

## Abstract

The purpose of this experimental study is to examine how the types of service guarantee and level of compensation offered by hotel influence customer satisfaction and opportunistic behavior in Indonesia. The hypotheses are tested with an experiment using a 2 (types of service guarantee: specific and unconditional) x 2 (level of compensation: 10% discount (low level) and free room (high level)). A total of 124 questionnaires were distributed in Indonesia. ANOVA result shown that the types of service guarantee and level of compensation do not have significant impact neither on customer satisfaction nor opportunistic behavior. The insignificant result was caused by limited knowledge of the participants on service guarantee, social desirability bias, or the scenarios that are used. Some suggestions for managers about service guarantee are given.

**Key words:** service guarantee, types of service guarantee, level of compensation, customer satisfaction, opportunistic behavior

Seminar supervisor: Dr. J.P. Thomassen

Title of the seminar: Service Guarantee in An International Context

## Intisari

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui efek tipe *service guarantee* dan tingkat kompensasi yang ditawarkan hotel terhadap kepuasan konsumen dan perilaku oportunistik di Indonesia. Hipotesis ini diuji menggunakan eksperimen dengan 2 (tipe *service guarantee*: *conditional* dan *unconditional*) x2 (tingkat kepuasan konsumen: tinggi dan rendah) desain studi. 124 responden di Indonesia diiminta untuk mengisi *questionnaire* dalam bentuk skenario untuk mendeskripsikan *service guarantee* yang digunakan oleh hotel di Indonesia. Hasil dari ANOVA menunjukkan bahwa tipe *service guarantee* dan tingkat kompensasi tidak memiliki efek yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dan perilaku oportunistik. Hal ini dapat disebabkan karena terbatasnya pengetahuan dari responden tentang *service guarantee*, *social desirability bias*, atau karena skenario yang digunakan. Beberapa saran untuk manajer tentang *servie guarantee* dapat ditemukan di penelitian ini.

**Kata kunci:** *service guarantee*, tipe *service guarantee*, level kompensasi, kepuasan pelanggan, tingkah laku oportunistik