

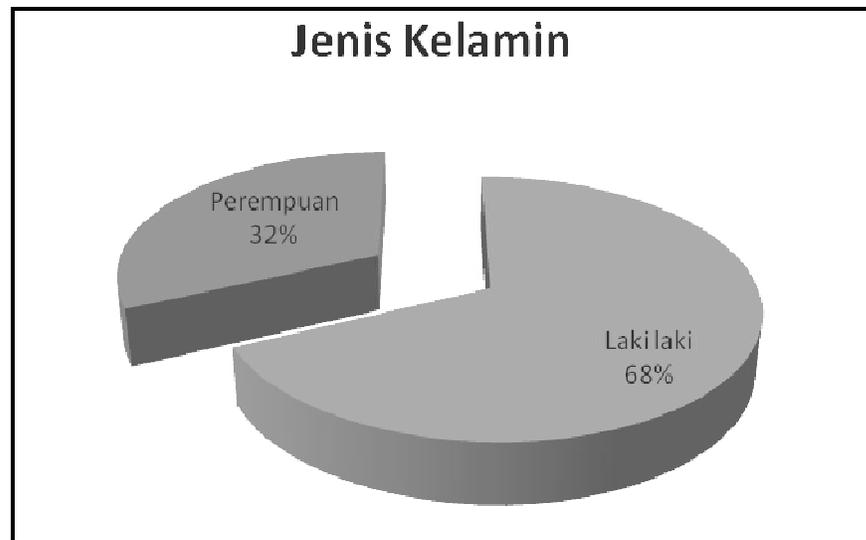
BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Unit Analisis

Pada Penelitian ini data responden yang dianalisis adalah jenis kelamin, usia, status jabatan, lamanya berlangganan, frekuensi pesanan, dan frekuensi komplain. Data – data tersebut digunakan untuk mengetahui karakteristik responden yang digunakan sebagai sampel pada penelitian ini.

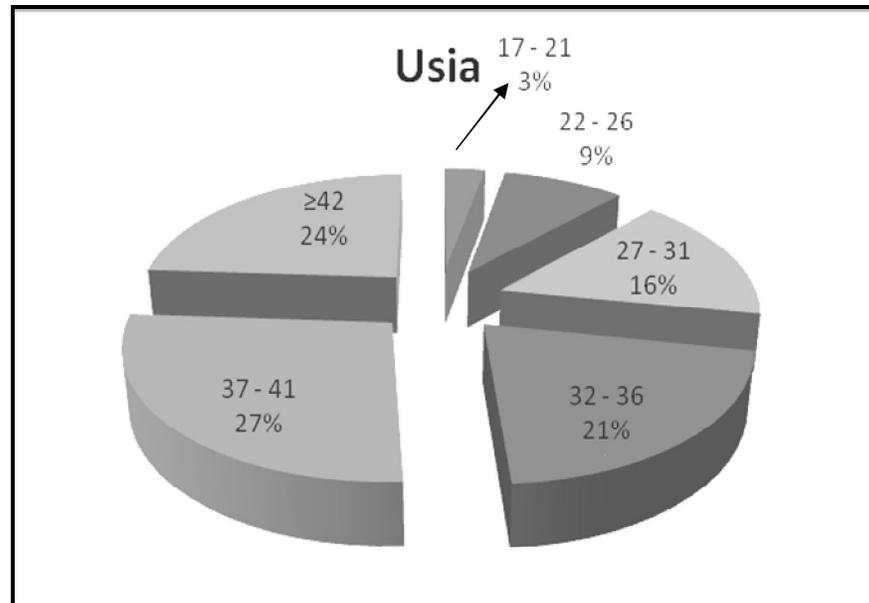
a. Jenis Kelamin



Gambar 4.1 : Data Jenis Kelamin

Sumber : Data diolah peneliti

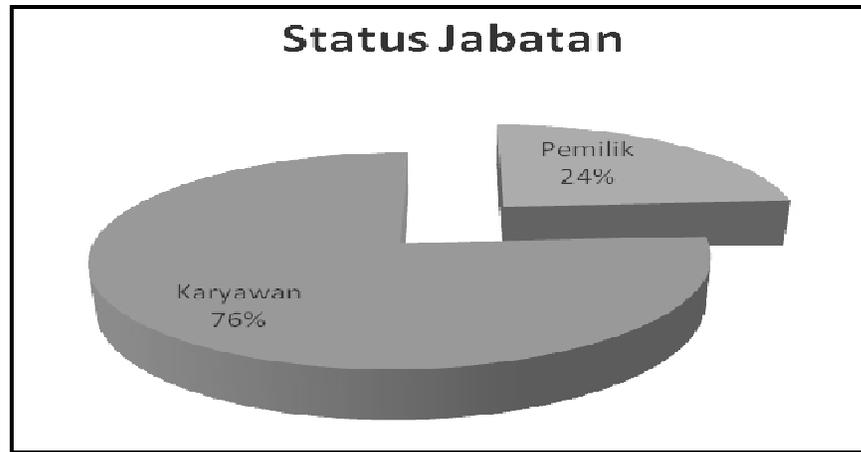
Berdasarkan gambar 4.1, dari 100 responden yang menjadi objek penelitian terlihat bahwa sebanyak 68% (68 orang) berjenis kelamin laki – laki dan 32% (32 orang) berjenis kelamin perempuan.

b. Usia**Gambar 4.2 : Data Usia**

Sumber : Data diolah peneliti

Berdasarkan gambar 4.2, dari 100 responden yang menjadi objek penelitian terlihat bahwa sebagian besar responden yang menjawab kuesioner termasuk dalam golongan usia 37 – 41 tahun sebanyak 27% (27 orang), diikuti oleh usia ≥ 42 tahun 24% (24 orang), usia 32 – 36 tahun 21% (21 orang), usia 27 – 31 tahun (16%), usia 22 – 26 tahun sebanyak 9% (9 orang), dan usia 17 – 21 tahun 3% (3 orang).

c. Status Jabatan

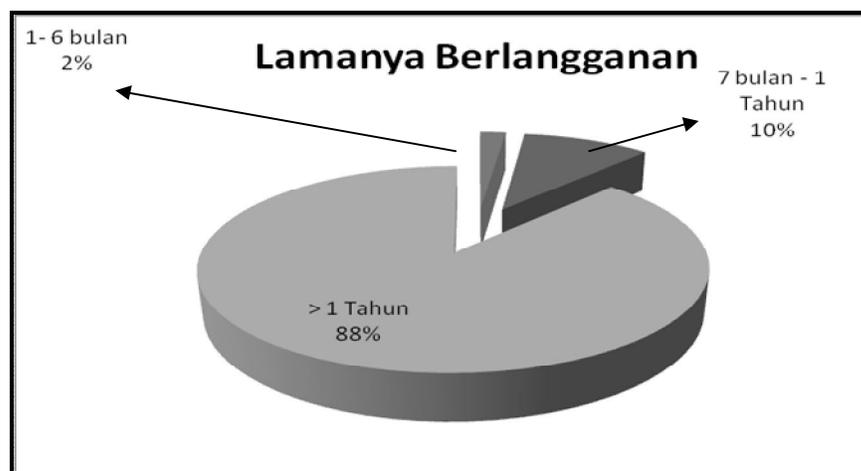


Gambar 4.3: Data Status Jabatan

Sumber : Data diolah peneliti

Berdasarkan gambar 4.3, dari 100 responden yang menjadi objek penelitian terlihat bahwa sebagian besar responden yang menjawab kuesioner adalah dengan status sebagai karyawan sebanyak 76% (76 orang) dan diikuti oleh pemilik usaha sebanyak 24% (24 orang).

d. Lamanya Berlangganan



Gambar 4.4 Data Lama Berlangganan

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan gambar 4.4, dari 100 responden yang menjadi objek penelitian terlihat bahwa sebagian besar responden yang menjawab kuesioner adalah perusahaan miliknya atau tempat dimana orang tersebut bekerja yang telah menjadi pelanggan PT. Master wovenindo Label selama lebih dari 1 tahun sebanyak 88% (88 orang), diikuti oleh lama berlangganan 7 bulan – 1 tahun 10% (10 orang), dan 1 – 6 bulan sebanyak 2% (2 orang).

e. Frekuensi Pesanan

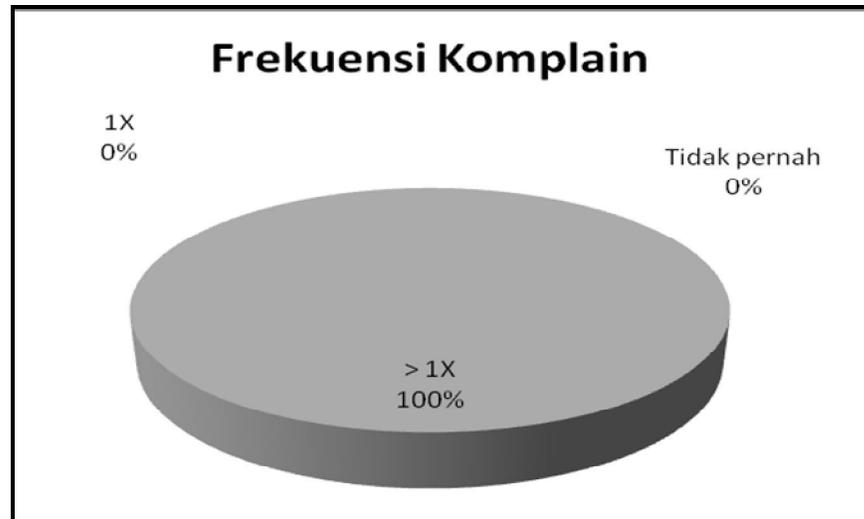


Gambar 4.5: Data Frekuensi Pesanan

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan gambar 4.5, dari 100 responden yang menjadi objek penelitian terlihat bahwa semua responden yang menjawab kuesioner adalah perusahaan milik atau tempatnya bekerja telah melakukan pesanan lebih dari 1X sebanyak 100% (100 orang).

f. Frekuensi Komplain



Gambar 4.6: Data Frekuensi Komplain

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan gambar 4.6, dari 100 responden yang menjadi objek penelitian terlihat bahwa semua responden yang menjawab kuesioner adalah perusahaan milik atau tempatnya bekerja telah melakukan komplain lebih dari 1X sebanyak 100% (100 orang).

4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan

Variabel – variabel penelitian harus dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, oleh karena itu dilakukanlah uji instrumen terhadap data – data yang telah didapatkan. Uji instrumen terlebih dahulu diujikan berdasarkan uji coba kuesioner terhadap 30 responden. Hasil data kemudian dianalisis dengan menggunakan bantuan software SPSS 17.0.

Ada beberapa langkah yang telah disebutkan yaitu uji instrumen dan uji asumsi klasik untuk menguji data yang telah didapatkan. Pada uji

instrument terdapat dua uji yaitu validitas dan reliabilitas yang akan menjadi acuan apakah model yang akan dianalisis baik atau tidak. Sedangkan untuk uji asumsi klasik digunakan uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat penyimpangan pada alat analisis.

4.2.1 Hasil Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Tabel 4.1 menunjukkan hasil uji validitas terhadap 30 responden berdasarkan perhitungan SPSS 17.0. Perhitungan uji validitas dapat menggunakan korelasi *Product Moment* dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Jika nilai signifikansi dari masing – masing pernyataan besarnya < 0.05 , maka item tersebut dinyatakan valid.
- b) Jika nilai signifikansi dari masing – masing pernyataan besarnya > 0.05 , maka item tersebut dinyatakan tidak valid

Menentukan suatu instrumen valid atau tidak, dapat diperoleh dengan membandingkan nilai total yang didapat dari perhitungan SPSS dengan nilai signifikansi sebesar 0.05 dengan uji dua sisi dengan jumlah data $(n) = 30$, maka didapat r tabel sebesar 0.361. Hasil yang lebih rinci dapat dilihat dari tabel hasil uji validitas untuk setiap variabelnya.

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Variabel *Procedural Fairness* (X_1)

Variabel	Pernyataan No.	Nilai Signif	Kriteria Validitas
<i>Procedural Fairness</i> (X_1)	1	.181	Tidak Valid
	2	.000	Valid
	3	.000	Valid
	4	.000	Valid
	5	.000	Valid
	6	.001	Valid
	7	.001	Valid

Sumber: Data diolah peneliti

Pada tabel 4.1 untuk hasil uji validitas variabel *Procedural Fairness* dapat dilihat bahwa pernyataan nomor 1 tidak valid karena nilai signifikannya $0.181 > 0.05$ atau nilai r tabel $< r$ hitung item pernyataan dalam variabel tersebut valid. Untuk pernyataan nomor 2 sampai dengan nomor 7 dinyatakan valid karena nilai signifikansi untuk setiap item pernyataan < 0.05 . Maka itu pernyataan nomor 1 tidak akan dipakai untuk analisis selanjutnya. Lalu, kita akan melihat hasil uji validitas pada tabel 4.2, 4.3, dan 4.4.

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Variabel *Interactional Fairness* (X_2)

Variabel	Pernyataan No.	Nilai Signif	Kriteria Validitas
<i>Interactional Fairness</i> (X_2)	8	.001	Valid
	9	.018	Valid
	10	.000	Valid
	11	.000	Valid
	12	.013	Valid
	13	.007	Valid
	14	.000	Valid
	15	.000	Valid
	16	.000	Valid

Sumber: Data diolah peneliti

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Variabel *Distributive Fairness* (X_3)

Variabel	Pernyataan No.	Nilai Signif	Kriteria Validitas
<i>Distributive Fairness</i> (X_3)	17	.000	Valid
	18	.003	Valid
	19	.027	Valid
	20	.000	Valid
	21	.000	Valid
	22	.003	Valid
	23	.000	Valid
	24	.000	Valid

Sumber : Data diolah peneliti

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel *Kepuasan Konsumen* (Y)

Variabel	Pernyataan No.	Nilai Signif	Kriteria Validitas
Kepuasan Konsumen (Y)	25	.000	Valid
	26	.001	Valid
	27	.001	Valid
	28	.000	Valid
	29	.001	Valid
	30	.000	Valid

Sumber: Data diolah peneliti

Pada tabel 4.2, 4.3, dan 4.4 untuk hasil uji validitas variabel *Interactional Fairness*, *Distributive Fairness*, dan Kepuasan Konsumen dapat dilihat bahwa seluruh item pernyataan dalam variabel tersebut valid, karena nilai signifikansinya untuk setiap item pernyataan $< 0,05$.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Pada penelitian kali

ini pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's*.

Menurut Malhotra (2006:274), suatu instrumen dikatakan reliabel atau tidak reliabel tergantung nilai alphanya. Kriterianya adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0.6 maka instrumen reliabel.
2. Jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0.6 maka instrumen tidak reliabel.

Tabel 4.5
Hasil Uji reliabilitas

Variabel	Reliabilitas	
	Koefisien	Kriteria
<i>Procedural Fairness</i>	0.771	Reliabel
<i>Interactional Fairness</i>	0.826	Reliabel
<i>Distributive Fairness</i>	0.806	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0.662	Reliabel

Sumber: data diolah peneliti

Dari tabel 4.5 menunjukkan apakah instrumen yang digunakan pada penelitian kali ini reliabel atau tidak. Hasil reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel pada penelitian ini reliabel karena memiliki koefisien *Alpha Cronbach's* lebih besar dari 0.6. Untuk variabel *procedural fairness* didapatkan hasil reliabel dengan syarat tidak memakai item pernyataan nomor 1 karena tidak valid sehingga harus dikeluarkan untuk dapat menghasilkan *Alpha Cronbach's* lebih dari 0.6.

4.2.2 Analisis Deskriptif

Pada penelitian ini data yang digunakan oleh peneliti berupa data primer, oleh karena itu peneliti perlu memaparkan hasil jawaban dari responden yang telah dipilih secara deskriptif. Penjelasan mengenai tanggapan responden tentang pengaruh penanganan keluhan dengan *Procedural Fairness*, *Interactional Fairness*, dan *Distributive Fairness* terhadap kepuasan konsumen, akan dijelaskan lebih rinci untuk masing – masing variabel.

a. Variabel *Procedural Fairness*

Variabel *Procedural Fairness* dibagi menjadi 3 dimensi yaitu pendaftaran, pemberitahuan, dan standar waktu. Pada dimensi pendaftaran peneliti menggunakan pernyataan yang berhubungan tindakan awal PT. Master Wovenindo Label terhadap keluhan yang diajukan oleh pelanggan yaitu dengan menerima dan mendaftarkan keluhan ke departemen yang bersangkutan di dalam perusahaan tersebut.

Tabel 4.6 menunjukkan besarnya persentase skor untuk masing – masing pernyataan pada variabel *Procedural Fairness*. Dari tabel 4.6 juga menunjukkan nilai yang diperoleh dari masing – masing jawaban yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu – ragu, setuju, dan sangat setuju. Untuk dimensi yang pertama yaitu dimensi pendaftaran.

Tabel 4.6
Skor Analisis Deskriptif Variabel *Procedural Fairness*

No	Pernyataan	STS		TS		RG		S		SS	
		Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
2	Perusahaan segera mendaftarkan keluhan anda	0	0	3	3	16	16	76	76	5	5
Mean Dimensi Pendaftaran		0	0	3	3	16	16	76	76	5	5
3	Perusahaan memberitahukan keluhan anda diterima dan segera diproses	0	0	0	0	0	0	97	97	3	3
4	Perusahaan memberitahukan kompensasi atas keluhan anda	0	0	0	0	0	0	86	86	14	14
5	Perusahaan memberitahukan keluhan anda sudah selesai diproses	0	0	0	0	0	0	97	97	3	3
Mean Dimensi Pemberitahuan		0	0	0	0	0	0	93.33	93.33	6.67	6.67
6	Perusahaan memberi waktu yang sesuai dengan keinginan dalam menangani keluhan anda	0	0	0	0	0	0	81	81	19	19
7	Perusahaan dapat memenuhi waktu yang ditetapkan untuk menyelesaikan keluhan anda	0	0	0	0	0	0	91	91	9	9
Mean Dimensi Standar Waktu		0	0	0	0	0	0	86.00	86.00	14.00	14.00

Sumber : Data diolah Peneliti

Melihat pada pernyataan nomor 2, tanggapan responden terhadap pernyataan tentang pendaftaran keluhan yang dilakukan oleh PT. Master Wovenindo Label mayoritas sebesar 75% menyatakan setuju. Oleh karena itu dapat disimpulkan secara umum bahwa PT. Master Wovenindo Label segera mendaftarkan keluhan pelanggannya ke departemen terkait di dalam perusahaan.

Dimensi yang kedua adalah dimensi pemberitahuan. Setelah keluhan diterima prosedur perusahaan berikutnya adalah memberitahu pelanggan yang bersangkutan. Di tabel 4.6 pernyataan nomor 3, terlihat bahwa tanggapan responden mengenai

pernyataan tentang prosedur perusahaan memberitahu keluhan pelanggan diterima dan akan segera diproses, mayoritas sebesar 97% menyatakan setuju. Artinya memang setiap keluhan yang diterima dan prosesnya akan diberitahukan oleh PT. Master Wovenindo Label kepada pelanggan yang bersangkutan. Lalu pada pernyataan nomor 4, tanggapan responden pada pernyataan mengenai prosedur pemberitahuan kompensasi atas keluhan pelanggan, mayoritas sebesar 86% menyatakan setuju. Artinya PT. Master Wovenindo Label selalu memberitahukan kompensasi atas kejuhan pelanggannya. Untuk pernyataan nomor 5, tanggapan responden mengenai pernyataan prosedur pemberitahuan selesainya proses keluhan, mayoritas sebesar 97% menyatakan setuju. Artinya PT. Master Wovenindo Label pasti akan memberitahukan kepada pelanggan tentang selesainya proses penanganan keluhan.

Masih melihat pada tabel 4.6 pada dimensi ketiga yaitu dimensi standar waktu. Pada pernyataan nomor 6, tanggapan responden mengenai pernyataan penetapan waktu yang sesuai dengan keinginan pelanggan bersangkutan, mayoritas sebesar 81% menyatakan setuju. Artinya PT. Master Wovenindo memberikan waktu yang terbaik bagi pelanggan untuk menangani keluhan pelanggan. Pada pernyataan terakhir atau bisa dilihat pada nomor 7, tanggapan responden pada ketepatan waktu perusahaan memenuhi

keluhan yang ada, mayoritas sebesar 91% menyatakan setuju, yang berarti PT. Master Wovenindo dapat memenuhi kesepakatan waktu yang disepakati bersama untuk menangani keluhan pelanggannya.

b. Variabel *Interactional Fairness*

Variabel *Interactional Fairness* dibagi menjadi 4 dimensi yaitu kesopanan (*polite*), sangat membantu (*helpful*), empati (*empathy*), dan informatif (*informative*). Empat dimensi tersebut berhubungan dengan sikap pegawai perusahaan terhadap pelanggan yang mengeluh atau komplain. Sikap pegawai yang dimaksud adalah untuk bagian *Follow Up* yang menerima keluhan konsumen. Sikap-sikap tersebut dinilai oleh konsumen atas pengalaman mereka dalam menyampaikan keluhan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Tabel 4.7 menunjukkan besarnya persentase skor untuk masing – masing pernyataan pada variabel *Interactional Fairness*. Dari tabel 4.7 juga menunjukkan nilai yang diperoleh dari masing – masing jawaban yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu – ragu, setuju, dan sangat setuju. Untuk dimensi yang pertama yaitu dimensi kesopanan.

Tabel 4.7
Skor Analisis Deskriptif Variabel *Interactional Fairness*

No	Pernyataan	STS		TS		RG		S		SS	
		Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
8	Pegawai perusahaan sopan saat menerima keluhan anda	0	0	2	2	2	2	72	72	24	24
9	Pegawai perusahaan sopan saat memberitahu proses atas keluhan anda	0	0	2	2	2	2	93	93	3	3
Mean Dimensi <i>Polite</i>		0	0	2	2	2	2	82.50	82.50	13.50	13.50
10	Pegawai perusahaan sangat membantu anda dalam menerima dan menyampaikan keluhan anda	0	0	4	4	11	11	82	82	3	3
11	Pegawai perusahaan sangat membantu anda dalam mengetahui kejelasan proses keluhan anda	0	0	4	4	11	11	75	75	10	10
Mean Dimensi <i>Helpfull</i>		0	0	4	4	11	11	78.50	78.50	6.50	6.50
12	Pegawai perusahaan bersikap pengertian saat menerima dan menanggapi keluhan anda	0	0	0	0	3	3	94	94	3	3
13	Pegawai perusahaan bersikap pengertian untuk memberi informasi proses keluhan anda	0	0	0	0	3	3	78	78	19	19
Mean Dimensi <i>Emphaty</i>		0	0	0	0	3	3	86.00	86.00	11.00	11.00
14	Pegawai perusahaan aktif menghubungi anda untuk memberitahu penerimaan keluhan anda dan kompensasinya	0	0	1	1	2	2	90	90	7	7
15	Pegawai perusahaan aktif menghubungi anda untuk memberitahu bagaimana kejelasan proses keluhan anda	0	0	1	1	2	2	73	73	24	24
16	Pegawai perusahaan aktif menghubungi anda untuk memberitahu proses keluhan dan kompensasinya sudah selesai	0	0	1	1	1	1	95	95	3	3
Mean Dimensi <i>Informative</i>		0	0	1	1	1.67	1.67	86.00	86.00	11.33	11.33

Sumber : Data diolah peneliti

Pada tabel 4.7 dapat diketahui bahwa pada tanggapan nomer 8 tentang kesopanan pegawai dalam menerima keluhan

pelanggan, mayoritas sebesar 72% menyatakan setuju yang berarti bahwa pegawai penerima keluhan PT. Master Wovenindo Label sopan dalam menerima keluhan pelanggannya. Kemudian untuk tanggapan pada nomor 9 tentang kesopanan pegawai dalam menyampaikan perihal proses keluhan, mayoritas sebesar 93% menyatakan setuju yang berarti bahwa pegawai PT. Master Wovenindo Label bersikap sopan dalam menyampaikan proses keluhan kepada pelanggannya.

Dimensi yang kedua adalah dimensi *helpful* dimana pegawai dituntut untuk memiliki sifat sangat membantu konsumen dalam menangani keluhannya. Pada tanggapan nomor 10 tentang hal sifat pegawai yang sangat membantu dalam menerima dan menyampaikan keluhan pelanggannya ke departemen terkait di dalam perusahaannya, mayoritas sebesar 82% menyatakan setuju, yang berarti pegawai PT. Master Wovenindo Label sangat membantu konsumennya dalam menerima dan menyampaikan keluhannya pada departemen terkait di dalam perusahaannya. Begitu pula pada pernyataan nomor 11 tentang hal sifat pegawai yang sangat membantu pelanggan untuk menjelaskan sampai dimana proses penanganan keluhannya, mayoritas sebesar 75% menyatakan setuju, yang berarti bahwa pegawai PT. Master Wovenindo Label sangat membantu pelanggannya dalam menjelaskan sampai mana proses penanganan keluhannya.

Dimensi yang ketiga adalah dimensi *Empathy* dimana pegawai perusahaan dituntut untuk mempunyai sifat empati atau pengertian kepada konsumen bersangkutan atas keluhannya. Pada pernyataan nomor 12 tentang sifat pengertian pegawai saat menerima dan menanggapi keluhan konsumen yang bersangkutan, mayoritas sebesar 94% menyatakan setuju yang berarti pegawai PT. Master Wovenindo Label mempunyai sifat pengertian saat menerima dan menanggapi keluhan konsumen yang bersangkutan. Pada pernyataan nomor 13 tentang sifat pengertian pegawai untuk memberi informasi tentang proses penanganan keluhan dan kompensasinya, mayoritas sebesar 78% menyatakan setuju yang berarti pegawai PT. Master Wovenindo Label bersifat pengertian untuk memberi informasi tentang proses keluhan dan kompensasinya kepada pelanggan yang bersangkutan.

Dimensi yang keempat adalah dimensi *Informative* dimana keaktifan pegawai untuk memberi informasi tentang penanganan keluhan sangat dibutuhkan dan dituntut oleh konsumen yang bersangkutan. Pada pernyataan nomor 14 tentang keaktifan pegawai untuk memberi informasi tentang penerimaan proses keluhan dan kompensasinya, mayoritas sebesar 90% menyatakan setuju yang berarti pegawai PT. Master Wovenindo Label informatif dalam memberitahu penerimaan keluhan dan kompensasinya. Selanjutnya, pada pernyataan nomor 15 tentang

keaktifan pegawai dalam menjelaskan sampai dimana proses keluhan kepada konsumen yang bersangkutan, mayoritas sebesar 73% menyatakan setuju yang berarti pegawai PT. Master Wovenindo Label aktif dalam menghubungi pelanggan untuk menjelaskan sampai dimana proses keluhannya sudah selesai. Yang terakhir pada dimensi keempat yaitu pernyataan nomor 16 tentang keaktifan pegawai menghubungi pelanggan yang bersangkutan untuk memberitahukan bahwa proses dan kompensasi keluhan sudah selesai, mayoritas sebesar 95% menyatakan setuju yang berarti pegawai PT. Master Wovenindo Label aktif dalam memberi informasi tentang selesainya proses keluhan dan kompensasinya kepada pelanggan yang bersangkutan.

c. Variabel Distributive Fairness

Variabel *distributive fairness* dibagi menjadi 4 dimensi yaitu koreksi (*correction*), penggantian (*replacement*), diskon (*discount*), dan pengembalian dana (*refund*). Tabel 4.8 menunjukkan besarnya persentase skor untuk masing – masing pernyataan pada variabel *distributive fairness*. Dari tabel 4.8 juga menunjukkan nilai yang diperoleh dari masing – masing jawaban yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu – ragu, setuju, dan sangat setuju. Untuk dimensi yang pertama yaitu dimensi *correction*.

Tabel 4.8
Skor Analisis Deskriptif Variabel *Distributive Fairness*

No	Pernyataan	STS		TS		RG		S		SS	
		Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
17	Perusahaan melakukan koreksi kesalahan yang telah dibuat berdasarkan atas keluhan anda	0	0	2	2	2	2	73	73	23	23
18	Hasil koreksi sesuai dengan keinginan anda	0	0	7	7	3	3	88	88	2	2
Mean Dimensi <i>Correction</i>		0	0	4.5	4.5	2.5	2.5	80.50	80.50	12.50	12.50
19	Perusahaan melakukan penggantian atas keluhan anda	0	0	0	0	1	1	96	96	2	3
20	Hasil penggantian sesuai dengan keinginan anda	0	0	2	2	5	5	83	83	2	3
Mean Dimensi <i>Replacement</i>		0	0	1	1	3	3	89.50	89.50	2	3
21	Perusahaan memberi diskon atau potongan atas keluhan anda	0	0	5	5	9	9	83	83	3	3
22	Diskon sesuai dengan keinginan anda	0	0	4	4	9	9	67	67	20	20
Mean Dimensi <i>Discount</i>		0	0	4.5	4.5	9	9	75.00	75.00	11.50	11.50
23	Perusahaan akan mengembalikan dana yang sudah anda keluarkan jika perusahaan tidak dapat memenuhi keluhan anda	0	0	8	8	3	3	82	82	7	7
24	Pengembalian dana sesuai dengan keinginan anda	0	0	8	8	3	3	67	67	22	22
Mean Dimensi <i>Refund</i>		0	0	5	5	3.00	3.00	74.50	74.50	14.50	14.50

Sumber : Data diolah peneliti

Melihat tabel 4.8 pada dimensi yang pertama, yaitu dimensi *correction* atau koreksi yang dilakukan perusahaan atas dasar keluhan konsumen serta hasilnya. Koreksi dalam hal ini seperti pada keluhan tidak sesuai jumlah pesanan dan barang yang diterima pelanggan, jahitan atau benang – benang sisa yang masih belum dirapikan, dan lain – lain. Pada pernyataan nomor 17 tentang koreksi kesalahan yang dilakukan perusahaan atas dasar keluhan konsumen, mayoritas sebesar 73% menyatakan setuju yang berarti PT. Master Wovenindo memang mengkoreksi setiap keluhan yang diterima. Kemudian pada pernyataan nomor 18 tentang sesuai keinginan konsumen dengan hasil koreksi, mayoritas sebesar 88%

menyatakan setuju yang berarti hasil koreksi PT. Master Wovenindo Label atas keluhan sesuai dengan keinginan konsumen.

Dimensi yang kedua adalah *replacement* atau penggantian yang dilakukan perusahaan atas dasar keluhan konsumen yang diterima. Penggantian tersebut dapat berupa barang, bahan, jahitan atau cetakan baru, dan lain – lain. Pada pernyataan nomor 19 tentang penggantian yang dilakukan perusahaan, mayoritas sebesar 96% menyatakan setuju bahwa PT. Master Wovenindo Label memang melakukan penggantian atas keluhan knsumen yang bersangkutan. Pada pernyataan nomor 20 tentang kesuainya penggantian yang dilakukan perusahaan dengan keinginan konsumen, mayoritas sebesar 83% menyatakan setuju yang berarti hasil penggantian PT. Master Wovenindo Label atas keluhan sesuai dengan keinginan konsumen.

Dimensi yang ketiga adalah *discount* atau potongan harga yang dilakukan perusahaan terhadap keluhan konsumen. Pada pernyataan nomor 21 tentang pemberian diskon atas keluhan bagi konsumen yang bersangkutan, mayoritas sebesar 83 % menyatakan setuju yang berarti memang benar bahwa PT. Master Wovenindo Label memberikan diskon kepada keluhan pelanggan bersangkutan. Pada pernyataan nomor 22 tentang kesuainya hasil diskon dengan keinginan konsumen, mayoritas sebesar 67% menyatakan setuju

yang berarti hasil diskon PT. Master Wovenindo Label sesuai dengan keinginan konsumen yang bersangkutan.

Dimensi yang keempat adalah dimensi *refund* atau pengembalian dana yang dilakukan perusahaan jika perusahaan tidak sanggup memenuhi keluhan pelanggan yang bersangkutan. Pada pernyataan nomor 23 tentang pengembalian dana yang dilakukan oleh perusahaan jika perusahaan tidak dapat memenuhi keluhan serta prosesnya, mayoritas sebesar 82% menyatakan setuju yang berarti PT. Master Wovenindo Label mengembalikan dana kepada konsumen yang bersangkutan jika keluhan konsumen tidak dapat dipenuhi. Pada pernyataan nomor 24 tentang hasil *refund* yang dilakukan oleh perusahaan sesuai bagi keinginan konsumen yang bersangkutan, mayoritas sebesar 67% menyatakan setuju yang berarti hasil pengembalian dana PT. Master Wovenindo Label sesuai dengan konsumen yang bersangkutan.

d. Kepuasan konsumen

Variabel kepuasan konsumen dibagi menjadi dua dimensi yaitu kepuasan setelah pemulihan dan kepuasan keseluruhan. Tabel 4.9 menunjukkan besarnya persentase skor untuk masing – masing pernyataan pada variabel kepuasan konsumen. Dari tabel 4.9 juga menunjukkan nilai yang diperoleh dari masing – masing jawaban yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu – ragu, setuju, dan

sangat setuju. Untuk dimensi yang pertama yaitu dimensi kepuasan setelah pemulihan jasa.

Tabel 4.9
Skor Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan	STS		TS		RG		S		SS	
		Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
25	Anda puas dengan proses penanganan keluhan anda yang dilakukan oleh PT. Master Wovenindo Label	0	0	1	1	12	12	63	63	24	24
26	Anda puas dengan sikap pegawai PT. Master Wovenindo Label atas keluhan anda	0	0	1	1	2	2	94	94	3	3
27	Anda puas dengan kompensasi yang diberikan oleh PT. Master Wovenindo Label atas keluhan anda	0	0	2	2	2	2	93	93	3	3
Mean Dimensi Kepuasan setelah Pemulihan		0	0	1.33	1.33	5.33	5.33	83.33	83.33	10	10
28	Secara keseluruhan, anda mempunyai perasaan yang positif setelah menjadi pelanggan PT. Master Wovenindo Label	0	0	0	0	1	1	89	89	10	10
29	Secara keseluruhan, anda mempunyai kesan yang positif setelah menjadi pelanggan PT. Master Wovenindo Label	0	0	0	0	1	1	96	96	3	3
30	Secara keseluruhan, Anda mempunyai sikap positif setelah menjadi pelanggan PT. Master Wovenindo Label	0	0	0	0	11	11	69	69	20	20
Mean Dimensi Replacement		0	0	0	0	4.33	4.33	84.67	84.67	11	11

Sumber : Data diolah peneliti

Melihat pada tabel 4.9, dimensi yang pertama yaitu kepuasan setelah pemulihan jasa. Disini diukur tingkat kepuasan konsumen yang sudah melakukan keluhan dan merasakan baik atau buruknya proses keluhan, sikap pegawai, dan kompensasi yang diberikan perusahaan. Pada pernyataan nomor 25 mengenai kepuasan pelanggan akan proses penanganan keluhan yang dilakukan perusahaan, mayoritas sebesar 63% menyatakan setuju yang berarti pelanggan merasa puas dengan penanganan keluhan PT. Master Wovenindo Label. Pada pernyataan nomor 26 mengenai kepuasan pelanggan akan sikap pegawai dalam

berinteraksi dengan keluhan konsumen, mayoritas sebesar 94% menyatakan setuju yang berarti pegawai PT. Master Wovenindo Label mempunyai interaksi yang baik dengan pelanggan terutama dalam hal keluhan konsumen. Pada pernyataan nomor 27 mengenai kepuasan pelanggan akan kompensasi yang diberikan oleh perusahaan atas keluhan, mayoritas sebesar 93% menyatakan setuju yang berarti pelanggan PT. Master Wovenindo Label puas dengan kompensasi yang diberikan perusahaan.

Dimensi yang kedua adalah dimensi kepuasan keseluruhan yang meliputi perasaan, kesan dan sikap yang dialami selama menjadi pelanggan PT. Master Wovenindo Label. Pada pernyataan nomor 28 tentang keseluruhan perasaan konsumen terhadap perusahaan, mayoritas sebesar 89% menyatakan setuju yang berarti konsumen mempunyai perasaan yang positif selama menjadi pelanggan PT. Master Wovenindo Label. Pada pernyataan nomor 29 tentang keseluruhan kesan konsumen terhadap perusahaan, mayoritas sebesar 96% menyatakan setuju yang berarti konsumen mempunyai kesan yang positif selama menjadi pelanggan PT. Master Wovenindo Label. Pada pernyataan terakhir yaitu nomor 30 tentang keseluruhan sikap konsumen terhadap perusahaan, mayoritas sebesar 69% menyatakan setuju yang berarti konsumen mempunyai sikap yang positif selama menjadi pelanggan PT. Master Wovenindo Label.

4.2.3 Hasil Uji Asumsi Dasar

1. Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yaitu distribusi data dengan bentuk lonceng. Data yang baik adalah data yang mempunyaipola seperti distribusi normal, yaitu distribusi data tersebut tidak condong ke kanan atau ke kiri (Priyanto 2009:28)).

Penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* dengan kriteria:

- a. Jika suatu data memiliki nilai signifikan > 0.05 , maka data tersebut dikatakan normal.
- b. Jika suatu data memiliki nilai signifikan < 0.05 , maka data tersebut dikatakan tidak normal.

Berikut adalah Tabel 4.10 yang menunjukkan hasil uji normalitas melalui perhitungan SPSS 17.0:

Tabel 4.10
Uji Normalitas

		Standardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.98391316
	Absolute	.120
Most Extreme Differences	Positive	.118
	Negative	-.120
Kolmogorov-Smirnov Z		1.174
Asymp. Sig. (2-tailed)		.127

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data diolah

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya.

Hipotesis:

H0: data berdistribusi normal

H1: data tidak berdistribusi normal

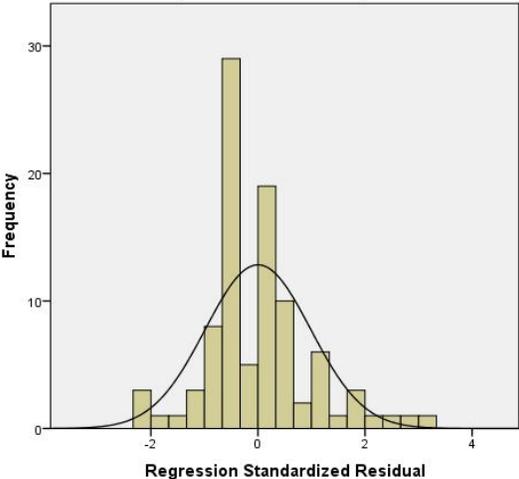
Dasar Pengambilan Keputusan

Jika probabilitasnya (nilai sig) > 0.05 maka H0 tidak ditolak

Jika probabilitasnya (nilai sig) < 0.05 maka H0 ditolak

Keputusan:

Pada tabel di atas nilai sig = 0.127 > 0.05, sehingga H0 tidak ditolak, yang berarti data residual berdistribusi normal.



Gambar 4.7 : Histogram Distribusi Data Residual
Sumber: Data diolah peneliti

2. Linieritas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan (Priyatno, 2009:36). Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian spss dengan menggunakan *test for linearity* dengan taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05. Berikut adalah hasil uji linieritas:

Tabel 4.11
Hasil Uji Linieritas
***Procedural Fairness* terhadap Kepuasan Konsumen**

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KK Between (Combined)	41.080	8	5.135	6.788	.000
* Groups					
PF Linearity	29.989	1	29.989	39.643	.000
Deviation from Linearity	11.091	7	1.584	2.094	.090
Within Groups	15.886	21	.756		
Total	56.967	29			

Sumber : Data diolah peneliti

Tabel 4.12
Hasil Uji Linieritas
***Interactional Fairness* terhadap Kepuasan Konsumen**

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KK Between Groups (Combined)	50.592	10	5.059	15.078	.000
* IF					
Linearity	28.262	1	28.262	84.231	.000
Deviation from Linearity	22.330	9	2.481	7.395	.000
Within Groups	6.375	19	.336		
Total	56.967	29			

Sumber : Data diolah peneliti

Tabel 4.13
Hasil Uji Linieritas
Distributive Fairness terhadap Kepuasan Konsumen

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KK Between (Combined)	49.600	9	5.511	14.962	.000
* Groups Linearity	28.119	1	28.119	76.342	.000
DF Deviation from Linearity	21.481	8	2.685	7.290	.000
Within Groups	7.367	20	.368		
Total	56.967	29			

Sumber : Data diolah peneliti

Seperti yang ditunjukkan dalam tabel 4.11, hasil dari uji linearitas yang dilakukan pada *procedural fairness* terhadap kepuasan konsumen memiliki nilai uji linearitas sebesar 0.000. Karena nilai ini lebih kecil dari $\alpha=0.05$, maka variabel *procedural fairness* dinyatakan terdapat hubungan linear dengan variabel kepuasan konsumen. Berikutnya yang ditunjukkan dalam tabel 4.12, hasil dari uji linearitas yang dilakukan pada *interactional fairness* terhadap kepuasan konsumen memiliki nilai uji linearitas sebesar 0.000. Karena nilai ini lebih kecil dari $\alpha=0.05$, maka variabel *interactional fairness* dinyatakan terdapat hubungan linear dengan variabel kepuasan konsumen.

Uji linieritas terakhir yang ditunjukkan dalam tabel 4.13, hasil dari uji linearitas yang dilakukan pada *distributive fairness* terhadap kepuasan konsumen memiliki nilai uji linearitas sebesar 0.000. Karena nilai ini lebih kecil dari $\alpha=0.05$, maka variabel

distributive fairness dinyatakan terdapat hubungan linear dengan variabel kepuasan konsumen.

4.2.4 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat apakah ada pengaruh antara variabel bebas. Untuk mendeteksi gejala multikolinearitas dapat dilakukan dengan menggunakan besaran VIF (*Variance Influence Faktor*). Model regresi yang bebas multikol adalah yang mempunyai nilai VIF lebih kecil dari 10 dan angka tolerance mendekati 1 (Santosa dalam Selvia Oktavia (2005:61)).

Multikolinearitas (kolinearitas ganda) berarti adanya hubungan linear yang sempurna di antara variabel-variabel bebas dalam model regresi. Korelasi yang kuat antar variabel bebas menunjukkan adanya multikolinearitas. Jika terdapat korelasi yang sempurna di antara variabel bebas, maka konsekuensinya adalah koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir, nilai *standard error* setiap regresi menjadi tidak terhingga ada atau tidak adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* yang lebih dari 0.1 atau VIF yang kurang dari 10. Berikut adalah tabel 4.14 yang menunjukkan hasil uji multikolinearitas.

Tabel 4.14
Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Procedural Fairness	.851	1.175
Interactional Fairness	.613	1.632
Distributive Fairness	.619	1.616

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data diolah peneliti

Kesimpulan: Berdasarkan nilai VIF yang berada di bawah 10, dan nilai tolerance > 0.1 , disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen.

2. Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk pengamatan pada model regresi menurut Priyanto(2008:41). Berikut ini adalah uji heterokedastisitas menggunakan uji park:

Tabel 4.15
Uji Heterokedastisitas LnX1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-6.218	6.584		-.945	.347
LnX1	2.490	1.861	.134	1.338	.184

a. Dependent Variable: Lnei2

Tabel 4.16
Uji Heterokedastisitas LnX2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.248	3.327		-.075	.941
LnX2	.897	1.050	.086	.854	.395

a. Dependent Variable: Lnei2

Tabel 4.17
Uji Heterokedastisitas LnX3

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3.827	8.145		-.470	.639
LnX3	1.356	2.123	.066	.639	.525

a. Dependent Variable: Lnei2

Hasil perhitungan pada tabel 4.15 menunjukkan bahwa nilai t hitung untuk variabel *procedural fairness* adalah $1.338 < 1.984$ atau H_0 untuk variabel *procedural fairness* diterima karena tidak terdapat heterokedastisitas. Berikutnya, hasil perhitungan pada tabel 4.16 menunjukkan bahwa nilai t hitung untuk variabel *interactional fairness* adalah $-0.075 < 1.984$ atau H_0 untuk variabel *interactional fairness* diterima karena tidak terdapat heterokedastisitas. Yang terakhir pada uji heterokedastisitas, hasil perhitungan pada tabel 4.17 menunjukkan bahwa nilai t hitung untuk variabel *distributif fairness* adalah $0.639 < 1.984$ atau H_0 untuk variabel *distributif fairness* diterima karena tidak terdapat heterokedastisitas.

4.2.5 Hasil Analisis Regresi Berganda

1. Uji t

Untuk melihat besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial atau sendiri – sendiri, digunakan uji t.

Hal – hal yang perlu dilakukan adalah sebagai berikut:

a. Menentukan Hipotesis

Hipotesis 1

Ho : Tidak ada pengaruh antara *procedural fairness* terhadap kepuasan konsumen, ketika *interactional fairness* dan *distributive fairness* konstan atau tetap.

Ha : Ada pengaruh antara *procedural fairness* terhadap kepuasan konsumen, ketika *interactional fairness* dan *distributive fairness* konstan atau tetap.

Hipotesis 2

Ho : Tidak ada pengaruh antara *interactional fairness* terhadap kepuasan konsumen, ketika *procedural fairness* dan *distributive fairness* konstan atau tetap.

Ha : Ada pengaruh antara *interactional fairness* terhadap kepuasan konsumen, ketika *procedural fairness* dan *distributive fairness* konstan atau tetap.

Hipotesis 3

Ho : Tidak ada pengaruh antara *distributive fairness* terhadap kepuasan konsumen, ketika *interactional fairness* dan *procedural fairness* konstan atau tetap.

Ha : Ada pengaruh antara *distributive fairness* terhadap kepuasan konsumen, ketika *interactional fairness* dan *procedural fairness* konstan atau tetap.

- b. Menghitung besarnya t hitung berdasarkan rumus (Priyanto, 2008:84):

$$t = \frac{r \sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Dimana:

t = nilai t_{hitung}

n = jumlah sampel

r = koefisien korelasi

- c. Kriteria pengambilan keputusan:

Ho diterima bila nilai signifikan pada tabel coefficient > 0.05

Ho ditolak bila nilai signifikan pada tabel coefficient < 0.05

Hipotesis:

H0: Variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

H1: Variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

Dasar Pengambilan Keputusan

Jika probabilitasnya (nilai sig) > 0.05 atau $- t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 tidak ditolak.

Jika probabilitasnya (nilai sig) < 0.05 atau $t \text{ hitung} < - t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak.

Tabel 4.18
Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7.706	1.608		4.792	.000
Procedural Fairness	.077	.066	.075	1.173	.244
Interactional Fairness	.301	.039	.585	7.725	.000
Distributive Fairness	.126	.033	.288	3.827	.000

Sumber : Data diolah peneliti

Keputusan:

Pada tabel 4.18 dapat dilihat juga nilai sig variabel Interactional Fairness dan Distributive Fairness masing-masing 0.000 dan 0.000 dimana keduanya < 0.05 sehingga H_0 ditolak, yang berarti variabel independen Interactional Fairness dan Distributive Fairness secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen.

Pada tabel 4.18 juga terlihat nilai sig variabel *Procedural Fairness* = 0.244 > 0.05 sehingga H_0 tidak ditolak, yang berarti variabel independen *Procedural Fairness* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen.

Berarti hipotesis pada uji t:

1. Hipotesis 1 H_0 diterima : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara *procedural fairness* terhadap kepuasan konsumen, ketika *interactional fairness* dan *distributive fairness* konstan atau tetap. Hasil ini terbukti sama dengan penelitian Oktavia.
 - Hipotesis 2 H_0 ditolak : Ada pengaruh yang signifikan antara *interactional fairness* terhadap kepuasan konsumen, ketika *procedural fairness* dan *distributive fairness* konstan atau tetap. Hasil ini terbukti sama dengan penelitian Lisa et. all.
 - Hipotesis 3 H_0 ditolak : Ada pengaruh yang signifikan antara *distributive fairness* terhadap kepuasan konsumen, ketika *interactional fairness* dan *procedural fairness* konstan atau tetap. Hasil ini terbukti sama dengan semua penelitian terdahulu.

2. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel X_1 , X_2 , dan X_3 berpengaruh terhadap variabel Y. Langkah yang dilakukan hampir sama dengan uji t.

a. Menentukan Hipotesis

Hipotesis 4:

H_0 : Tidak ada pengaruh antara *procedural fairness*, *interactional fairness* dan *distributive fairness* terhadap kepuasan konsumen.

Ha : Ada pengaruh antara procedural fairness, interactional fairness dan distributive fairness terhadap kepuasan konsumen.

b. Menghitung besarnya F hitung dengan rumus (Priyanto, 2008:81)

$$F_h = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Dimana

Fh = Nilai Signifikansi Korelasi

R = Koefisien Korelasi Ganda

k = Jumlah Variabel independen

n = Jumlah Anggota Sampel

c. Kriteria pengambilan keputusan:

Ho diterima bila nilai signifikan pada tabel coefficient > 0.05

Ho ditolak bila nilai signifikan pada tabel coefficient < 0.05

Hasil perhitungan Uji F dapat dilihat pada tabel 4.19.

Tabel 4.19
Hasil Perhitungan Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	97.633	3	32.544	64.515	.000 ^b
Residual	45.904	91	.504		
Total	143.537	94			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Distributive Fairness, Procedural Fairness, Interactional Fairness

Sumber : Data Diolah dengan SPSS

Hipotesis 4:

Ho: variabel-variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

Ha: Variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

Dasar Pengambilan Keputusan

Jika probabilitasnya (nilai sig) > 0.05 atau F hitung $< F$ tabel maka

Ho tidak ditolak

Jika probabilitasnya (nilai sig) < 0.05 atau F hitung $> F$ tabel maka

Ho ditolak

Keputusan:

Pada tabel di atas nilai sig = 0.000 < 0.05 , sehingga Ho ditolak, yang berarti variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3. Analisis Determinasi (R^2)

Analisis determinasi atau R^2 dalam regresi berganda digunakan untuk mengetahui sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variabel independen yang digunakan mampu menjelaskan variasi variabel independen.

Tabel 4.20
Hasil Perhitungan R Square

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.825 ^a	.680	.670	.710

Sumber : Data Diolah dengan SPSS

Nilai R square = 0.680 dari tabel 4.20 menunjukkan bahwa 68.0 % dari varians Kepuasan Konsumen dapat dijelaskan oleh perubahan dalam variabel Procedural Fairness, Interactional Fairness dan Distributive Fairness. Artinya dapat dijelaskan bahwa secara bersama – sama sumbangan pengaruh variabel procedural fairness, interactional fairness, dan distributive fairness adalah sebesar 68%.

Kemudian jika mengacu pada analisis deskriptif, berdasarkan jawaban responden mengenai variabel kepuasan konsumen, secara umum konsumen dapat dikatakan tingkat kepuasannya tinggi, ini dapat dibuktikan dengan skor jawaban – jawaban pada kuesioner untuk variabel kepuasan konsumen. Sekiranya manajemen harus terus meningkatkan strategi – strategi terutama dalam hal peningkatan kualitas layanan baik sebelum dan sesudah konsumen melakukan keluhan, sehingga tingkat kepuasan dapat terus terjaga atau bahkan dapat dinaikkan.

4. Model Persamaan

Berdasarkan perhitungan SPSS diperoleh nilai untuk dimasukkan ke dalam persamaan regresi. Nilai tersebut dapat dilihat pada tabel 4.12 pada kolom *unstandardized coefficients*. Dengan demikian persamaan regresinya adalah

$$Y = 7.706 + 0.077X_1 + 0.301X_2 + 0.126X_3$$

Di mana :

Y = variabel dependen (Kepuasan Konsumen)

x_1 x_2 dan x_3 = variabel independen

x_1 = Procedural Fairness

x_2 = Interactional Fairness

x_3 = Distributive Fairness

a = konstanta, perpotongan garis pada sumbu x_1

b_1 b_2 dan b_3 = koefisien regresi

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 7.706, artinya jika variabel *procedural fairness* (X_1), *interactional fairness* (X_2), dan *distributive fairness* (X_3) nilainya 0, maka kepuasan konsumen nilainya 7.706.
- Koefisien regresi variabel *procedural fairness* (X_1) sebesar -0.077 artinya jika variabel independen lainnya nilainya tetap dan *procedural fairness* mengalami kenaikan sebesar 1 unit, maka variabel kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0.077.
- Koefisien regresi variabel *interactional fairness* (X_2) sebesar 0.301 artinya jika variabel independen lainnya nilainya tetap dan *interactional fairness* mengalami kenaikan sebesar 1 unit, maka variabel kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0.301.

- Koefisien regresi variabel *distributive fairness* (X3) sebesar 0.126 artinya jika variabel independen lainnya nilainya tetap dan *distributive fairness* mengalami kenaikan sebesar 1 unit, maka variabel kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0.126.

4.3 Implikasi Manajerial

1. Untuk variabel *Procedural Fairness* menurut tinjauan peneliti secara keseluruhan prosedur penanganan keluhan yang dilakukan oleh PT. Master Wovenindo Label sudah baik namun ada beberapa yang masih menjawab ragu-ragu bahkan tidak setuju pada prosedur perusahaan dalam menerima keluhan konsumen yang bersangkutan. Konsumen mempunyai anggapan perusahaan masih terlalu lambat untuk menerima keluhan mereka. Maka itu perusahaan tidak boleh pilih kasih dan harus terus melakukan peningkatan dalam hal penerimaan keluhan konsumen. Yang kedua pada prosedur perusahaan untuk langsung mendaftarkan keluhan ke departemen terkait di dalam perusahaan, beberapa konsumen juga masih merasa ragu-ragu bahkan tidak setuju. Dalam hal ini perusahaan harus mempercepat proses pendaftaran keluhan ke departemen terkait di dalam perusahaan sehingga konsumen yang bersangkutan tidak harus menunggu lama.
2. Untuk variabel *Interaksional Fairness* menurut tinjauan peneliti secara keseluruhan interaksi yang ditunjukkan pegawai terhadap konsumen yang melakukan keluhan sudah baik. Namun ada beberapa yang masih

menganggap tidak setuju dan ragu-ragu terhadap hal kesopanan dalam menerima dan memberitahukan proses keluhan kepada konsumen yang bersangkutan, dalam hal *helpfull* yang ditunjukkan oleh pegawai penerima keluhan terhadap konsumen yang bersangkutan, dalam hal kepedulian yang ditunjukkan saat berinteraksi kepada konsumen yang bersangkutan, dan yang terakhir sikap proaktif/informatif yang dimiliki oleh pegawai. Sekiranya perusahaan juga terus mengawasi dan terus meningkatkan sikap-sikap yang sangat penting dalam hal interaksi pegawai terutama kepada konsumen yang melakukan keluhan. Untuk itu perusahaan tidak boleh ragu untuk segera mempertanyakan dan tidak boleh segan merubah hal tersebut kepada pegawai penerima keluhan dalam hal ini *follow up*. Namun juga perlu diingat bahwa pegawai penerima keluhan juga manusia yang tidak lepas dari kesalahan dan kebutuhan, maka itu juga diperlukan sesuatu yang dapat meningkatkan motivasi kerja seperti bonus, penghargaan, dan lain-lain.

3. Untuk variabel *Distributive Fairness* menurut tinjauan peneliti secara keseluruhan kompensasi yang diberikan kepada konsumen sudah baik, namun masih ada beberapa menyatakan tidak setuju dan ragu-ragu terhadap hal kompensasi seperti koreksi, penggantian, diskon, dan pengembalian dana yang dilakukan PT. Master Wovenindo Label kepada konsumen yang bersangkutan. Untuk hal koreksi dan penggantian, perusahaan harus terus mengawasi bagian produksi agar dalam hal pengkoreksian dan penggantian semaksimal mungkin tidak terjadi

kesalahan dan dapat diterima oleh konsumen yang bersangkutan. Lalu dalam hal pemberian diskon dan pengembalian dana sebaiknya harus tepat dan cepat karena menyangkut dengan perasaan konsumen. Bila dilakukan secara lambat, tidak jarang konsumen akan lari mencari perusahaan penyedia yang sejenis. Semua hal tersebut diatas untuk berikutnya dapat semaksimal mungkin dihindari bila perusahaan mampu mengawasi proses keseluruhan sebelum konsumen merasakan manfaat dari produk tersebut. Dan tidak lupa seperti halnya *follow up* yang berada di depan, bagian-bagian lain dalam perusahaan pun juga tidak lepas dari kesalahan dan perlu mendapatkan sesuatu yang dapat membangkitkan motivasi dalam melayani konsumen.

4. Untuk kepuasan konsumen secara keseluruhan konsumen yang telah melakukan dan merasakan kompensasi dari PT. Master Wovenindo Label dapat dikatakan merasa puas baik saat merasakan pemelulihan hingga kepuasan secara menyeluruh dari pengalaman dan perasaan yang positif. Namun perusahaan juga tidak boleh lupa beberapa konsumen masih ada yang menyatakan tidak setuju dan ragu-ragu terhadap kepuasan akan proses, interaksi, dan kompensasi, serta perasaan, kesan, dan sikap positif konsumen. Perusahaan harus meyakinkan konsumen yang bersangkutan bahwa dalam proses bisnis selanjutnya akan lebih baik. Seperti dengan pemberian bonus tambahan dan diskon atas pesanan berikutnya, serta jaminan kecepatan proses produksi terhadap pesanan yang bersangkutan.