

**PENGARUH PERSEPSI KEADILAN (*JUSTICE*)
DALAM *SERVICE RECOVERY* TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN SHOPEE**



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

Disusun oleh :

Shavira Artham

1191901025

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

PRODI MANAJEMEN


UNIVERSITAS BAKRIE

2020

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Shavira Artham
NIM : 1191901025

Tanda Tangan : 
Tanggal : 30 Agustus 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh:

Nama : Shavira Artham

NIM : 1191901025

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Keadilan (*justice*) pada *Service Recovery* terhadap Loyalitas Konsumen Shopee

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Suwandi, S.E., M.Si., Dr



Penguji 1 : Gunardi Endro, Ir., M.B.A., M.Hum.,
M.Soc.Sci., Ph.D.



Penguji 2 : Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M.Sc.,
M.B.A., Ph.D.



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 30 Agustus 2021

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur senantiasa peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang sudah memberikan rahmat, karunia-Nya, karena dengan-Nya peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Keadilan (*justice*) pada *Service Recovery* terhadap Loyalitas Konsumen Shopee”** ini dengan baik.

Penyusunan Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi sebagian syarat untuk mencapai gelar Sarjana di Universitas Bakrie.

Maka pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberi dukungan dan senantiasa mendoakan peneliti dalam proses menyelesaikan Skripsi ini. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penyusunan Skripsi ini khususnya kepada:

1. M. Taufiq Amir, S.E., M.M., Dr. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.
2. Suwandi, S.E., M.Si., Dr selaku dosen pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam proses penyusunan Skripsi ini.
3. Dosen-dosen Program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama peneliti duduk di bangku perkuliahan.
4. Muhammad Kemal Daffa, as my forever Head of Pre-event. Reine, Anash, Icha, Vir, Mer, May, Deas, Berlin, Uwi & Hikari. For being my +1
5. Rekan-rekan mahasiswa khususnya S1 Manajemen KK batch 12 2019 yang sudah berkenan membantu dalam penyusunan Skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga Skripsi ini bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Jakarta, 30 Agustus 2021

Peneliti

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shavira Artham
NIM : 1191901025
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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

Pengaruh Persepsi Keadilan (*Justice*) pada *Service Recovery* terhadap Loyalitas
Konsumen Shopee

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 29 Agustus 2021

Yang menyatakan



Shavira Artham

Pengaruh Persepsi Keadilan (*Justice*) pada *Service Recovery* terhadap Loyalitas

Konsumen Shopee

Shavira Artham

ABSTRAK

Berdasarkan medcom.id, penggunaan e-commerce di Indonesia semakin meningkat ditandai dengan adanya era disrupsi sehingga adanya perpindahan dari *online* ke *offline* dengan signifikan. Dan dapat diketahui bahwa e-commerce yang digunakan dalam tiga bulan terakhir dipimpin oleh Shopee dan disusul oleh Tokopedia. Hal ini menandakan ketatnya perdagangan pada bisnis *online* sehingga berlomba-lomba untuk menjadi nomer 1 di Indonesia. Perilaku konsumen yang seperti ini disebabkan oleh beberapa faktor salah satunya kekecewaan konsumen terhadap beberapa layanan. *Service recovery* merupakan salah satu cara perusahaan untuk mengatasi atau memperbaiki rasa kekecewaan konsumen yang timbul akibat adanya kegagalan layanan. *Service recovery* dilakukan agar konsumen tidak mempunyai kesan buruk terhadap perusahaan yang dapat mengakibatkan kekecewaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari tiga persepsi keadilan (*justice*) pada *service recovery* yaitu *distributive justice*, *interactional justice* dan *procedural justice* yang dilakukan perusahaan Shopee terhadap loyalitas konsumennya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Survey digunakan dalam penelitian ini sebagai alat untuk mendapatkan sebanyak 100 responden penelitian yang pernah komplain terhadap layanan yang diberikan Shopee. Data survei dalam penelitian ini, dianalisis menggunakan SPSS ver 20 dengan metode Kuantitatif yaitu kuesioner. Uji t juga digunakan pada penelitian ini untuk menguji hipotesis yang ada. Hasil pengolahan data pada penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga persepsi keadilan (*justice*) pada *service recovery* yaitu *distributive justice*, *interactional justice* dan *procedural justice* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Dan *interactional justice* merupakan faktor yang paling mewakili dalam mempengaruhi loyalitas konsumen Shopee. Jika dilakukan secara simultan atau bersamaan, ketiga persepsi tersebut akan memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap loyalitas konsumen dibandingkan jika dilakukan terpisah

Kata Kunci : *Service Recovery*, *Distributive Justice*, *Procedural Justice*, *Interactional Justice*, Loyalitas Konsumen.

ABSTRACT

Based on medcom.id, the use of e-commerce in Indonesia is increasing marked by the era of disruption and by that there is a significant era from online to offline. As it can be seen the e-commerce used in the last three months was led by Shopee and followed by Tokopedia. This indicates the tight trade in online businesses that they are vying to be number 1 in Indonesia. Consumer behavior is caused by several factors, one of which is consumer disappointment with some services. Service recovery is one way for companies to overcome or improve consumer disappointment that arises due to service failures. Service recovery is carried out so that consumers do not have a bad impression of the company which can lead to disappointment. This study aims to determine the effect of three perceptions of justice (justice) on service recovery, namely distributive justice, interactional justice and procedural justice by the Shopee company on consumer loyalty. The method used in this research is descriptive. The survey was used in this study as a tool to get as many as 100 research respondents who had complained about the services provided by Shopee. The survey data in this study were analyzed using SPSS ver 20 with a quantitative method, namely a questionnaire. The t-test was also used in this study to test the existing hypotheses. The results of data processing in this study indicate that the three perceptions of justice in service recovery, namely distributive justice, interactional justice and procedural justice, have a significant influence on consumer loyalty. And interactional justice is the most representative factor in influencing Shopee consumer loyalty. If done simultaneously or simultaneously, the three perceptions will have a greater influence on consumer loyalty than if done separately

Keyword : Service Recovery, Distributive Justice, Procedural Justice, Interactional Justice, Consumer Loyal

DAFTAR ISI

<i>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</i>	2
<i>HALAMAN PENGESAHAN</i>	<i>i</i>
<i>KATA PENGANTAR</i>	<i>ii</i>
<i>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</i>	<i>iii</i>
<i>ABSTRAK</i>	<i>iv</i>
<i>BAB I</i>	2
<i>PENDAHULUAN</i>	2
1.1. Latar Belakang Masalah	2
1.2. Identifikasi Masalah	9
1.3. Rumusan Masalah	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	10
1.5. Manfaat Penelitian.....	10
1.6. Jadwal Penelitian	10
<i>BAB II</i>	11
<i>TINJAUAN TEORITIS, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</i>	11
2.1. <i>E-Commerce</i>	11
2.2. <i>Service Recovery</i>	11
2.2.1. <i>Distributive Justice</i>	12
2.2.2. <i>Procedural Justice</i>	13
2.2.3. <i>Interactional Justice</i>	13
2.3. <i>Loyalitas Konsumen</i>	14
2.3.1. <i>Jenis Loyalitas Konsumen</i>	14
2.3.2. <i>Tahapan Loyalitas Konsumen</i>	15
2.3.3. <i>Dimensi Loyalitas Konsumen</i>	17
2.4. <i>Penelitian Terdahulu</i>	17
2.5. <i>Kerangka Konseptual dan Hipotesis</i>	21
2.5.1. <i>Kerangka Konseptual</i>	21
2.5.2. <i>Hipotesis</i>	22
<i>BAB III</i>	23
<i>METODE PENELITIAN</i>	23
3.1. <i>Populasi dan Sample</i>	23
1) <i>Populasi</i>	23
2) <i>Sampel</i>	23
3.2. <i>Sumber Data Dan Teknik Pengumpulan Fata</i>	24

3.2.1 Sumber Data.....	24
3.2.2 Teknik pengumpulan data	25
<i>BAB IV</i>	34
<i>ANALISI DATA DAN PEMBAHASAN</i>	34
4.1 Karakteristik Responden	34
4.2 Analisis Deskriptif.....	38
4.3 Uji Instrumen Penelitian	44
4.4 Analisa Regresi Linier Sederhana	48
4.5 Pembahasan.....	51
<i>BAB V</i>	54
<i>KESIMPULAN DAN SARAN</i>	54
5.1. Kesimpulan.....	54
5.2. Saran.....	55
<i>DAFTAR PUSTAKA</i>	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Keluhan pelanggan terhadap kegagalan layanan pada aplikasi Shopee	iii
Gambar 1.2 Keluhan pelanggan terhadap kegagalan layanan pada aplikasi Shopee	5
Gambar 1.3 Indikasi perpindahan konsumen dari Shopee ke Tokopedia.	6
Gambar 1.4 Survey yang dilakukan oleh Shopee setelah melakukan Service Recovery ..	8
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	22
Gambar 4.1 Grafik Histogram Residual.....	47
Gambar 4.2 Grafik Normal P-Plot.....	47
Gambar 4.3 Grafik Scatterplot Variabel Loyalitas Konsumen.....	48

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu variable Service Recovery dan Loyalitas Konsumen ...	17
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
Table 4.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	34
Table 4.2 Karakteristik Responden Menurut Usia.....	35
Table 4.3 Karakteristik Responden Menurut Domisili	36
Table 4.4 Karakteristik Responden Menurut Lama Menggunakan Shopee	36
Table 4.5 Karakteristik Responden menurut layanan Shopee yang digunakan dan pernah merasa dikecewakan.....	37
Table 4.6 Analisis Deskriptif Variabel <i>Service Recovery</i>	Error! Bookmark not defined.
Table 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen.....	42
Table 4.8 Uji Validitas Variabel <i>Service Recovery</i>	44
Table 4.9 Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen	45
Table 4.10 Uji Realibilitas Variabel <i>Service Recovery</i>	45
Table 4.11 Uji Realibilitas Variabel <i>Service Recovery</i>	45
Table 4.12 Uji <i>Kolmogorov-Smirnov Test</i>	46
Table 4.13 Analisa Regresi Linier Sederhana	48
Table 4.14 Uji Koefisien Determinasi.....	49
Table 4.15 Uji T.....	50