 4.6**

**Tabel Uji Validitas**

| Variabel | Soal | R hitung | Keputusan |
|---|---|---|---|
| Keadilan Prosedural | 1 | 0,56672 | Valid |
| | 2 | 0,62252 | Valid |
| | 3 | 0,47345 | Valid |
| | 4 | 0,37767 | Valid |
| | 5 | 0,73792 | Valid |
| | 6 | 0,6793 | Valid |
| | 7 | 0,64411 | Valid |
| | 8 | 0,61432 | Valid |
| | 9 | 0,38143 | Valid |
| | 10 | 0,55827 | Valid |
| | 11 | 0,35742 | Valid |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | 12 | 0,33675 | Valid |
| | 13 | 0,58534 | Valid |
| | 14 | 0,54946 | Valid |
| | 15 | 0,54629 | Valid |
| Keadilan Interaksional | 1 | 0,53519 | Valid |
| | 2 | 0,51794 | Valid |
| | 3 | 0,56395 | Valid |
| | 4 | 0,26908 | Valid |
| | 5 | 0,44477 | Valid |
| | 6 | 0,44815 | Valid |
| | 7 | 0,53285 | Valid |
| | 8 | 0,4544 | Valid |
| | 9 | 0,5119 | Valid |
| | 10 | 0,4798 | Valid |
| | 11 | 0,569 | Valid |
| | 12 | 0,51398 | Valid |
| | 13 | 0,59372 | Valid |
| | 14 | 0,63756 | Valid |
| Keadilan Distributif | 1 | 0,28027 | Valid |
| | 2 | 0,58833 | Valid |
| | 3 | 0,63871 | Valid |
| | 4 | 0,55694 | Valid |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | 5 | 0,47882 | Valid |
| | 6 | 0,52656 | Valid |
| | 7 | 0,53519 | Valid |
| | 8 | 0,60367 | Valid |
| | 9 | 0,70329 | Valid |
| | 10 | 0,53215 | Valid |
| | 11 | 0,52479 | Valid |
| | 12 | 0,44365 | Valid |
| Kepuasan Nasabah | 1 | 0,38066 | Valid |
| | 2 | 0,59554 | Valid |
| | 3 | 0,59328 | Valid |
| | 4 | 0,56069 | Valid |
| | 5 | 0,42352 | Valid |
| | 6 | 0,5291 | Valid |
| | 7 | 0,63734 | Valid |
| | 8 | 0,5731 | Valid |
| | 9 | 0,65942 | Valid |
| | 10 | 0,47742 | Valid |
| | 11 | 0,46146 | Valid |
| | 12 | 0,34131 | Valid |

*Sumber: data primer diolah 2018*

Pada tabel diatas, pada masing-masing butir soal nilai R hitung >R tabel (0,279).Sehingga data yang diperoleh dari penelitian menunjukkan

bahwa setiap butir soal pada masing-masing variabel dinyatakan valid.Nilai R hitung dapat dilihat pada lampiran output SPSS pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*sedangkan nilai R tabel dapat dilihat pada lampiran tabel R dengan jumlah data 50.

**b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjuk kan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Reliabilitas menunjukkan konsestensi suatu alat suatu alat pengukur didalam mengukur gejalah yang sama, dalam beberapa kali pelaksanaan mengukur teknik *cronbach alpha*, dimana alat ukur dikatakan reliabel jika nilai cronbach alpha > 0,6 adapun hasil dari uji reliabilitas sebagai berikut.

**Tabel 4.7**

**Tabel Uji Reabilitas**

| **Variabel** | **Koefisien Alpha Cronbach's** | **Keputusan** |
|---|---|---|
| X1 | ,739 | Reliabel |
| X2 | ,728 | Reliabel |
| X3 | ,733 | Reliabel |
| Y | ,729 | Reliabel |

*Sumber: data primer diolah 2018*

Pada tabel diatas, data yang diperoleh dari penelitian menunjukkan bahwasanya variabel X1, X2,X)dan ) nilai koefisien alpha cronbach diatas 0,6. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa alat ukur atau instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah terbukti reliabel.

## 2. Uji Asumsi Dasar

### a. Uji Normalitas

uji normalitas digunakan untuk memuji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Untuk menguji normal atau tidaknya menggunakan *uji kolmogorov smirnov*.berikut ini disajikan hasil uji normalitas data dari penelitian yang sudah dilakukan.

**Tabel 4.8**

**Hasil uji normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

| | | Unstandardized Residual |
|---|---|---|
| N | | 50 |
| Normal Parameters[a,b] | Mean | ,0000000 |
| | Std. Deviation | 1,00287143 |
| Most Extreme | Absolute | ,071 |
| | Positive | ,065 |

| | | |
|---|---|---|
| Differences | Negative | -,071 |
| | Test Statistic | ,071 |
| | Asymp. Sig. (2-tailed) | ,200[c,d] |

a. Test distribution is Normal.

*Sumber: data diolah 2018*

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sig (0,200) > taraf siginifikansi (5%) sehingga $H_0$ diterima. Maka nilai Residual tersebut berdistribusi normal.

**b. Uji homogenitas**

Uji homogrnitas digunkan untuk mengetahui bahwa sampel memiliki varian yang sama. Hasil pengujian homogenitas data dengan menggunakan teknik *test of homogeneity of variance* dapat dilihat tabel berikut:

**Tabel 4.9**
**Uji Homogenitas**

| **Keterangan** | **Sig.** | a > **0,05** | **keterangan** |
|---|---|---|---|
| Keadilan procedural | 0,179 | 0,05 | homogen |
| Keadilan interaksional | 0,202 | 0,05 | homogen |
| Keadilan distributive | 0,146 | 0,05 | homogen |

Sumber: data diolah 2018

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji homogenitas data dengan menggunakan *test of homogeneity of variance* menunjukkan bahwa nilai probabilitas signifikansi seluruh variabel lebih > (0,05), maka seluruh variabel bersifat homogenitas artinya data sampel yang diteliti

memiliki varian yang sama. Artinya uji analisis regresi dapat dilanjutkan.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji multikolinearitas

Uji multikolinieritas dalam penelitian ini dilalukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance infantion factor* (VIF). Jika nilai tolerance untuk variabel bebasnya > 0,1 dan VI

**Tabel 4.10**

**Uji Multikolinieritas**

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | ,539 | 2,173 | | ,248 | ,805 | | |
| | X1 | ,219 | ,064 | ,285 | 3,438 | ,001 | ,243 | 4,118 |
| | X2 | ,191 | ,073 | ,218 | 2,601 | ,012 | ,236 | 4,229 |
| | X3 | ,493 | ,085 | ,509 | 5,799 | ,000 | ,216 | 4,632 |

a. Dependent Variable: y

*Sumber: data primer diolah 2018*

Dari tabel di atas tersebut didapatkan nilai tolerance untuk variabel bebasnya > 0,1 dan VIF nya < 10,Nilai ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas,

**4. Pengujian Hipotesis**

**a. Regresi Linier Berganda**

Analisis Regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas Keadilan Prosedural (X1),Keadilan Interaksional (X2), dan Keadilan Distributif (X3) terhadap variabel terikat Kepuasan Nasabah (Y),

Berdasarkan pada hasil perhitungan dari model regresi linier berganda, diperoleh hasil persamaan regresi yang dapat dilihat dalam tabel 4.12 dibawah ini:

**Tabel 4.11**

**Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda**

**Coefficients[a]**

| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics |
|---|---|---|---|---|---|

| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | (Constant) | ,539 | 2,173 | | ,248 | ,805 | | |
| | X1 | ,219 | ,064 | ,285 | 3,438 | ,001 | ,243 | 4,118 |
| | X2 | ,191 | ,073 | ,218 | 2,601 | ,012 | ,236 | 4,229 |
| | X3 | ,493 | ,085 | ,509 | 5,799 | ,000 | ,216 | 4,632 |

Dependent Variable: Y

*Sumber: data diolah 2018*

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa persamaan regresi yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

Rumus regresi yang digunakan adalah:

$$\mathbf{Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3}$$

$$\mathbf{Y = 0{,}539 + 0{,}219X_1 + 0{,}191X_2 + 0{,}493X_2}$$

Keterangan:

Y = kepuasan nasabah

a = konstanta

b1-b3 = koefisien variabel

X1 = keadilan prosedural

X2 = keadilan interaksional

X3 = keadilan distributive

e = error

Berdasarkan analisa nilai koefisien regresi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa

1. Nilai variabel dependen Kepuasan Nasabah (Y) dapat dilihat dari nilai konstantanya sebesar 0,539 dengan catatan variabel independen Keadilan Prosedural (X1), Keadilan Interaksional(X2), dan Keadilan Distributif (X3) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat Kepuasan Nasabah (Y)
2. Pengaruh variabel independen Keadilan Prosedural (X1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) apabila dilihat dari besarnya koefisien regresi 0,219 maka dapat diartikan bahwa setiap perubahan variabel Keadilan Prosedural (X1) sebesar satu satuan maka variabel Kepuasan Nasabah (Y) akan bertambah sebesar sebesar 0,219 dengan catatan Keadilan Interaksional (X2), dan Keadilan Distributif (X3) tetap.
3. Pengaruh variabel independen Keadilan Interaksional (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) apabila dilihat dari besarnya koefisien regresi 0,191 maka dapat diartikan bahwa setiap perubahan variabel Keadilan Interaksional (X2) sebesar satu satuan maka variabel Kepuasan Nasabah (Y) akan meningkat sebesar sebesar 0,191 dengan catatan variabel Keadilan Prosedural (X1), dan Keadilan Distributif (X3) tetap.
4. Pengaruh variabel independen Keadilan Distributif (X3) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) apabila dilihat dari besarnya koefisien regresi 0,493 maka dapat diartikan bahwa setiap perubahan variabel Keadilan Distributif (X3) sebesar satu satuan

maka variabel Kepuasan Nasabah (Y) akan meningkat sebesar sebesar 0,493 dengan catatan variabel Keadilan Prosedural (X1), dan Keadilan Interaksional (X2) tetap.

**b. Uji F (Simultan)**

Dalam penelitian ini pengujian serentak (uji F) digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas Keadilan Prosedural (X1), Keadilan Interaksional (X2), dan Keadilan Distributif (X3) secara serentak berpengaruh terhadap variabel terikat Kepuasan Nasabah (Y),

Untuk itu dalam penelitian ini desertakan uji F seperti yang terlihat dalam tabel 4.13 berikut ini :

**Tabel 4.12**
**Perhitungan Uji F**

**ANOVA**

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | 594,738 | 3 | 198,246 | 185,044 | ,000[b] |
| | Residual | 49,282 | 46 | 1,071 | | |
| | Total | 644,020 | 49 | | | |

a. Dependent Variable: Y

Predictors: (Constant), X3, X1, X2

*Sumber: data diolah 2018*

Berdasarkan hasil uji f pada tabel diatas dapat diketahui bahwa niali signifikansi (0,000) < (a) 0,05, maka Keadilan Prosedural (X1),Keadilan Interaksional (X2), dan Keadilan Distributif (X3) secara serentak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

**c. Uji Parsial (uji t)**

Uji parsial yaitu uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas keadilan prosedural, keadilan interaksional, dan keadilan distributive secara sendiri-sendiri berpengaruh terhadap variabel terikat kepuasan nasabah. Hasil dari pengujian dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.13**

**Perhitungan Uji t**

**Coefficients**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | ,539 | 2,173 | | ,248 | ,805 | | |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | X1 | ,219 | ,064 | ,285 | 3,438 | ,001 | ,243 | 4,118 |
| | X2 | ,191 | ,073 | ,218 | 2,601 | ,012 | ,236 | 4,229 |
| | X3 | ,493 | ,085 | ,509 | 5,799 | ,000 | ,216 | 4,632 |

a. Dependent Variabel: Y

*Sumber*: data diolah 2018

Berdasarkan hasil pengolahan uji statistik pada tabel 4.14 di atas, hasil uji t dapat diuraikan sebagai berikut :

1) Berdasarkan tabel 4.14 diatas, dapat diketahui nilai (sig) 0,001< 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa $H_a$ diterima $H_o$ ditolak, artinya bahwa keadilan prosedural (X1) berpengaruh secara persial terhadap kepuasan nasabah.

2) Berdasarkan tabel 4.14 diatas, dapat diketahui nilai (sig) 0,012< 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa $H_a$ diterima $H_o$ ditolak, artinya bahwa keadilan interaksional (X2) berpengaruh secara persial terhadap kepuasan nasabah.

3) Berdasarkan tabel 4.14 diatas, dapat diketahui nilai (sig) 0,000 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa $H_a$ diterima $H_o$ ditolak, artinya bahwa keadilan distributif (X3) berpengaruh secara persial terhadap kepuasan nasabah.

**5. Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi ($R^2$)**

koefisien determinasi (R) menunjuk kan sejauh mana kontribusi variabel-variabel independen (X1,X2 dan X3) terdapat variabel dependen (Y). Analisis koefisien determinasi ($R^2$) digunkan untuk mengetahui seberapa

besar presentase (%) pengaruh seluruh variabel independen yang digunakan terhadap variabel dependen. Hasil uji $R^2$ dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.14**

**Koefisien Determinasi**

**Model Summary**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | ,961[a] | ,923 | ,918 | 1,03506 | 1,874 |

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Berdasarkan hasil uji R square pada tabel 4.15 menunjukkan bahwa nilai R 0,923 atau sama dengan 92,3% hal ini menyatakan bahwa variabel keadilan prosedural, keadilan interaksional dan distributif terhadap kepuasan nasabah memiliki pengaruh sebesar 92,3% sedangkan 7,7% ditentukan oleh faktor lain. Seperti faktor keterampilan, kedisiplinan dan kecerdasan.

## C. Pembahasan

### 1. Pengaruh Variabel Kegunaan Keadilan Prosedural (X1) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

- Hipotesis

  $H_0$ : Keadilan Prosedural (X1) secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

  $H_1$ : Keadilan Prosedural (X1) secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

- Taraf siginifikansi

  $\alpha = 5\%$

- Statistik Uji

  Sig (0,001) < taraf signifikansi (5%), sehingga $H_0$ ditolak

- Kesimpulan

  Keadilan Prosedural (X1) secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

**2. Pengaruh Variabel Keadilan Interaksional (X2) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y).**

- Hipotesis

  $H_0$ : Keadilan Interaksional (X2) secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah (Y),

  $H_1$ : Keadilan Interaksional (X2) secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah (Y),

- Taraf siginifikansi

  $\alpha = 5\%$

- Statistik Uji

  Sig (0,012) < taraf signifikansi (5%), sehingga $H_0$ ditolak

- Kesimpulan

  Keadilan Interaksional (X2) secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

**3. Pengaruh Variabel Keadilan Distributif (X3) Terhadap Kepuasan Nasabah(Y)**

- Hipotesis

  $H_0$ : Keadilan Distributif (X3) secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

$H_1$ : Keadilan Distributif (X3) secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

- Taraf siginifikansi

  $\alpha = 5\%$

- Statistik Uji

  Sig (0,000) < taraf signifikansi (5%), sehingga $H_0$ ditolak

- Kesimpulan

Keadilan Distributif (X3) secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

# BAB V

# PENUTUP

## A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian lapangan dan penguji statistik yang telah dilakukan oleh peneliti terkait pengaruh keadilan dalam pemulihan pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank syariah mandiri kantor cabang bengkulu, maka dapat disiimpulkan sebagai berikut:

1. Keadilan Prosedural dalam pemulihan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri kantor cabang *Bengkulu. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil regresi linear berganda yang diperoleh nilai* (Sig.) 0,001<0,05. Artinya, keadilan prosedural berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri kantor cabang Bengkulu atau dengan kata lain $H_a$ diterima .
2. Keadilan interaksional dalam pemulihan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri kantor cabang *Bengkulu. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil regresi linear berganda yang diperoleh nilai* (Sig.) 0,012<0,05. Artinya, keadilan interaksional berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri kantor cabang Bengkulu atau dengan kata lain $H_a$ diterima .
3. Keadilan distributif dalam pemulihan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri kantor cabang *Bengkulu. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil regresi linear berganda yang diperoleh nilai* (Sig.) 0,000<0,05. Artinya, keadilan distributif

berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank syariah mandiri kantor cabang Bengkulu atau dengan kata lain $H_a$ diterima .

## B. Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian dan pembahasan serta kajian teori, berikut ini dikemukakan saran bagi objek penelitian maupun peneliti lainnya yang ingin mengembangkan penelitian sejenis:

1. Bagi objek penelitian diharapkan hasil penelitian dapat digunakan pihak Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bengkulu sebagai pertimbangan dan pengambilan kbijakan yang berkaitan dalam kinerja usahanya.
2. Bagi peneliti lainnya, penelitian berikutnya diharapkan memasukkan variabel lain yang belum dimasukkan dalam model penelitian ini. Hal ini karena masih terdapat variabel lain yang mungkin juga berpangaruh terhadap kepuasan nasabah dalam keadilan pemulihan pelayanan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang *Bengkulu.*
3. Bagi mahasiswa FEBI, hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanpaatkan sebagai bahan bacaan dan literature untuk memberikan informasi mengenai pengaruh keadilan dalam pemulihan pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank syariah mandiri kantor cabang bengkulu.

# DAFTAR PUSTAKA


Badawi. "Peran Emosi Memediasi Keadilan Distributif, Keadilan Prosedural, dan Keadilan Interaksional terhadap Kepuasan Pemulihan Pelayanan". *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*. Vol. 1, No. 1, April 2013: 13-26.

Bank Indonesia. *Komposisi Bank-bank yang Beroperasi di Indonesia*. Jakarta: Tim Penyusun. 2013.

Blodgett, G. Jefrey. "The Effects of Distributive, Procedural, and Interactional Justice on Postcomplaint Behavior". *Journal of Retailing*. Vol. 73, No. 2, 1998; 185-210.

de Matos, Celso Augusto., Carlos Alberto Vargas Rossi, Ricardo Teixeira Veiga, Valter Afonso Vieira. "Consumer Reaction to Service Failure and Recovery: The Moderating Role of Attitude Toward Complaining". *Journal of Services Marketing*. Vol. 23, No. 7, September 2006: 462-475.

del Rio, L.A.B., Vazquez, C.R & Diaz, M.A.M. "Satisfaction with Service Recovery: Perceived Justice and Emotional Responses". *Journal of Business Research*. Vol. 62, No. 8, 2009: 775-781.

Denham, Griffith. *Knowledge Management*. USA: John Willey and Sons, Inc. 1998.

Diastri, Fifien. *Analisis Pengaruh Keadilan Prosedural, Keadilan Distributif dan Keadilan Interaksional terhadap Kepuasan Pelanggan Pizza Hut di Kota Malang*. [Jurnal] Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya. 2013.

Faturochman. *Keterkaitan antara Anteseden, Penilaian Keadilan Prosedural, Penilaian Keadilan Distributif dan Dampaknya*. Yogyakarta: Program Doktoral Psikologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada (Disertasi tidak Dipublikasikan). 2002.

Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Edisi 7. Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro. 2013.

Irawan, Handi. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Edisi Ketiga. Jakarta: Media Elex Komputindo. 2009.

Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Persada Media. 2004.

Kau, Ah Keng., Elizabeth Wan dan Yiun Loh. "The Effect of Service Recovery on Consumer Satisfaction: A Comparation between Complainants and non-Complainants". *Journal of Service Marketing*. Vol. 20, No. 2, 2006: 101-111.

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga. 2009

Landroguez, Silvia Martelo., Carmen Barroso Castro., Gabriel Cepeda Carrión. "Creating Dynamic Capability to Increase Customer Value". *Management Decision*. Vol. 49, No. 7, December 2011.

Lin, Hsin Hui., Yi Shun Wang & Li Kuan Chang. "Consumer Responses to Online Retailer's Service Recovery after a Service Failure: A Perspective of Justice Theory". *Online Retailer's Service Recovery, Managing Service Quality*. Vol. 21, No. 5, 2011: 511-534.

Liestyana, Yuli. "Persepsi Nasabah terhadap Layanan Perbankan: Pengaruh *Service Failure* dan Strategi *Service Recovery* terhadap *Behavior Intentions*". *Jurnal Keuangan dan Perbankan*. Vol. 13, No. 1, 2009: 165-175.

Lovelock, Christopher & Jochen Wirtz. *Service Marketing*: *People, Technology, Strategy*. Seventh Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall. 2007.

Martani, Disman. *Kegagalan Layanan dan Strategi Pemulihan Kembali Layanan Perspektif*: *Pelanggan Bank Ritel*. Depok: Universitas Indonesia. 2004.

Putri, Eka. *Analisis Pengaruh Persepsi Pemulihan Layanan* (*Service Recovery*) *terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Sakit di Kota Bengkulu*. [Abstraksi] Program Magister Manajamen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bengkulu. 2014.

Rangkuti, Freddy. *Riset Pemasaran*. Edisi Kesepuluh. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2011.

Riduwan. *Belajar Mudah Penelitian Guru, Karyawan, Peneliti Pemula*, Bandung: Alfabeta. 2007.

Spyrakopoulos, Sotiris dan Barbara R. Lewis. "Service Failure and Recovery in Retail Bank: The Customers Perspective". *International Journal of Bank Marketing*. Vol. 19, No. 1, 2001: 37-48.

Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta. 2013.

Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen*: *Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Edisi Kedua. Bogor: Ghalia Indonesia. 2011.

Tax, S. Stephen., Stephen W. Brown dan Murali Chanrashekaran. "Customer Evaluation of Service Complaints Experiences: Implications for Relationships Marketing". *Journal of Marketing and Management*. Vol. 62, No. 2, April 1999: 60-76.

Tjipjono, Fandy. *Service Management*: *Mewujudkan Pelayanan Prima*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi *Offset*. 2008.

Tjipjono, Fandy dan Chandra Gregorius. *Service, Quality dan Satisfaction*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi *Offset*. 2011.

Umar, Husein. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2009.

Vinartha, Raka Yasta. *Pengaruh Keadilan Pemulihan Layanan terhadap Kepuasan yang Dimoderasi Gender, serta Dampaknya terhadap Niat Menginap Kembali dan WOM* (*Studi pada Pelanggan Hotel Bintang Lima di Bali*). Malang: Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Brawijaya. 2015.

Weun, Seungoog., Sharon, E. Beatty dan Michael, A. Jones. "The Impact of Service Failure Severity on Service Recovery Evaluations and Post-Recovery Relationships". *Journal of Service Marketing*. Vol. 18, No. 2, 2004; 133-146.

Wirtz, Jochen dan Anna S. Matilla. "Consumer Responses to Compensation, Speed of Recovery and Apology after a Service Failure". *International Journal of Service Industry Management*. Vol. 15, No. 2, 2004; 150-166.

Yuliana, Rahmi. "Analisis Pengaruh Strategi *Service Recovery* yang Dilakukan Perbankan terhadap Kepuasan Nasabah di Kota Semarang". *Jurnal STIE Semarang*. Vol. 4, No. 2, Juni 2012.

Zeithaml, V.A., Mary, J.B & Dawayne, D.G. *Service Marketing*: *Integrating Customer Focus Across the Firm.* 4th Edition. New York: McGraw-Hill. 2006.

Zemke, R. "Service Recovery: Turning oops into Opportunity". 1999 in Zemke R & Woods, J. (Eds), Best Practices in Customer Service. New York: AMA Publications: 279-288.