

**PENGARUH DIMENSI KEADILAN PELAYANAN
(DISTRIBUTIF, PROSEDURAL, INTERAKSIONAL) TERHADAP
PERILAKU *WORD OF MOUTH* DENGAN KEPUASAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

Utiyati
Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh keadilan layanan (distributif, prosedural, interaksional) terhadap perilaku *word of mouth* (WOM) yang dipengaruhi oleh kepuasan mahasiswa atas layanan yang dilakukan Direktorat Kemahasiswaan Universitas Gadjah Mada. Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Gadjah Mada dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 220 mahasiswa. Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling* dan teknik analisis data yang digunakan *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa keadilan distributif dan keadilan interaksional berpengaruh positif terhadap kepuasan, sedangkan keadilan prosedural tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan. Variabel kepuasan berhasil menjadi variabel mediator antara dimensi keadilan layanan dengan perilaku *word of mouth* (WOM).

Kata kunci: keadilan distributif, keadilan prosedural, keadilan interaksional, kepuasan, *word of mouth* (WOM).

Abstract

The research objectives were to analyze the influence of service justice (distributive, procedural, interactional) to the behavior of Word of Mouth (WOM) which is influenced by the satisfaction of the students over the service conducted by Directorate of Student Affairs of Universitas Gadjah Mada. The population of this study is students of Universitas Gadjah Mada with the number of samples taken as many as 220 students. The sampling technique in this research is purposive sampling. Data analysis technique used is Structural Equation Modeling (SEM). The results showed that distributive justice and interactional justice have a positive effect on satisfaction, whereas procedural justice has no positive effect on satisfaction. The satisfaction variable succeeds to be a mediator variable between service justice dimension and word of mouth (WOM) behavior.

Keywords: distributive justice, procedural justice, interactional justice, satisfaction, word of mouth (WOM).

PENDAHULUAN

Perguruan tinggi memiliki andil yang sangat berperan dalam seluruh proses penciptaan sumberdaya manusia. Untuk mewujudkan perguruan tinggi yang sehat dibutuhkan dukungan dari semua unsur pemangku jabatan (*stakeholders*). Unsur penting penyedia jasa yang menjadi ujung tombak bagi industri jasa pendidikan perguruan tinggi untuk dapat memberikan pelayanan jasa yang prima yaitu tenaga

edukasi dan tenaga administrasi. Suatu Perguruan Tinggi tanpa ada peningkatan kualitas tenaga edukasi, tentunya sulit untuk dapat bersaing. Sementara itu pegawai atau tenaga administrasi memegang peranan kunci dalam proses pelayanan pada mahasiswa. Pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan dan mempengaruhi tingkat *competitive advantage* perguruan tinggi untuk dapat memenangkan persaingan.

Direktorat Kemahasiswaan (Ditmawa) UGM adalah unit kerja di lingkungan Universitas yang mengurus berbagai aktivitas kemahasiswaan dan kesejahteraan mahasiswa. Untuk mendukung semua aktivitas mahasiswa dan pembinaan minat dan bakat mahasiswa, Universitas Gadjah Mada menyediakan pelayanan fasilitas, seperti fasilitas-fasilitas penunjang berupa stadion/lapangan, gelanggang maupun penunjang lainnya. Berbagai kegiatan/aktivitas mahasiswa akan berjalan dengan lancar apabila didukung dengan informasi dan pelayanan yang memadai (Anonim, 2017).

Swati Sharma *et al.* (2011) menyatakan bahwa kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh persepsi konsumen atas rasa adil (*fairness*). Keadilan dipandang sebagai pemberian hak kepada masyarakat dalam semua aspek kehidupan, tanpa kompromi yang tidak beralasan. Berkaitan dengan hubungan antar individu, keadilan dikelompokkan dalam dimensi keadilan distributif, prosedural dan interaksional (Whiteman & Mamen, 2002; dalam Albari 2013). Dalam konteks pemberian pelayanan oleh institusi dan pegawai Direktorat Kemahasiswaan UGM, tingkat keadilan dapat menimbulkan kepuasan dan/atau keluhan mahasiswa. Kepuasan dan/atau keluhan tersebut bisa terjadi karena mahasiswa memperoleh keadilan distributif, prosedural dan interaksional, baik secara serempak maupun secara parsial. Jika mahasiswa memandang bahwa tingkat keadilan yang diterimanya dirasakan tidak sesuai dengan hak yang seharusnya diberikan mereka kemungkinan akan mengemukakan banyak keluhan.

Bitner (1990) dalam Ghoniyah (2012) menyatakan bahwa sebaik apapun perusahaan memberikan layanan kepada pelanggan, namun tindakan perusahaan tidak selalu sukses dalam memberikan layanan. Kegagalan layanan bisa terjadi pada saat *moment of truth* yaitu suatu titik saat pemberian layanan dari perusahaan kepada pelanggan. Beberapa penelitian mengenai kontak layanan menyatakan bahwa mayoritas kegagalan layanan terjadi karena perilaku dan sikap karyawan perusahaan layanan. Bitner (1990) menunjukkan 43% dari pelanggan tidak puas, akan tetap tidak puas terhadap kegagalan layanan karena respon negatif karyawan. Pelanggan menggambarkan perilaku buruk tersebut dengan istilah-istilah, antara lain: tidak memberikan respon, tidak sopan, tidak memiliki pengetahuan dan tidak memberikan perhatian (Keaveney, 1995). Apabila perusahaan bersikap menerima kegagalan layanan tersebut sebagai bagian dari kehidupan perusahaan, maka perusahaan tersebut berada pada ujung kehancuran. Tindakan pelanggan yang tidak puas terhadap kegagalan layanan antara lain berupa tindakan komplain dan penyampaian *word of mouth* (WOM) negatif.

Anderson (1998) dalam Erida (2009) menyimpulkan bahwa konsumen yang sangat puas atas jasa yang mereka konsumsi akan melakukan WOM positif tinggi dan sebaliknya konsumen yang tidak puas akan melakukan WOM negatif. Dengan kata lain, tingkat kepuasan dan/atau keluhan dapat menjadi variabel mediator bagi pengaruh tingkat keadilan yang diterima pelanggan untuk menyampaikan *word of mouth*. Jung & Seock (2017) dalam penelitiannya menyatakan terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi keadilan, kepuasan, dan niat untuk melakukan WOM.

Memahami keterkaitan antar variabel dimensi keadilan, kepuasan, dan perilaku *word of mouth* melalui suatu penelitian, akan dapat memperkaya ilmu pengetahuan di bidang pemasaran khususnya yang berkaitan dengan kualitas di sektor pelayanan publik, yang relatif masih jarang dijumpai dalam publikasi ilmiah.

KAJIAN TEORI

Keadilan

Teori keadilan sebelumnya diterapkan dalam pemasaran karena adanya kelalaian pemberian jasa dan keluhan pelanggan. Dalam literatur keadilan, keluhan dipandang sebagai konflik antara pelanggan dengan penyedia layanan jasa. Pelanggan yang melakukan komplain pada dasarnya mereka ingin diperlakukan secara adil oleh penyedia jasa. Menurut Tax *et al*, (1998) nilai keadilan dalam penanganan keluhan dapat dievaluasi dari tiga variabel yaitu keadilan distributif, keadilan prosedural dan keadilan interaksional. Keadilan distributif (*distributive justice*) berhubungan dengan pembagian suatu produk atau jasa dan keputusan yang di ambil terkait dengan pelayanan yang diberikan. Pada dasarnya *distributive justice* dapat dilihat dari hasil yang diterima oleh konsumen yakni apakah mereka mendapatkan perlakuan yang sama (adil). Kepuasan konsumen dapat dilihat dari bagaimana menanggapi apa yang diterima mereka. Dalam penelitiannya, Maxham dan Netemeyer (2002) menggunakan indikator untuk keadilan distributif antara lain: (1) adanya hasil yang positif meskipun menyita waktu dan (2) rasa adil yang dirasakan setelah pemulihan jasa. Migacz *et al*. (2017) dan Bilgihan & Ammari (2017) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa pemulihan layanan berdasarkan pada dimensi keadilan distributif, keadilan prosedural dan keadilan interaksional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, namun dimensi keadilan yang berpengaruh kuat terhadap kepuasan adalah keadilan distributif.

Keadilan prosedural berkaitan dengan keadilan prosedur yang digunakan dalam pengambilan keputusan. Tax *et al*.(1998) menjabarkan lima bagian dari keadilan prosedural yaitu kontrol keputusan, kontrol proses, waktu/kecepatan, aksesibilitas, dan fleksibilitas. Dalam proses pelayanan jasa, *procedural justice* dapat dirasakan oleh konsumen pada saat konsumen merasa dalam proses tersebut terdapat aspek konsistensi, presisi, etika dan tidak memilih-milih (Badawi, 2012). Sebuah proses layanan jasa membutuhkan kecakapan dan prosedur pelayanan yang formal sehingga tidak akan mengakibatkan keterlambatan suatu layanan. Lewat prosedur yang baik suatu layanan akan memberikan tingkat kepuasan yang lebih baik kepada konsumen. Jung & Seock (2017), Migacz *et al* (2017), Kim *et al* (2009), dalam penelitiannya melaporkan adanya pengaruh signifikan antara keadilan prosedural dengan kepuasan setelah proses pemulihan jasa, Maxham dan Netemeyer (2002) menemukan pengaruh positif antara keadilan prosedural dengan kepuasan keseluruhan dan kepuasan setelah pemulihan jasa. Dalam penelitiannya, Maxham dan Netemeyer menggunakan indikator keadilan prosedural seperti: (1) kepercayaan konsumen terhadap keadilan prosedur, (2) respon perusahaan dirasakan cepat, (3) perusahaan tetap adil dalam menjalankan prosedur dan kebijakannya. Tax *et al* . (1998) menyatakan bahwa rendahnya tingkat keadilan prosedural selama kegagalan jasa atau proses pemulihan jasa dapat berakibat negatif pada kepuasan keseluruhan.

Sementara itu Keadilan interaksional berfokus pada keadilan yang diterima antar pribadi selama berlakunya prosedur (Tax *et al*, 1998). Mereka selanjutnya mengidentifikasi lima unsur keadilan interaksional: kejujuran, kesopanan, usaha

penjelasan/rekening kausal dan empati. Dalam situasi perbaikan layanan, keadilan interaksional akan mengacu pada cara bagaimana proses perbaikan dalam hasil operasionalisasi dan perbaikan layanan diberikan. Maxham dan Netemeyer (2002) mendefinisikan keadilan interaksional sebagai perasaan konsumen setelah mereka diperlakukan secara adil berkenaan dengan interaksi personal mereka dengan personil perusahaan melalui proses *recovery*, termasuk dalam konsep ini adalah perhatian, kesopanan, elemen-elemen kejujuran, serta upaya penanganan komplain. Evaluasi dari proses pemulihan jasa lebih ditentukan oleh interaksi antara konsumen dengan karyawan. Jung & Seock (2017), Migacz *et al* (2017), menemukan adanya pengaruh antara keadilan interaksional dengan kepuasan pada proses pemulihan jasa. Sementara itu Kim *et al* (2009), berhasil membuktikan bahwa keadilan interaksional mempunyai pengaruh yang lebih baik dari pada keadilan distributif dan prosedural. Maxham & Netemeyer (2002) dalam Ghoniyah (2012), menemukan pengaruh keadilan interaksional dengan kepuasan keseluruhan. Dalam penelitiannya ini mereka menggunakan indikator keadilan interaksional seperti: (1) perlakuan yang adil dan sopan, (2) karyawan menunjukkan perhatian untuk bersikap adil, (3) berempati, (4) keinginan karyawan mendapatkan input dari konsumen. Suhubungan penjelasan tersebut diatas, maka dikemukakan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Ada pengaruh positif keadilan distributif terhadap tingkat kepuasan mahasiswa

H2 : Ada pengaruh positif keadilan prosedural terhadap tingkat kepuasan mahasiswa.

H3 : Ada pengaruh positif keadilan interaksional terhadap tingkat kepuasan mahasiswa

Kepuasan

Kepuasan didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler, 2005). Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas, sebaliknya jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan sangat puas. Kepuasan memiliki peranan penting dalam mempengaruhi terciptanya *word of mouth*. Menurut Tjiptono (2008), terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Menurut Anderson & Sullivan (1993) dalam Erida (2009) menyatakan bahwa relevansi dari kepuasan dalam menciptakan loyalitas pelanggan untuk menyebabkan *word of mouth* (WOM), tidak lagi diperdebatkan bahkan dinyatakan bahwa kepuasan adalah satu faktor utama penggerak positif WOM. Bentuk dari WOM yang disampaikan oleh orang yang puas ini bisa berbentuk rekomendasi kepada konsumen lain, dorongan kepada rekan untuk kembali kepada penyedia jasa dimana mereka puas. Konsumen yang menemukan layanan yang tepat mempunyai kecenderungan untuk terlibat dalam komunikasi WOM positif (Kau dan Loh, 2006), sedangkan menurut Blodgett dkk. (1997), konsumen yang puas dengan layanan yang tepat secara positif akan mempengaruhi niat WOM mereka. Collier dan Bienstock (2006) menemukan bahwa konsumen yang tidak puas terlibat akan dalam WOM negatif. Suhubungan dengan itu, maka dikemukakan hipotesis sebagai berikut:

H4: Ada pengaruh positif kepuasan terhadap perilaku *word of mouth* mahasiswa

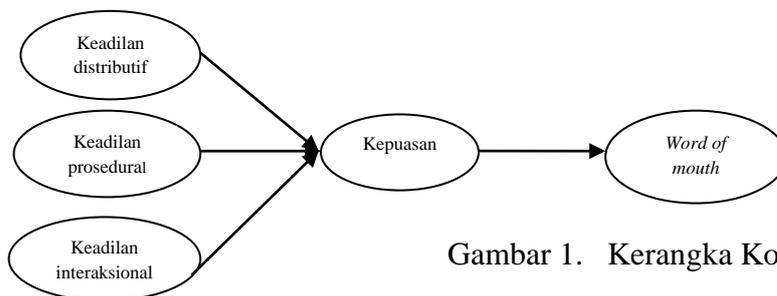
Word of Mouth (WOM)

Word of mouth adalah komunikasi dari orang ke orang antara sumber pesan dan penerima pesan dimana penerima pesan menerima pesan dengan cara tidak komersil mengenai suatu produk, pelayanan, atau merek. *Word of mouth* menjadi referensi yang membentuk harapan pelanggan. Menurut Hasan (2010), *word of mouth* merupakan pujian, rekomendasi dan komentar pelanggan sekitar pengalaman mereka atas layanan jasa dan produk yang betul-betul mempengaruhi keputusan pelanggan. *Word of mouth* dapat membentuk kepercayaan para pelanggan.

Komunikasi yang komunikatif sangat dibutuhkan dalam membangun suatu relasi yang baik antar individu dalam keluarga dan masyarakat. Demikian halnya dalam setiap organisasi, bahwa komunikasi merupakan hal yang sangat penting sebagai sarana efektif dalam memajukan dan mengembangkan organisasi yang bersangkutan. Berkaitan dengan komunikasi yang ada pada suatu organisasi, menurut Hoskins (2007) dilihat dari sifatnya salah satunya adalah komunikasi *word of mouth communication* atau komunikasi mulut ke mulut. Menurutnya, komunikasi ini dibutuhkan untuk kepentingan internal dan eksternal organisasi.

Kotler & Keller (2007) mengemukakan bahwa *Word of Mouth Communication* (WOM) atau komunikasi dari mulut ke mulut merupakan proses komunikasi yang berupa pemberian rekomendasi baik secara individu maupun kelompok terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal. Komunikasi dari mulut ke mulut merupakan salah satu saluran komunikasi yang sering digunakan oleh perusahaan yang memproduksi baik barang maupun jasa karena komunikasi dan mulut ke mulut (*word of mouth*) dinilai sangat efektif dalam memperlancar proses pemasaran dan mampu memberikan keuntungan kepada perusahaan.

Mendasarkan pada kajian pustaka yang diuraikan di atas, maka keterkaitan variabel-variabel penelitian keadilan distributif (*distributive justice*), keadilan prosedural (*procedural justice*), keadilan interaksional (*interactional justice*), kepuasan (*satisfaction*), dan komunikasi melalui mulut (*word of mouth*) dapat disederhanakan menjadi kerangka konsep penelitian seperti pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan subyek mahasiswa yang melakukan pelayanan di Direktorat Kemahasiswaan UGM. Dari populasi yang ada diambil 30 responden untuk pengujian instrumen dan 220 responden sebagai sampel penelitian. Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah dengan *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel

dengan pertimbangan tertentu. Pendekatan teknik analisis data *Structural Equation Modelling* (SEM) dan Program Pengolah Data AMOS. Semua variabel penelitian diukur dengan menggunakan angket dan dengan skala interval 5 ruas, sebagai nilai skor dari tanggapan sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju. Variabel keadilan distributif, prosedural, dan interaksional masing-masing menggunakan 4 butir, 7 butir dan 6 butir indikator penilaian. Tingkat kepuasan diukur dengan 4 butir indikator, sedangkan variabel *word of mouth* diukur dengan 3 butir indikator.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil olah data diperoleh hasil bahwa jenis kelamin responden laki-laki sebesar 125 (56,31%) dan perempuan sebesar 97 (43,69%). Responden mayoritas berusia 20 tahun sebesar 72 (32,43%), diikuti usia 19 tahun sebesar 51 (22,97,0%), usia 21 tahun sebesar 43 (19,37%), dan responden paling sedikit berusia 16 tahun dan >24 tahun masing-masing sebesar 1 (0,45%). Berdasar semester yang ditempuh responden, diperoleh data responden mayoritas dari kalangan mahasiswa sudah menempuh semester lima yaitu sebanyak 76 orang (34,23%), dan diikuti dengan responden yang menempuh semester tiga sebanyak 57 orang (25,68), menempuh semester tujuh sebanyak 46 orang (20,72%). Dari seluruh responden, 91,44% aktif dalam kegiatan organisasi dan sering berhubungan dengan kegiatan pelayanan.

Hasil uji instrumen penelitian menggunakan bantuan komputer program *SPSS versi 21.0* menunjukkan bahwa semua indikator dan variabel dalam kondisi valid dengan nilai r_{hitung} lebih besar dari 0,361 dan masing-masing variabel tersebut adalah reliabel (andal) dengan nilai *Cronbach Alpha* dari semua variabel penelitian menunjukkan lebih besar dari 0,70 (Supranto, 2006).

Tabel 1. Rekapitulasi Perhitungan rata-rata, Validitas dan Reliabilitas Indikator

Indikator	Rata-rata	Validitas	Reliabilitas
Keadilan Distributif	3,75		0,845
Mendapat hasil pelayanan yang baik	3,68	0,894	
Mendapat pelayanan yang sama dengan orang lain	3,81	0,827	
Mendapat pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan	3,77	0,857	
Mendapat pelayanan dengan tepat	3,73	0,752	
Keadilan Prosedural	3,62		0,821
Mendapat informasi peraturan/prosedur pelayanan dengan baik	3,49	0,606	
Mendapat pelayanan yang sesuai dengan peraturan/prosedur	3,68	0,762	
Mendapat prosedur pelayanan yang layak	3,77	0,812	
Mendapat prosedur pelayanan yang nyaman	3,60	0,851	
Mendapat prosedur pelayanan sesuai dengan waktu kerja yang ditentukan	3,71	0,648	
Mendapat prosedur pelayanan yang cepat	3,37	0,678	
Mendapat prosedur pelayanan yang sesuai dengan urutannya	3,72	0,552	
Keadilan Interaksional	3,66		0,845
Pegawai melayani dengan sopan	3,78	0,792	
Pegawai melayani dengan jujur	3,84	0,846	
Pegawai melayani dengan suasana yang akrab	3,49	0,823	
Pegawai menjawab pertanyaan dengan lengkap	3,61	0,674	
Pegawai melayani dengan penuh kesungguhan	3,62	0,748	
Pegawai membuat pengurusan kepentingan terasa mudah	3,61	0,680	
Kepuasan	3,67		0,799
Merasa puas mendapat hasil pelayanan	3,66	0,783	
Merasa puas terhadap cara memberikan pelayanan	3,63	0,758	
Merasa puas atas perlakuan pelayanan dari pegawai	3,63	0,789	
Merasa puas atas keadilan pelayanan yang sama	3,76	0,834	

<i>Word of Mouth</i>	3,03		0,806
Penyampain berita/pengalaman layanan kepada pihak lain	3,50	0,762	
Menulis pengalaman pelayanan yang dilakukan organisasi di media cetak	2,77	0,880	
Menyebut pengalaman pelayanan di jejaring sosial seperti <i>facebook, twitter</i> atau media elektronik lainnya	2,83	0,913	

Tabel 1 juga menunjukkan bahwa pada variabel keadilan distributif, penilaian tertinggi terdapat pada indikator dalam hal mendapat pelayanan yang sama dengan orang lain dengan nilai rata-rata sebesar 3,81, sedangkan sumbangan terendah pada penilaian indikator mendapat hasil pelayanan yang baik yaitu memiliki rata-rata sebesar 3,68. Pada variabel keadilan prosedural penilaian tertinggi dibandingkan enam indikator yang lain yaitu dalam hal mendapat prosedur pelayanan yang layak dengan nilai rata-rata sebesar 3,77, sedangkan penilaian terendah adalah kecepatan dalam mendapatkan pelayanan yang memiliki rata-rata sebesar 3,37. Sementara itu pada variabel keadilan interaksional ini, penilaian indikator tertinggi yaitu dalam hal pegawai melayani dengan jujur dengan nilai rata-rata sebesar 3,84, dan penilaian terendah adalah dalam hal pegawai melayani dengan suasana yang akrab hanya memiliki rata-rata sebesar 3,49. Dari variabel kepuasan diketahui bahwa rata-rata responden telah puas dalam mendapatkan keadilan pelayanan yang dianggap telah sama untuk semua orang. Indikator tersebut mendapat penilaian kepuasan tertinggi, sedangkan indikator yang memberikan nilai kepuasan terendah adalah pada keadilan perlakuan pelayanan dari pegawai. Pada variabel *word of mouth* indikator untuk menyampaikan berita/pengalaman layanan kepada pihak lain adalah tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 3,50, yang berada pada interval 3,40 s/d 4,19. Sementara itu indikator untuk menulis pengalaman pelayanan di media cetak maupun di jejaring sosial seperti *facebook, twitter* atau media elektronik lainnya dalam kategori penilaian yang cukup (2,83). Hasil pengujian *Goodness of Fit Model* dalam Tabel 2 mengindikasikan bahwa model struktural yang menguji hubungan kausal antar variabel keadilan distributif, keadilan prosedural, keadilan interaksional, kepuasan dan *word of mouth* dapat dikatakan sebagai model struktural yang baik. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai $X^2 - Chi Square$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,103 > 0,05$ atau *Chi Square* hitung sebesar 231,105 < *Chi Square* tabel 273,939. Artinya matrik kovarians sampel dengan matrik kovarians populasi yang diestimasi adalah sama. Hasil CMIN/DF sebesar 1,760 nilainya < 2,0 (rekomendasi) serta hasil nilai GFI 0,907 > 0,90 (rekomendasi). Nilai *The Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA) sebesar 0,059 (lebih kecil dari 0,08) mengindikasikan bahwa model yang diestimasi adalah baik.

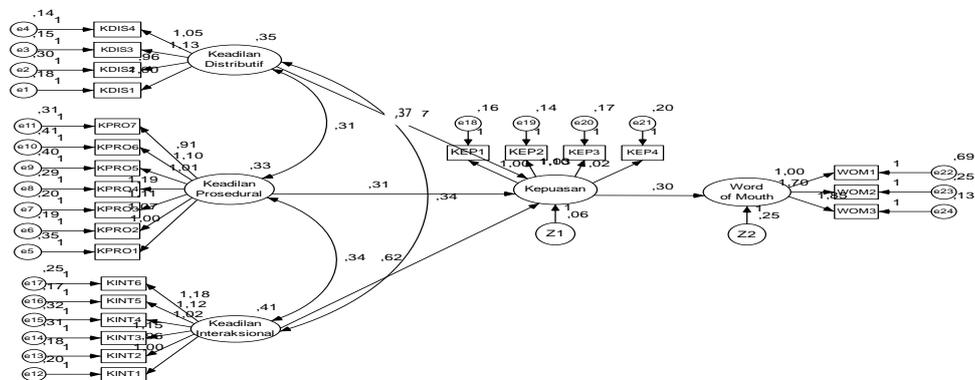
Tabel 2.

Hasil *Goodness of Fit* dan Rekapitulasi Hasil Pengujian Model Variabel

<i>Goodness of fit</i>	<i>Cut - off Value</i>	Hasil Model	Keterangan
<i>Chi-Square</i>	Diharapkan nilainya kecil dengan DF = 222 nilai tabelnya 273,939	231,105	Baik
Probabilitas	$\geq 0,05$	0,103	Baik
CMIN/DF	≤ 2	1,760	Baik
GFI	$\geq 0,90$	0,907	Baik
RMSEA	$\leq 0,080$	0,059	Baik
AGFI	$\geq 0,90$	0,904	Baik
TLI	$\geq 0,95$	0,955	Baik
CFI	$\geq 0,94$	0,955	Baik

Sumber: Hasil Olah Data, 2018.

Pengujian hipotesis menggunakan Analisis SEM dengan program AMOS 7.0 diperoleh hasil pengolahan data untuk analisis *full model* SEM ditampilkan pada Gambar 2 dan Tabel 3.



Gambar 2. Analisis Full Model

Tabel 3.
Estimasi Hasil Analisis SEM

Path Hubungan	Standardized Estimate	C.R.	P
Kepuasan ← Keadilan distributif	0,362	2,490	0,024
Kepuasan ← Keadilan prosedural	0,273	1,685	0,092
Kepuasan ← Keadilan interaksional	0,608	4,079	0,000
Word of mouth ← Kepuasan	0,369	4,469	0,000

* Signifikan pada level 0,05.

Sumber: Hasil Olah Data, 2018.

Berdasarkan pengujian data dengan analisis jalur (SEM) dapat diketahui bobot koefisien regresi terstandarisasi keadilan distributif terhadap kepuasan sebesar 0,362 dengan nilai *p-value* sebesar 0,024 yang lebih kecil dari signifikan 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa keadilan distributif berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan. Artinya bahwa semakin besar keadilan distributif yang dirasakan maka semakin tinggi pula kepuasan dalam menerima pelayanan. Sebaliknya semakin rendah keadilan distributif yang dirasakan di dalam menerima pelayanan maka kepuasan yang dirasakan juga semakin rendah. Dengan demikian hipotesis pertama menyatakan ada pengaruh positif keadilan distributif terhadap tingkat kepuasan mahasiswa dapat didukung. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Seock & Jung (2017), Migacz *et al* (2017), Ammari & Bilgihan (2017), Albari (2013) dan Kim *et al* (2009) menunjukkan bahwa keadilan distributif mempunyai pengaruh kuat terhadap kepuasan. Dengan hasil tersebut dapat dilakukan prediksi manajerial layanan bahwa semakin tinggi tingkat keadilan distributif yang diterapkan akan menjamin besarnya kepuasan mahasiswa terhadap layanan pegawai/kantor Ditmawa di UGM.

Sementara itu bobot koefisien regresi terstandarisasi keadilan prosedural terhadap kepuasan sebesar 0,273 dengan nilai *p-value* sebesar 0,092 yang lebih besar dari signifikan 0,05. Hal ini berarti keadilan prosedural tidak berpengaruh terhadap kepuasan. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan ada pengaruh positif keadilan prosedural terhadap tingkat kepuasan mahasiswa tidak dapat didukung. Meskipun keadilan prosedural ditemukan sebagai indikator paling penting dari kepuasan konsumen oleh Karatepe (2006), namun mayoritas peneliti sebelumnya telah

menemukan keadilan prosedural menjadi indikator paling tidak berdampak (Kim *et al*, 2009). Penelitian tersebut juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Badawi (2012) yang menunjukkan bahwa keadilan prosedural tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pemulihan layanan. Demikian pula McColloug (2009) dalam jurnal yang ditulis Kim *et al* (2009) menyatakan bahwa beberapa peneliti telah menemukan bahwa keadilan prosedural kurang berdampak pada evaluasi pemulihan layanan daripada keadilan distributif dan keadilan interaksional.

Pengujian data dengan SEM dapat diketahui bobot koefisien regresi terstandarisasi keadilan interaksional terhadap kepuasan sebesar 0,608 dengan nilai *p-value* sebesar 0,000 yang lebih kecil dari signifikan 0,05. Hal ini berarti keadilan interaksional berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan. Semakin besar keadilan interaksional yang dirasakan maka semakin tinggi pula kepuasan dalam menerima pelayanan. Sebaliknya semakin rendah keadilan interaksional yang dirasakan di dalam menerima pelayanan maka kepuasan yang dirasakan juga semakin rendah. Penelitian ini menguatkan hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya yaitu yang dilakukan oleh, Tax *et al.* (1998), Kwun and Alshare (2007) dan Karatepe, (2006) dalam Kim *et al* (2009) yang menyimpulkan bahwa keadilan interaksional mempunyai pengaruh terhadap kepuasan yang lebih baik dari pada keadilan distributif dan prosedural. Dibandingkan dengan kedua dimensi keadilan yang lain tersebut, aplikasi penerapan keadilan interaksional menghasilkan nilai estimasi yang lebih tinggi. Dengan hasil tersebut maka usaha-usaha yang mungkin dapat dilakukan oleh pegawai/kantor Ditmawa untuk meningkatkan kepuasan tersebut diantaranya dengan memberi pelayanan dengan sopan, jujur, melayani dengan suasana yang akrab, melayani dengan penuh kesungguhan, dan membuat pengurusan kepentingan terasa mudah bagi mahasiswa.

Berdasarkan pengujian data dengan analisis jalur (SEM) dapat diketahui bobot koefisien regresi terstandarisasi kepuasan terhadap *word of mouth* sebesar 0,369 dengan nilai *p-value* sebesar 0,000 yang lebih kecil dari signifikan 0,05. Hal ini berarti kepuasan berpengaruh signifikan dan positif terhadap *word of mouth*. Semakin tinggi kepuasan yang dirasakan dalam menerima pelayanan ada kecenderungan yang besar untuk melakukan *word of mouth*. Dengan demikian hipotesis keempat yang menyatakan ada pengaruh positif kepuasan terhadap perilaku *word of mouth* mahasiswa dapat didukung. Kepuasan memiliki peranan penting dalam mempengaruhi terciptanya *word of mouth*. Menurut Tjiptono (2008), terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Konsumen yang menemukan layanan yang tepat cenderung terlibat komunikasi WOM positif (Kau dan Loh, 2006). Hasil penelitian ini menunjukkan pula bahwa tingkat kepuasan mahasiswa yang telah mendapatkan keadilan distributif dan interaksional terbukti berpengaruh positif terhadap *word of mouth* (WOM). Pembuktian hipotesis tersebut mampu menguatkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Migacz *et al.* (2017), Seock & Jung (2017), Paludi dan Salman (2016), Kim *et al.* (2009) bahwa dimensi keadilan layanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap WOM. Semakin tinggi *customer satisfaction* akan meningkatkan *word of mouth*. Terbuktinya rangkaian hipotesis di atas menunjukkan pentingnya variabel kepuasan mahasiswa sebagai mediator/*intervening* dari aktifitas layanan yang berdimensi keadilan terutama keadilan distributif dan keadilan interaksional terhadap perilaku *word of mouth*. Hal itu berarti kepuasan mampu meningkatkan dorongan mahasiswa

untuk melakukan *word of mouth* baik secara lisan, tertulis maupun elektronik yang terkait dengan nilai dan pengalaman yang baik/positif dari pelayanan yang diberikan oleh institusi. Model yang dikembangkan dalam penelitian ini juga menunjukkan hasil yang sangat berarti, karena variabel eksogen dimensi keadilan pelayanan dapat menghasilkan estimasi pengaruh terhadap variabel kepuasan sebesar 85,6% dan besarnya pengaruh variabel kepuasan terhadap *word of mouth* sebesar 13,6%. Proporsi pengaruh tersebut menunjukkan dominasi yang kuat dari variabel eksogen terhadap variabel endogen, sehingga hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan empiris bagi praktisi, untuk menerapkan kebijakan-kebijakan penting yang berkaitan dengan hubungan jangka panjang dengan mahasiswa atau masyarakatnya melalui dimensi keadilan layanan.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini berhasil membuktikan beberapa hipotesis yang diajukan yaitu keadilan distributif dan keadilan interaksional terbukti memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap terhadap kepuasan. Sayangnya, dimensi keadilan prosedural belum mampu meningkatkan kepuasan mahasiswa. Baik buruknya persepsi keadilan prosedural, tidak berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Namun demikian penelitian ini berhasil menunjukkan bahwa kepuasan terbukti memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap terhadap perilaku *word of mouth*. Semakin tinggi kepuasan atas layanan yang diterima akan menyebabkan makin tingginya komunikasi yang dilakukan oleh para mahasiswa tersebut baik secara lisan, tertulis maupun elektronik yang terkait dengan nilai dan pengalaman positif dari pelayanan. Dengan demikian tingkat kepuasan dapat menjadi variabel intervening dari pengaruh positif dimensi keadilan terutama keadilan distributif dan keadilan interaksional terhadap perilaku *word of mouth*.

SARAN

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan empiris bagi praktisi, terutama bagi manajemen Perguruan Tinggi maupun unit kerja pemerintahan atau swasta sebagai salah satu contoh bentuk layanan publik untuk menerapkan kebijakan-kebijakan penting yang berkaitan dengan hubungan jangka panjang dengan mahasiswa atau masyarakatnya melalui dimensi keadilan layanan. Dengan aspek penting tersebut diharapkan mahasiswa atau masyarakat dapat memberikan *word of mouth* positif sehingga akan berdampak baik pula terhadap institusi atau organisasi. Diperlukan penelitian lanjutan agar model layanan yang berkeadilan dapat menjadi model layanan yang lebih mapan, dengan tetap mempertahankan konsistensi variabel-variabel dan indikator-indikator yang sudah dinyatakan valid dan reliabel.

DAFTAR PUSTAKA

- Albari. (2013). Pengaruh Dimensi Keadilan Pelayanan terhadap Minat Berperilaku Ulang. *Jurnal Siasat Bisnis*. Vol 17, No 2, pp 117-130.
- Ammari-Bahri, N. & Bilgihan A. (2017). "The Effects of Distributive, Procedural, and Interactional Justice on Customer Retention: an Empirical Investigation in The Mobile Telecom Industry in Tunisia". *Journal of*

- Retailing and Consumer Service* 37 (89-100).
- Anonim. (2017). *Buku Saku Mahasiswa Tahun 2017*. Universitas Gadjah Mada
- Blodgett, J.G., DJ. Hill and SS. Tax. (1997). The Effects of Distributive, Procedural, and Interactional Justice on Postcomplaint Behavior. *Journal of Retailing*. Diambil dari <http://www.sciencedirect.com>.
- Collier, J.E., Bienstock, C.C. (2006). Measuring Service Quality in E-retailing. *Journal of Service Research*.8(3), 260–275. Diambil dari <http://journals.sagepub.com/doi/pdf>.
- Erida. (2009). Pengaruh Kepuasan Konsumen dan Insentif Terhadap Perilaku WOM (*Word-of-Mouth*) Konsumen Jasa Angkutan Penumpang Bis Antar Kota Antar Propinsi Kelas Eksekutif di Bandung. *Jurnal Pemasaran Modern*, Vol 1, No 1, pp 3-6
- Ghonyah, N. (2012). Pengaruh Komplain dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Jasa. *Jurnal Dharma Ekonomi STIE Semarang*. No. 35/Thn XIX/April 2012
- Hasan, A. (2010). *Marketing Dari Mulut ke Mulut Words Of Mouth Marketing*. Yogyakarta : Media Presindo.
- Hoskins, Jim. (2007). Word of Mouth Research: Principals and Applications. *The Journal of Advertising Research*. ARF.
- Jung N.A & Seock Y.K. (2017). Effect of Service Recovery on Customers' Perceived Justice, Satisfaction, and Word-of-Mouth Intentions on Online Shopping Websites. *Journal Retailing and Consumer Service*. Vol 30, pp 23-30.
- Kau, A.K. dan Loh, E.Wumer S.Y. (2006). The Effect of Service Recovery on Consumer Satisfaction: A Comparasion Between Complainants and Non-Complainants, *Journal of Service Marketing*, Vol.20, No.2, pp.101-111
- Kim, T., Kim, W. G., Kim, H. (2009). The Effects of Perceived Justice on Recovery Satisfaction, Trust, Wourd of Mouth, and Revisit Intention in Upscale Hotels, *Journal of Tourism Management* . Vol 30, pp 51-62
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran (Terjemahan)*. PT. Indeks Kelompok Media, Jakarta.
- Kotler, P dan K.L. Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran (Terjemahan, Jilid 2)*. PT.Indeks, Jakarta.
- Maxham III, J.G. and RG. Netemeyer. (2002). Modeling Customer Perceptions of Complaint Handling Over Time. The Effects of Perceived Justice on Satisfaction and Intention. *Journal of Retailing*. 78 (4). 239. Diambil dari <http://www.sciencedirect.com>.
- Migacz, J.S., Zou, S.S., and Petrick, F.J., (2017). “The “Terminal” Effects of Service Failure on Airlines: Examining Service Recovery with Justice Theory” *Journal of Travel Research*, Vol. 57(1) 83–98
- Swati Sharma, Yaj Medury and Aayushi Gupta, (2011). Satisfaction from Service Recovery in the Context of Indian Hotel Industry. *International Journal of Business and Manajemen Resarch*. 1(10): h: 632-647.
- Tax, S., Brown, S. dan Chandrashekar, M.(1998). Customer Evaluations of Service Complaint Experiences: Implication for Relationship Marketing, *Journal of Marketing*, Vol.62,No.2,pp.60-76.Diambil dari <http://www.scirp.org/reference>.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.