

Abstrak

Garden Palace Hotel (*four star hotel*) merupakan salah satu industri yang bergerak di bidang jasa yang harus memperhatikan kepuasan tamunya. Pada saat tamu menginap, tentu tamu akan merasakan pengalaman yang tidak baik, yang mendorong tamu melakukan komplain. Oleh sebab itu perlu dilakukan kegiatan *service recovery* demi tercapainya *complaint satisfaction* dan *complaint loyalty*. Pembuatan Tugas Akhir ini adalah untuk meneliti efek dari *service recovery* yaitu melalui berbagai macam dimensi dalam *Organizational Responses* terhadap berbagai komplain yang diajukan oleh konsumen, dimana konsumen tersebut tentunya memiliki sikap yang berbeda-beda dalam menanggapi pemberian *organizational responses*. Secara detail dapat dijelaskan bahwa tugas akhir ini menyelidiki efek dari 9 dimensi dalam *organizational responses* yakni *apology*, *accessibility*, *attentiveness/friendliness*, *active feedback/explanation*, *emphaty*, *effort*, *timing/speed*, *promise/reliability*, *atonement/adequacy* dengan melihat pengaruhnya terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen.

Tugas Akhir ini menggunakan responden dari para konsumen Garden Palace Hotel yang langsung merasakan kegagalan servis (*service failure*) dan pernah melakukan komplain. Analisis yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas, analisis deskriptif disertai pengukuran mean dan mean antar dimensi dengan bantuan *software SPSS version 10.00*, dilanjutkan dengan melakukan analisis path yang diuji menggunakan *software AMOS version 4.01*.

Sebagai hasilnya melalui hasil dari analisis *path* diketahui bahwa *apology*, *reliability*, *accessibility*, *explanation*, dan *atentiveness* adalah 4 bagian dari *organizational responses* yang memiliki efek positif yang paling signifikan berpengaruh terhadap terciptanya kepuasan dan loyalitas konsumen. Namun dari 4 dimensi tersebut, *reliability* memiliki pengaruh yang paling tinggi terhadap *complainant satisfaction* dan *complainant loyalty* karena pada baik pada *complainant satisfaction* maupun *complainant loyalty*, *reliability* memiliki nilai *standardize estimate* dan *t value* yang tertinggi hal ini menunjukkan bahwa hubungan *reliability* adalah yang dominan diantara 4 dimensi lain. Pada variabel dimensi *reliability* terhadap *complainant satisfaction*, nilai *standardize estimate* dan *t value* adalah sebesar 0,486 dan 6,082. Sedangkan pada variabel dimensi *reliability* terhadap *complainant loyalty*, nilai *standardize estimate* dan *t value* adalah sebesar 0,442 dan 6,713. Secara keseluruhan, 4 (empat) dimensi inilah yang disarankan untuk diberikan kepada konsumen yang melakukan komplain (*complainant*) serta dilakukan dalam proses penanganan komplain (*complaint handling*) untuk kegiatan *service recovery*.