

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



Diajukan oleh:

Utiyati

No. Mhs. : 15911110

**PROGRAM PASCA SARJANA FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2018**

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

**Tesis S-2
Program Magister Manajemen**



Diajukan oleh:

Utiyati

No. Mhs. : 15911110

**PROGRAM PASCA SARJANA FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2018**

BERITA ACARA UJIAN TESIS

BERITA ACARA UJIAN TESIS

Pada hari Senin tanggal 19 Februari 2018 Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia telah mengadakan ujian tesis yang disusun oleh :

UTIYATI

No. Mhs. : 15911110

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Dengan Judul:

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

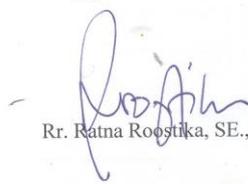
Berdasarkan penilaian yang diberikan oleh Tim Penguji, maka tesis tersebut dinyatakan **LULUS**

Penguji I



Drs. Anas Hidayat, MBA., Ph.D.

Penguji II



Rr. Ratna Roostika, SE., MAC., Ph.D.



HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Disetujui dan disahkan sebagai salah satu persyaratan untuk bisa lulus sebagai
siswa yang pernah mengikuti ujian kompetensi pada semester di mana
kegiatan ini dilakukan, dan bersedia mengikuti ujian pada semester berikutnya yang akan
diadakan pada semester yang ditentukan oleh dosen pembimbing yang akan
menjadi pembimbing untuk ujian pada semester yang akan datang. Apabila
kemudian ada perubahan dalam program atau lain-lain yang akan mempengaruhi
kegiatan ini, maka akan diberitahukan kepada siswa yang bersangkutan.



Yogyakarta, _____

Telah diterima dan disetujui dengan baik oleh :

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Anas Hidayat', is written over a horizontal line.

Drs. Anas Hidayat, MBA., Ph.D.

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam penulisan tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku”

Yogyakarta, Februari 2018



Utiyati

MOTTO dan PERSEMBAHAN

MOTTO

- *Allah lebih mencintai orang-orang yang berilmu*
- *Berusaha dan berdoa adalah kunci kesuksesan*
- *Jangan pernah berhenti untuk belajar, karena setiap ilmu yang engkau dapatkan tidak akan sia-sia*
- *Tak ada kata terlambat untuk belajar, belajar sampai tutup usia*
- *Orang yang berhenti belajar akan menjadi pemilik masa lalu dan orang-orang yang masih terus belajar, akan menjadi pemilik masa depan*

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobil'amin

Tesis ini saya persembahkan untuk:

suami dan anak - anaku tercinta,

Terimakasih atas curahan segala perhatian dan motivasinya
sehingga saya dapat menyelesaikan studi
di Program Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah rabbil alamin, segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT, hanya dengan rahmat dan hidayahNya tesis ini dapat diselesaikan. Shalawat serta salam senantiasa penulis sampaikan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan pengikutnya yang setia.

Tesis ini disusun untuk melengkapi salah satu syarat guna memperoleh derajat Sarjana Strata-2 pada Program Magister Manajemen Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. Tanpa bantuan berbagai pihak, kiranya penyusunan tesis ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya, penghargaan yang setinggi-tingginya dan permohonan maaf atas segala kesalahan yang pernah penulis lakukan kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tesis ini, terutama kepada:

1. Dr. Zainal Mustafa EQ, MM., selaku Direktur Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Islam Indonesia.
2. Dr. Anas Hidayat, MBA., Ph.D., selaku dosen pembimbing, atas bimbingan, waktu dan masukan yang berarti bagi penulis.
3. Rr. Ratna Roosita, SE.,MAC.,Ph.D, selaku dosen penguji
4. Bapak dan Ibu dosen Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Islam Indonesia yang telah banyak memberikan ilmu, motivasi serta pengalaman yang berarti selama kuliah di Pascasarjana.
5. Bapak dan Ibu karyawan Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Islam Indonesia atas segala bantuan serta kemudahan dalam pelayanan yang telah diberikan selama kuliah di Pascasarjana.
6. Suami dan anak-anakku tercinta yang banyak memberikan motivasi untuk selalu semangat dalam menyelesaikan studi.
7. Mahasiswa Universitas Gadjah Mada atas bantuannya dalam mendukung penyelesaian tesis ini.

8. Teman-teman mahasiswa MM angkatan 46 yang selalu kompak dan saling memberikan motivasi untuk penyelesaian studi.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam melaksanakan penelitian dan penyusunan tesis ini.

Semoga amal kebaikan yang telah diberikan Bapak/Ibu/Saudara sekalian mendapatkan pahala yang berlimpah dari Allah SWT, Aamiin. Dalam penyusunan tesis ini masih jauh dari kesempurnaan. Saran dan kritik yang bersifat membangun sangat diharapkan dari para pembaca supaya dapat lebih baik di masa yang akan datang. Semoga tesis ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, Februari 2018

Penulis

Utiyati

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
BERITA ACARA UJIAN TESIS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Keadilan.....	9
2.1.2 Kepuasan Pelanggan	14
2.1.3 <i>Word of Mouth</i> (WOM)	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Kerangka Konsep Penelitian.....	26
2.4 Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Lokasi Penelitian.....	32
3.2 Populasi dan Sampel.....	32
3.3 Variabel dan Definisi Variabel Penelitian	33
3.3.1 Variabel Penelitian.....	33
3.3.2 Dfinisi Operasional	34
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	37
3.4.1 Data Primer.....	37
3.4.2 Data Sekunder.....	38
3.5 Uji Instrumen Penelitian.....	38
3.5.1 Uji Validitas.....	39
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	40
3.6 Teknik Analisis Data.....	41
3.6.1 Statistik Deskriptif.....	41
3.6.2 Hubungan Sebab-Akibat/Pengaruh SEM.....	41

BAB IV	ANALISI DATA DAN PEMBAHASAN.....	46
	4.1 Analisis Deskriptif.....	46
	4.1.1 Deskripsi Kegiatan.....	46
	4.1.2 Deskripsi Karakter Responden.....	49
	4.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	55
	4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	55
	4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
	4.3 Analisis Penilaian Variabel Penelitian.....	57
	4.3.1 Variabel Keadilan Distributif.....	58
	4.3.2 Variabel Keadilan Prosedural	59
	4.3.3 Variabel Keadilan Interaksional	61
	4.3.4 Variabel Kepuasan.....	62
	4.3.5 Variabel <i>Word of Mouth</i>	63
	4.4 Analisis Data Penelitian.....	64
	4.4.1 Hasil Uji Normalitas.....	64
	4.4.2 Hasil Uji <i>Outlier</i>	65
	4.4.3 Hasil Uji <i>Multicollinearity</i> dan <i>Singularity</i>	67
	4.4.4 Hasil Uji <i>Goodness of Fit Model</i> (Uji Ketepatan Model).....	67
	4.5 Hasil Uji Hipotesis	70
	4.5.1 Pengujian Hipotesis Pertama (Ada Pengaruh Positif Keadilan Distributif Terhadap Tingkat Kepuasan Mahasiswa).....	73
	4.5.2 Pengujian Hipotesis Kedua (Ada Pengaruh Positif Keadilan Prosedural Terhadap Tingkat Kepuasan Mahasiswa).....	73
	4.5.3 Pengujian Hipotesis Ketiga (Ada Pengaruh Positif Keadilan Interaksional Terhadap Tingkat Kepuasan Mahasiswa).....	74
	4.5.4 Pengujian Hipotesis Keempat (Ada Pengaruh Positif Kepuasan Terhadap Perilaku <i>Word of Mouth</i> Mahasiswa).....	74
	4.6 Pembahasan.....	75
	4.6.1 Pengaruh Keadilan Distributif Terhadap Kepuasan.....	75
	4.6.2 Pengaruh Keadilan Prosedural Terhadap Kepuasan.....	76
	4.6.3 Pengaruh Keadilan Interaksional Terhadap Kepuasan....	77
	4.6.4 Pengaruh Kepuasan Terhadap <i>Word of Mouth</i>	78
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	81
	5.1 Kesimpulan.....	81
	5.2 Saran.....	82
	DAFTAR REFERENSI	
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Indeks Pengujian Kelayakan Model	45
Tabel 4.1	Data Pelayanan Kepada Mahasiswa di Direktorat Kemahasiswaan Tahun 2017	47
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Semester	52
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Keikutsertaan dalam Organisasi Mahasiswa	53
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berhubungan dengan Bagian Kemahasiswaan	54
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas	55
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 4.9	Interval Penilaian	58
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keadilan Distributif	59
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keadilan Prosedural	60
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keadilan Interaksional	61
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan	62
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Word of Mouth</i>	63
Tabel 4.15	Hasil Uji Normalitas	64
Tabel 4.16	Hasil Uji Outlier dengan Nilai Z score	66
Tabel 4.17	Hasil <i>Goodness of Fit</i> dan Rekapitulasi Hasil Pengujian Model Variabel.....	68
Tabel 4.18	Estimasi Hasil Analisis SEM	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konsep Penelitian	27
Gambar 4.1	Analisis <i>Full Model</i>	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Rekapitulasi Data Karakteristik Responden
Lampiran 3	Rekapitulasi Data Pengujian Instrumen Penelitian
Lampiran 4	Rekapitulasi Data Penelitian
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 6	Olah Data
Lampiran 7	Model Struktural Hubungan Antar Variabel

ABSTRAK

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

Pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain, dan dalam hal ini terjadi komunikasi antara yang melayani dan yang dilayani. Komunikasi akan lancar apabila ada interaksi antara kedua belah pihak, sehingga menghasilkan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen. Kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh persepsi konsumen atas rasa adil (*fairness*). Berkaitan dengan hubungan antar individu, keadilan dikelompokkan dalam dimensi keadilan distributif, prosedural dan interaksional. 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 EFFECT OF SERVICE JUSTICE DIMENSIONS (DISTRIBUTIVE, PROCEDURAL, INTERACTIONAL) TOWARDS WORD OF MOUTH BEHAVIOR WITH SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLE

Service is an action undertaken to meet the needs of others, in this case there is a communication between who serves and who is served. The communication will be smooth if there is an interaction between the two sides, resulting in a satisfactory service to consumers. Consumer satisfaction is strongly influenced by consumer perception of fairness. In relation to interpersonal relationships, justice is grouped into the dimensions of distributive, procedural and interactional justice. 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).

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

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*) yaitu; pembuat dan pengawas kebijakan, pegawai sebagai pelaksana kebijakan, masyarakat perguruan tinggi dan masyarakat umum sektor produktif, asosiasi profesi, lembaga swadaya masyarakat, alumni perguruan tinggi, media masa, serta kelompok masyarakat lainnya. Terdapat dua unsur penting penyedia jasa yang menjadi ujung tombak bagi industri jasa pendidikan perguruan tinggi untuk dapat memberikan pelayanan jasa yang prima. Unsur pertama adalah tenaga edukasi dan kedua adalah tenaga administrasi. Suatu Perguruan Tinggi tanpa ada peningkatan kualitas tenaga edukasi, tentunya sulit untuk dapat bersaing. Sementara itu pegawai atau tenaga administrasi sebagai unsur kedua dalam penyedia jasa, memegang peranan kunci dalam proses pelayanan pada mahasiswa, misalnya proses yang berhubungan dengan administrasi perkuliahan maupun penunjang kegiatan mahasiswa. Kualitas layanan (*service quality*) dari tenaga administrasi akan sangat mempengaruhi kepuasan dari 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. Direktorat Kemahasiswaan (Ditmawa) UGM merupakan unit kerja yang berada di bawah Wakil Rektor bidang Pendidikan, Pengajaran dan Kemahasiswaan, memiliki tugas untuk mengembangkan dan mengelola kegiatan dan prestasi mahasiswa; mengkoordinasi pelaksanaan kegiatan kemahasiswaan, pengelolaan beasiswa, pengembangan potensi, bakat, dan minat mahasiswa untuk mendukung prestasi dan reputasi, pengendalian dan pemberian ijin/rekomendasi kegiatan mahasiswa. Kegiatan kemahasiswaan pada dasarnya diselenggarakan dalam rangka pengembangan dan aktualisasi diri mahasiswa guna meningkatkan *soft skills* mahasiswa untuk meningkatkan kualitas lulusan. Peningkatan kualitas mahasiswa bukan hanya melalui kegiatan akademik atau pembelajaran di kelas saja, tetapi perlu melalui kegiatan lain. Banyak pengalaman, kesempatan, tambahan ilmu, ketrampilan, dan pelatihan diri berkoordinasi dan berkomunikasi bisa didapat melalui kegiatan kemahasiswaan. Kegiatan kemahasiswaan memiliki potensi strategis dalam pembentukan sumber daya manusia (SDM) Indonesia di masa mendatang dan merupakan hal penting dalam menghadapi problematika pada abad 21 ini. Perguruan tinggi yang sudah memiliki inovasi, sains, dan teknologi, namun tanpa dibarengi dengan kegiatan mahasiswa yang baik maka menjadi kurang siap untuk memenangkan persaingan di era milineal ini. 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).

Pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain, dalam hal ini terjadi komunikasi antara yang melayani dan yang dilayani. Komunikasi akan lancar apabila ada interaksi antara kedua belah pihak, sehingga menghasilkan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen (Rahmi, 2012). 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* negatif.

Word of mouth (WOM) pada dasarnya adalah pesan tentang produk atau jasa suatu perusahaan, ataupun tentang perusahaan itu sendiri, dalam bentuk komentar tentang kinerja produk, kecepatan pelayanan, kejujuran, keramahan, dan hal lainnya yang dirasakan dan dialami oleh seseorang yang disampaikan kepada orang lain. Pesan yang disampaikan dapat berbentuk pesan yang sifatnya positif maupun negatif bergantung pada apa yang dirasakan oleh sipemberi pesan tersebut atas jasa yang ia konsumsi (Erida, 2009). Kepuasan konsumen, dengan '*level of satisfaction*' yang berbeda akan memberikan pengaruh yang berbeda

pada perilaku *word of mouth*. 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*.

Albari (2013) menjelaskan bahwa penelitian dengan anteseden variabel keadilan pada awalnya banyak dikembangkan oleh peneliti di bidang sumber daya manusia (SDM), untuk mengetahui penilaian pegawai setelah mereka menerima kebijaksanaan dari manajemen. Konsep dasar penelitian keadilan tersebut kemudian digunakan juga oleh peneliti di bidang pemasaran. Lingkup penelitiannya terutama berkaitan dengan penilaian atau persepsi konsumen terhadap perlakuan manajemen kepada semua konsumen bisnisnya, seperti kepuasan konsumen tentang tanggapan manajemen terhadap keluhan mereka. Penelitian yang dilakukan oleh Blodgett *et al.* (1997) dan Smith *et al.* (1999) dalam Albari (2013) menunjukkan bahwa persepsi keadilan dapat mempengaruhi kepuasan. Sementara itu Kim *et al.* (2009), menyimpulkan dalam penelitiannya bahwa dimensi keadilan akan mempengaruhi kepuasan dan mendorong konsumen untuk melakukan perilaku *word of mouth*. Demikian halnya hasil penelitian yang dilakukan Jung & Seock (2017) menunjukkan bahwa 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. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Dimensi Keadilan Pelayanan (Distributif, Prosedural, Interaksional) Terhadap *Word of Mouth* dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening”

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah keadilan distributif berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa?
- b. Apakah keadilan prosedural berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa?
- c. Apakah keadilan interaksional berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa?
- d. Apakah kepuasan mempunyai pengaruh terhadap perilaku *word of mouth* pada mahasiswa ?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

- a. Menganalisis pengaruh keadilan distributif terhadap kepuasan mahasiswa.
- b. Menganalisis pengaruh keadilan prosedural terhadap kepuasan mahasiswa.
- c. Menganalisis pengaruh keadilan interaksional terhadap kepuasan mahasiswa.
- d. Menganalisis pengaruh kepuasan terhadap perilaku *word of mouth* pada mahasiswa.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Dengan adanya penelitian ini diharapkan ada manfaat yang dapat diambil bagi semua pihak yang berkepentingan. Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademik

- a. Hasil penelitian ini memberikan wawasan untuk memahami bagaimana analisis pengaruh dimensi keadilan pelayanan terhadap kepuasan dan perilaku *word of mouth*.
- b. Penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi atau rujukan bagi peneliti lain yang berminat melakukan kajian yang sama dengan penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

Hasil-hasil analisis yang didapatkan dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan atau bahan pertimbangan pimpinan Perguruan Tinggi dalam memberikan pelayanan yang berkeadilan sehingga dapat menimbulkan kepuasan mahasiswa dan perilaku *word of mouth* yang positif.

1.5 SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan yang akan digunakan dalam penulisan tesis ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi tentang kajian penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini, teori-teori yang digunakan, kerangka konsep penelitian, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang populasi dan penentuan sampel penelitian, variabel dan definisi variabel penelitian, metode pengumpulan data, uji instrumen penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang deskripsi data, analisis data dan pembahasan hasil analisis.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan implikasi penelitian serta saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 LANDASAN TEORI

2.1.1 Keadilan

Teori-teori keadilan secara tidak langsung menjadi masalah yang penting. 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) pendekatan keadilan dalam penanganan keluhan adalah suatu kondisi pelayanan yang dirasakan sesuai oleh pelanggan sebagai pengganti pelayanan jasa yang mengalami kegagalan dalam proses penyampaiannya.

Whiteman & Mamen (2002), menyatakan bahwa keadilan merupakan pemberian hak kepada masyarakat dalam semua aspek kehidupan tanpa kompromi yang tidak beralasan. Keadilan juga diartikan sebagai evaluasi pendapat tentang kelayakan perlakuan seseorang terhadap orang lain (Huang&Lin, 2005). Pemahaman tentang konsep keadilan bermanfaat untuk menjelaskan reaksi masyarakat pada situasi konflik (Tax *et al.*,1998). Hal itu karena adanya perbedaan tingkat keadilan selama pelayanan akan berpengaruh terhadap keadaan emosi seseorang (Scoefer & Ennew, 2005). Konflik mulai terjadi ketika suatu pihak merasakan bahwa tujuan, sikap, nilai, perilaku dan kepercayaannya tidak

cocok dengan yang dimiliki orang lain, oleh karena itu penerapan keadilan dalam kehidupan bisa mengurangi potensi untuk konflik (Whiteman & Mamen, 2002).

Menurut Tax *et al.* (1998) nilai keadilan dalam penanganan keluhan dapat dievaluasi dari tiga variabel yaitu :

1. Keadilan Distributif

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. Keadilan distributif terutama berkaitan dengan hasil dari usaha perbaikan layanan, yaitu apa yang dilakukan penyedia layanan untuk menenangkan pelanggan yang tersinggung dan apakah hasil konsekuensi tersebut lebih dari biaya yang telah dikeluarkan oleh pelanggan (Greenberg, 1990; Gilliland, 1994 dalam Ghoniyah, 2012).

Maxham & Netemeyer (2002) menyatakan bahwa keadilan distributif berpengaruh pada kepuasan karena pemulihan jasa dan kepuasan keseluruhan. Dalam penelitiannya, Maxham dan Netemeyer menggunakan indikator untuk keadilan distributif antara lain: (1) adanya hasil yang positif meskipun menyita waktu dan (2) rasa adil yang dirasakan setelah pemulihan jasa. Goodwin dan Ross (1992) dan Tax *et al.* (1998) menemukan bahwa keadilan distributif berpengaruh terhadap kepuasan dengan penanganan komplain. Keadilan

distributif mempunyai akibat yang lebih besar dibandingkan dengan keadilan prosedural dan keadilan interaksional terhadap kepuasan pelanggan setelah pemulihan jasa, keinginan untuk membeli ulang dan loyalitas.

2. Keadilan Prosedural.

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. Loyalitas konsumen penting bagi keberlangsungan jangka panjang perusahaan terkait dengan kemampuan mereka dalam mengolah hubungan dan menarik konsumen yang dapat memberikan keuntungan. Konsumen yang bertahan (loyal) dapat meningkatkan nilai keuntungan bagi perusahaan jasa, namun apabila kegagalan layanan ini tidak berhasil di atasi dengan pemulihan layanan yang tepat maka dapat menurunkan komitmen loyalitas dari konsumen (Kau dan Loh, 2006).

Dalam jurnal yang ditulis oleh Jung & Seock (2017), Smith *et al.* (1999) melaporkan adanya pengaruh signifikan antara keadilan prosedural dengan

kepuasan setelah proses pemulihan jasa, sedangkan Tax *et al.* (1998) menyatakan bahwa ada pengaruh positif antara keadilan prosedural dengan kepuasan setelah penanganan komplain. 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.

3. Keadilan Interaksional

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. Smith *et al.* (1999) dalam Jung & Seock (2017), menemukan adanya pengaruh antara keadilan interaksional dengan kepuasan pada proses pemulihan jasa. Tax *et al.* (1998) menemukan pengaruh yang kuat antara keadilan interaksional dengan kepuasan akibat penanganan komplain. Maxham & Netemeyer (2002) 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. Mackoy (1995) dalam Ghoniyah (2012) meneliti tentang kerugian klaim konsumen dalam jasa. Mackoy menemukan bahwa kepuasan terhadap personil atau karyawan merupakan determinan penting dalam mengukur kepuasan keseluruhan. Kepuasan keseluruhan terhadap perusahaan meningkat ketika karyawan memperlakukan konsumen secara adil.

Secara empiris penelitian Aryee *et al.* (2002) dalam Albari (2013) menunjukkan keadilan distributif dan prosedural mampu berpengaruh terhadap kepuasan kerja. Sebaliknya, Kwun and Alshare (2007) serta Tax *et al.* (1998) justru berhasil membuktikan bahwa keadilan interaksional mempunyai pengaruh yang lebih baik dari pada keadilan distributif dan prosedural. Sementara itu penelitian yang dilakukan Albari (2013) menunjukkan adanya pengaruh

dimensi keadilan layanan (keadilan distributif, prosedural dan interaksional) terhadap kepuasan.

2.1.2 Kepuasan Pelanggan

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. Lovelock dan Wright (2007), berpendapat kepuasan pelanggan adalah keadaan emosional, reaksi pasca-pembelian mereka yang dapat diwujudkan dalam bentuk kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan, atau kesenangan.

Menurut Irawan (2007) kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap produk atau jasa yang telah memenuhi harapannya. Pelanggan tidak akan puas apabila pelanggan mempunyai persepsi bahwa harapannya belum terpenuhi dan sebaliknya pelanggan akan puas apabila persepsinya sama atau lebih dari yang diharapkan. Selain dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kepuasan pelanggan juga ditentukan oleh kualitas produk, kualitas pelayanan (*service quality*), harga dan faktor-faktor yang bersifat situasional (*emotional factor*).

Sifat kepuasan bersifat subjektif, namun dapat diukur melalui survei atau indeks kepuasan konsumen masyarakat. Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan

maupun ketidakpuasan konsumen semakin besar. Menurut Umar (2003) ada enam konsep yang biasa dipakai dalam mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan. Pengukuran dilakukan dengan cara menanyakan pelanggan mengenai tingkat kepuasan atas jasa yang bersangkutan serta menilai dan membandingkan dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan atas jasa yang mereka terima dari para pesaing.
2. Dimensi kepuasan pelanggan. Untuk mengukur dimensi kepuasan antara lain dilakukan dengan mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan, meminta pelanggan menilai jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik seperti kecepatan layanan atau keramahan staf pelayanan terhadap pelanggan. Selain itu, pelanggan diminta untuk menilai jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama dan menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka berada pada kelompok penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.
3. Konfirmasi harapan. Kepuasan pelanggan disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual jasa yang dijual perusahaan.
4. Minat pembelian ulang. Kepuasan pelanggan diukur berdasarkan apakah mereka akan mengadakan pembelian ulang atas jasa yang sama yang dia konsumsi.
5. Kesiediaan untuk merekomendasi. Cara ini merupakan ukuran yang penting, apalagi bagi jasa yang pembelian ulangnya relatif lama, seperti jasa pendidikan tinggi.

6. Ketidakpuasan pelanggan. Hal ini dapat dikaji misalnya dalam hal komplain, biaya garansi, *word of mouth* yang negatif, serta *defections*.

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. Penelitian yang berjudul *The Effect of Customer Satisfaction on Behavioral Intentions* menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen, maka semakin tinggi pula keinginannya untuk melakukan pembelian ulang (*repurchase intentions*) dan menginformasikan hal-hal yang positif kepada orang lain (*positive word of mouth*). Hal ini berarti bahwa semakin puas seorang konsumen, maka ia akan cenderung untuk melanjutkan membeli produk dari perusahaan yang sama dan melakukan *positive word of mouth* (Wahyuningsih & Nurdin, 2010).

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.

2.1.3 *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. Sedangkan menurut Sernovitz (2009), *word of mouth* adalah pembicaraan yang secara alami terjadi antara orang-orang dan merupakan pembicaraan konsumen asli. *Word of mouth* begitu efektif karena asal kepercayaannya adalah datang dari orang yang tidak mendapatkan keuntungan dari rekomendasi mereka.

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. Kotler (2005) menyatakan bahwa rekomendasi dari pelanggan lain biasanya dianggap lebih dipercaya ketimbang kegiatan promosi yang berasal dari perusahaan dan dapat mempengaruhi keputusan orang lain untuk menggunakan (atau menghindari) suatu jasa. Kenyataannya, makin besar resiko yang dirasakan pelanggan dalam membeli suatu jasa, makin aktif mereka mencari dan mengandalkan berita dari mulut ke mulut (*word of mouth/WOM*) untuk membantu mengambil keputusan mereka. Konsumen yang kurang informasi mengenai suatu jasa lebih bergantung kepada *WOM* ketimbang pelanggan yang sudah paham.

2.2 PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian yang menguji Pengaruh Dimensi Keadilan terhadap Kepuasan dan *Word of Mouth* masih sedikit dilakukan. Hasil-hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan dimensi keadilan pelayanan, kepuasan dan *word of mouth* sebagai berikut:

2.2.1 Penelitian Jung & Seock (2017)

Penelitian yang dilakukan oleh Jung & Seock (2017) yang berjudul “*Effect of Service Recovery on Customers Perceived Justice, Satisfaction, and Word of Mouth Intentions on Online Shopping Websites*” bertujuan untuk menguji perbedaan jenis pemulihan layanan (permintaan maaf, kompensasi, dan keduanya permintaan maaf dan kompensasi) atas keadilan yang dirasakan pelanggan, kepuasan pasca pemulihan, dan niat *word of mouth* (WOM) pelanggan terhadap situs belanja *online*. Tiga jenis pemulihan layanan (dimensi keadilan layanan) dalam penelitian ini sebagai variabel independen, sedangkan persepsi konsumen, kepuasan pasca layanan dan WOM sebagai variabel dependen. Sebelum melakukan survei utama, dilakukan uji pretest untuk mengukur reliabilitas dan efektifitas daftar pertanyaan kepada 30 responden kemudian dilakukan survei utama kepada 368 responden. Pengambilan sampel dilakukan secara random. Analisis varians multivariat (MANOVA) dilakukan untuk menguji perbedaan persepsi keadilan pelanggan pada tiga jenis layanan pemulihan, sedangkan analisis regresi dilakukan untuk menguji hubungan antara persepsi keadilan, kepuasan pasca pemulihan, dan intensitas WOM. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi keadilan, kepuasan, dan melakukan WOM. Persepsi konsumen terhadap jenis pemulihan layanan keadilan distributif dan interaksional berbeda. Hasilnya menyiratkan bahwa konsumen merespons secara berbeda jenis pemulihan layanan. Konsumen sangat menyukai jenis pemulihan layanan berupa permintaan maaf di antara jenis pemulihan layanan lainnya.

Kesamaan dengan penelitian yang dilakukan Jung and Seock (2017) yaitu pada variabel independen yang digunakan dan variabel yang terpengaruh (keadilan layanan, kepuasan dan *word of mouth*). Perbedaan terdapat pada teknik pengambilan sampel, Jung and Seock menggunakan *random sampling*, sedangkan peneliti menggunakan *purposive sampling*. Selain itu teknis analisis data yang digunakan oleh Jung and Seock yaitu Manova dan analisis regresi sedangkan peneliti menggunakan SEM/AMOS.

2.2.2 Penelitian Ammari & Bilgihan (2017)

Penelitian Bilgihan & Ammari (2017) yang berjudul "*The Effects of Distributive, Procedural and Interactional Justice on Customer Retention: an Empirical Investigation in The Mobile Telecom Industry in Tunisia*" bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi keadilan yang dirasakan (yaitu distributif, prosedural dan interaksional) terhadap kepuasan dan retensi pelanggan industri telekomunikasi seluler di Tunisia. Penelitian ini menggunakan keadilan distributif, prosedural dan interaksional sebagai variabel independen, kepuasan sebagai variabel mediator dan retensi pelanggan sebagai variabel dependen. Pengambilan data dilakukan secara *stratified random sampling*.

Jumlah sampel melibatkan 520 responden pengguna telekomunikasi seluler. Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan antara keadilan yang dirasakan (yaitu distributif, prosedural dan interaksional) terhadap kepuasan dan retensi pelanggan. Dampak yang paling kuat berpengaruh terhadap kepuasan dan retensi pelanggan yaitu keadilan distributif.

Kesamaan dengan penelitian Ammari & Bilgihan (2017) yaitu pada variabel independen (dimensi keadilan layanan distributif, prosedural, interaksional) serta teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM). Perbedaan terdapat pada variabel yang terpengaruh, peneliti menggunakan *word of mouth*, sedangkan Ammari & Bilgihan (2017) menggunakan retensi pelanggan. Selain itu teknik pengambilan sampel juga berbeda, Ammari & Bilgihan (2017) menggunakan *stratified random sampling* sedangkan peneliti menggunakan *purposive sampling*.

2.2.3 Penelitian Migacz *et al.* (2017)

Penelitian yang dilakukan oleh Migacz *et al.* (2017) yang berjudul “*The “Terminal” Effects of Service Failure on Airlines: Examining Service Recovery with Justice Theory*” bertujuan mengetahui pengaruh pemulihan layanan berdasarkan pada tiga dimensi teori keadilan (keadilan interaktif, keadilan prosedural, dan keadilan distributif) terhadap kepuasan, *word of mouth*, dan loyalitas pelanggan/penumpang maskapai penerbangan. Dalam penelitian ini, dimensi keadilan (distributif, prosedural, dan interaksional) merupakan variabel

antesenden dan kepuasan pelanggan, *word of mouth*, dan loyalitas adalah variabel dependen. Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan 157 responden dengan metode *stratified random sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis multivariat varians (MANOVA) dan uji t. Hasil analisis data yang dilakukan oleh Migacz *et al.* (2017) menyimpulkan bahwa pemulihan layanan berdasarkan pada dimensi keadilan distributif, keadilan prosedural dan keadilan interaksional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, *word of mouth* dan loyalitas pelanggan. Pada penelitian ini dimensi keadilan yang berpengaruh kuat terhadap kepuasan, *word of mouth* dan loyalitas pelanggan adalah keadilan distributif.

Kesamaan dengan penelitian yang dilakukan Migacz *et al.* (2017) adalah variabel eksogen yang digunakan yaitu dimensi keadilan layanan (distributif, prosedural, dan interaksional) sedangkan variabel endogen diantaranya terdapat *word of mouth*. Perbedaannya terdapat pada teknik analisis data. Migacz *et al.* (2017) menggunakan analisis multivariat varians (MANOVA) dan uji t, sedangkan peneliti menggunakan analisis data SEM/AMOS.

2.2.4 Penelitian Albari (2013)

Penelitian yang dilakukan oleh Albari (2013) yang berjudul “Pengaruh Dimensi Keadilan Layanan Terhadap Minat Berperilaku Ulang” bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi keadilan layanan suatu organisasi terhadap minat berperilaku ulang masyarakat. Dalam penelitian ini, dimensi keadilan (distributif, prosedural, dan interaksional) merupakan variabel antesenden dan minat

berperilaku ulang adalah variabel dependen. Sementara itu sebagai variabel mediator adalah kepuasan dan keluhan. Jumlah sampel sebanyak 290 responden. Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) dan program pengolah data AMOS. Pengambilan sampel dilakukan dengan pendekatan *convenience sampling*. Setelah melalui proses uji validitas dan reliabilitas, hasil analisis data menunjukkan bahwa perlakuan layanan dengan dimensi keadilan (distributif, prosedural, dan interaksional) mampu menjadi variabel anteseden untuk minat berperilaku ulang, baik secara langsung maupun tidak langsung. Selain itu variabel kepuasan dan keluhan berhasil menjadi variabel mediator antara dimensi keadilan dengan minat berperilaku ulang.

Kesamaan dengan penelitian Albari (2013) adalah kesamaan pada variabel anteseden atau variabel eksogen yang digunakan yaitu dimensi keadilan layanan (distributif, prosedural, dan interaksional). Teknik analisis data juga menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) dan program pengolah data AMOS. Perbedaannya yaitu variabel endogen yang digunakan peneliti adalah *word of mouth*, sedangkan penelitian Albari menggunakan minat berperilaku ulang. Disamping itu teknik pengambilan sampel yang dilakukan oleh Albari menggunakan pendekatan *convenience sampling*, sedangkan peneliti menggunakan *purposive sampling*.

2.2.5 Penelitian Badawi (2012)

Badawi (2012) mengadakan penelitian tentang “Peran Emosi Memediasi Keadilan Distributif, Prosedural dan Interaksional Terhadap Kepuasan Pemulihan

Layanan”. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui peranan keadilan distributif, keadilan prosedural, dan keadilan interaksional pada pemulihan jasa layanan dan emosi pelanggan terhadap kepuasan pemulihan layanan, dimana peranan emosi memediasi pengaruh keadilan distributif, keadilan prosedural, dan keadilan interaksional pada kepuasan pelanggan pada rumah makan se-wilayah Cirebon. Penelitian ini menggunakan keadilan distributif, keadilan prosedural, keadilan interaksional sebagai variabel independen, emosi sebagai variabel mediasi dan kepuasan pemulihan layanan sebagai variabel dependen. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability* yaitu menggunakan *accidental sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 110 yang dibagi pada rumah makan di wilayah Cirebon. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. data yang terkumpul dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan teknis analisis SEM (*Structur Equation Modelling*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keadilan distributif, prosedural, dan interaksional pada penanganan komplain berpengaruh negatif terhadap emosi, emosi negatif dapat meningkatkan kepuasan penanganan complain. Keadilan distributif dan prosedural pada penanganan komplain tidak berpengaruh terhadap kepuasan penanganan komplain, emosi dapat memediasi pengaruh antara keadilan terhadap kepuasan penanganan complain.

Kesamaan dengan penelitian Badawi (2012) adalah terdapat pada kesamaan variabel independen yang digunakan yaitu dimensi keadilan layanan (distributif, prosedural, dan interaksional). Teknis analisis data juga

menggunakan SEM (*Structur Equation Modelling*). Perbedaannya yaitu variabel dependen yang digunakan Badawi adalah kepuasan pemulihan layanan dengan emosi sebagai mediator, sedangkan peneliti menggunakan kepuasan sebagai variabel intervening dan *word of mouth* sebagai variabel dependen. Disamping itu teknik pengambilan sampel yang dilakukan oleh Badawi menggunakan *non probability* yaitu menggunakan *accidental sampling*, sedangkan peneliti menggunakan *purposive sampling*.

2.2.6 Penelitian Kim *et al.* (2009)

Kim, at al. (2009) melakukan penelitian mengenai “*The effects of Perceived Justice on Recovery Satisfaction, Trust, Word of Mouth, and Revisit Intention in Upscale Hotels*” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi keadilan pemulihan layanan terhadap perilaku dari pelanggan. Penelitian ini secara spesifik mengkaji kepercayaan, *Word of Mouth* (WOM) dan niat menginap kembali yang dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan atas persepsi dari pemulihan layanan yang dilakukan oleh hotel berbintang. Penelitian ini menggunakan dimensi keadilan layanan distributif, prosedural, interaksional sebagai variabel eksogen, sedangkan kepuasan pemulihan layanan, kepercayaan, *word of mouth* (WOM), dan minat ulang/kunjungan kembali sebagai variabel endogen. Pengambilan data dilakukan secara *random sampling*. Dari kuesioner yang dibagikan kepada 478 responden tamu hotel di Seoul Korea, diperoleh 451 kuesioner untuk dianalisis datanya. Teknik analisis data menggunakan analisis faktor konfirmatori (CFA) dan analisis jalur. Hasil analisis data yang dilakukan oleh Kim *et al.* (2009) menunjukkan bahwa tiga dimensi keadilan (distributif,

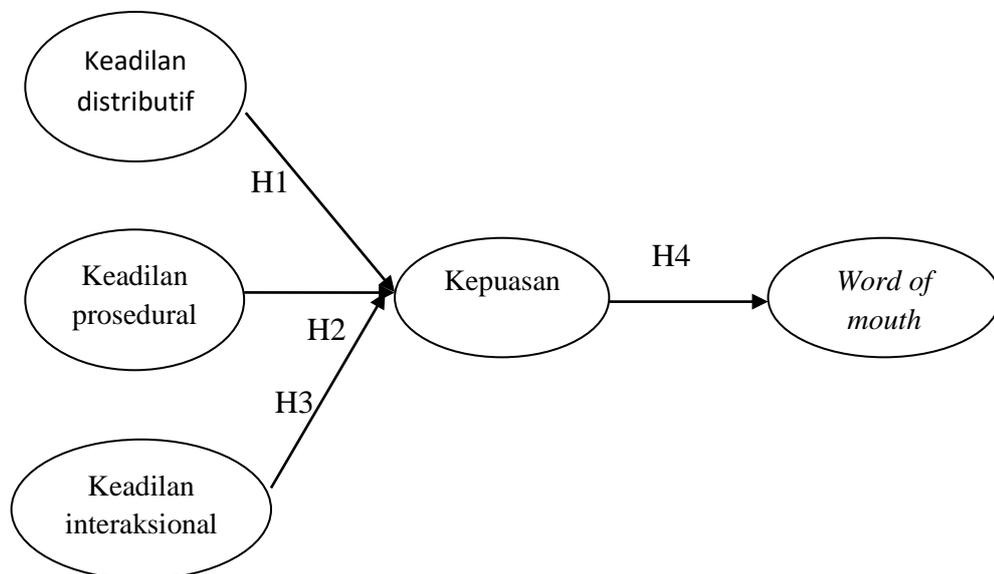
prosedural dan keadilan interaksional) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pasca penanganan keluhan. Kepuasan pasca penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan, *WOM* dan niat menginap kembali.

Kesamaan dengan penelitian oleh Kim *et al.* (2009) adalah variabel eksogen yang digunakan yaitu dimensi keadilan layanan (distributif, prosedural, interaksional), dan variabel endogen diantaranya terdapat *word of mouth*. Selain itu analisis data terdapat kesamaan menggunakan faktor konfirmatori (CFA) dan analisis jalur. Perbedaannya terdapat pada variabel eksogen yang dilakukan Kim *et al.* (2009) lebih terfokus pada dimensi keadilan untuk pemulihan layanan, sedangkan peneliti lebih mengarah pada dimensi keadilan untuk layanan. Kim *et al.* (2009) melakukan pengambilan data secara *random sampling* sedangkan peneliti menggunakan *purposive sampling*.

2.3 KERANGKA KONSEP PENELITIAN

Kerangka konsep penelitian didasarkan pada pemikiran bahwa kepuasan pelanggan (mahasiswa) dipengaruhi oleh persepsi pada tiga aspek keadilan layanan yang diberikan oleh manajemen organisasi. Keadilan yang dimaksud adalah keadilan distributif, prosedural dan interaksional. Kepuasan yang telah muncul dari mahasiswa tentunya akan membangkitkan positif *word of mouth* (WOM).

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 2.1.



Gambar 2.1 Kerangka Konsep Penelitian

2.4 HIPOTESIS PENELITIAN

Berdasarkan kerangka konsep penelitian yang mengacu pada penelitian sebelumnya dan teori-teori, maka disusunlah hipotesis penelitian sebagai berikut.

2.4.1 Hubungan Dimensi Keadilan Layanan Terhadap Kepuasan

Tax *et al.* (1998) mendefinisikan keadilan distributif sebagai perasaan konsumen karena mereka telah diperlakukan secara adil dalam mendapatkan hasil pemulihan jasa atau perilaku komplain. Maxham dan Netemeyer (2002) menyatakan bahwa keadilan distributif berpengaruh pada kepuasan karena pemulihan jasa dan kepuasan keseluruhan. Secara keseluruhan penelitian yang dilakukan oleh Seock & Jung (2017), Migacz *et al.* (2017), Ammari & Bilgihan (2017) dan Kim *et al.* (2009) menunjukkan bahwa kepuasan dipengaruhi oleh tiga dimensi keadilan (distributif, prosedural dan interaksional), namun yang mempunyai pengaruh kuat terhadap kepuasan adalah keadilan distributif.

Sebaliknya, Kwun and Alshare (2007, Tax *et al.* (1998) dan Karatepe, (2006) dalam Kim *et al.* (2009), justru berhasil membuktikan bahwa keadilan interaksional mempunyai pengaruh yang lebih baik dari pada keadilan distributif dan prosedural. Penelitian yang dilakukan oleh Badawi (2012) pada 110 responden rumah makan yang mengalami 5 kali kegagalan layanan minimum menemukan bahwa keadilan interaksional pada penanganan komplain mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan penanganan komplain. Artinya bahwa semakin besar keadilan interaksional yang dirasakan

maka akan semakin tinggi kepuasan penanganan komplain, dan sebaliknya jika semakin rendah keadilan interaksional yang dirasakan oleh pelanggan maka semakin rendah kepuasan penanganan komplain tersebut. Jika pelanggan merasa diperlakukan secara adil berkaitan dengan interaksi personal mereka dengan penyedia jasa sepanjang pemulihan layanan maka kepuasan pelanggan akan tercapai secara baik (Maxam III dan Netemeyer, 2002).

Dalam jurnal Jung & Seock (2017), Smith *et al.* (1999) melaporkan terdapat pengaruh signifikan antara keadilan prosedural dengan kepuasan setelah proses pemulihan jasa, sedangkan Tax *et al.* (1998) menyatakan bahwa ada pengaruh positif antara keadilan prosedural dengan kepuasan setelah penanganan komplain. Namun 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.

Secara empiris penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Blodgett *et al.* (1997) dan Smith *et al.* (1999) dan Albari (2013) menunjukkan bahwa adanya pengaruh dimensi keadilan layanan (keadilan distributif, prosedural dan interaksional) terhadap kepuasan. Subungan dengan itu, maka dikemukakan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Keadilan distributif berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan mahasiswa

H2 : Keadilan prosedural berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan mahasiswa.

H3 : Keadilan interaksional berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan mahasiswa

2.4.2 Hubungan Kepuasan Terhadap *Word of Mouth* (WOM)

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*). Penelitian yang dilakukan Paludi dan Salman (2016) menyimpulkan bahwa hingga taraf dan konten tertentu, WOM memiliki kaitan dengan kepuasan. Pelanggan yang memiliki pandangan kuat akan suatu jasa cenderung lebih vokal menceritakan pengalaman mereka ketimbang yang biasa-biasa saja, dan pelanggan yang benar-benar tidak puas akan bersuara jauh lebih keras ketimbang suara pelanggan yang puas. Menariknya, bahkan pelanggan yang awalnya tidak puas dengan suatu jasa dapat menyebarkan WOM positif apabila mereka puas dengan cara perusahaan melakukan pemulihan layanan.

Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh Migacz *et al.* (2017) menyimpulkan bahwa pemulihan layanan berdasarkan pada dimensi keadilan distributif, keadilan prosedural dan keadilan interaksional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, *word of mouth* dan loyalitas pelanggan. Semakin tinggi *customer satisfaction* akan meningkatkan *word of mouth* dan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian Seock and Jung (2017) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi keadilan, kepuasan,

dan niat WOM. Hal yang sama ditunjukkan dalam penelitian Kim *et al.* (2009) yaitu bahwa keadilan distributif, keadilan prosedural dan keadilan interaksional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pasca penanganan keluhan. Kepuasan pasca penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan, *WOM* dan niat menginap kembali.

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H4: Kepuasan berpengaruh positif terhadap perilaku *word of mouth*

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 LOKASI PENELITIAN

Lokasi penelitian dilakukan di Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, dengan sasaran mahasiswa UGM pengguna layanan

3.2 POPULASI DAN SAMPEL

Populasi atau *universe* adalah jumlah keseluruhan dari unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga dan populasi yang dipilih erat hubungannya dengan masalah yang dipelajari. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Gadjah Mada.

Sampel adalah sebagian anggota dari populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi. Jumlah sampel responden mahasiswa dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Slovin dalam Umar (2005), yaitu:

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

keterangan :

n = jumlah sampel

N = ukuran populasi

e = presentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang masih bisa ditolerir (10%).

Jumlah mahasiswa UGM saat ini sebanyak 55.000 mahasiswa. Dengan rumus Slovin tersebut diperoleh jumlah sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini adalah 99,81. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan adalah 220 responden, sedangkan teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah dengan *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini yang menjadi pertimbangan adalah responden yang pernah melakukan layanan di Direktorat Kemahasiswaan UGM.

3.3 VARIABEL DAN DEFINISI VARIABEL PENELITIAN

3.3.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek, orang atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan di tarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008). Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Variabel Eksogen

Variabel eksogen (*independent variable*) adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono,2008).

Dalam penelitian ini variabel eksogen yang digunakan yaitu:

- 1) Keadilan distributif (*distributive justice*)
- 2) Keadilan interaksional (*interactional justice*)
- 3) Keadilan prosedural (*procedural justice*)

b. Variabel *intervening*

Variabel *intervening* adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan, tetapi tidak dapat diamati dan diukur (Sugiyono,2008). Variabel ini terletak diantara variabel eksogen dan endogen. Variabel *intervening* yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan.

c. Variabel Endogen

Variabel endogen (*dependent variable*) atau variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Pada penelitian ini sebagai variabel endogen adalah *word of mouth* (WOM).

3.3.2 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau pun memberikan operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Pada penelitian ini definisi operasionalnya meliputi:

1. Keadilan distributif

Keadilan distributif berhubungan dengan pembagian suatu produk atau jasa dan keputusan yang di ambil terkait dengan pelayanan yang diberikan. Pada dasarnya keadilan distributif (*distributive justice*) dapat dilihat dari hasil yang diterima oleh konsumen yakni apakah mereka mendapatkan perlakuan yang sama (adil). Variabel ini diukur menggunakan empat indikator sebagai berikut:

- a. Hasil pelayanan yang baik
- b. Pelayanan yang sama dengan orang lain
- c. Pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan
- d. Pelayanan dengan tepat

2. Keadilan prosedural

Keadilan prosedural berkaitan dengan keadilan prosedur yang digunakan dalam pengambilan keputusan. 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. Variabel ini diukur menggunakan tujuh indikator sebagai berikut:

- a. Mendapat informasi peraturan/prosedur pelayanan dengan baik
- b. Mendapat pelayanan yang sesuai dengan peraturan/prosedur
- c. Mendapat prosedur pelayanan yang layak
- d. Mendapat prosedur pelayanan yang nyaman
- e. Mendapat prosedur pelayanan sesuai dengan waktu kerja yang ditentukan
- f. Mendapat prosedur pelayanan yang cepat
- g. Mendapat prosedur pelayanan yang sesuai dengan urutannya

3. Keadilan interaksional

Keadilan interaksional yaitu atribut yang mengfokuskan pada kelakuan atau respon yang ditujukan oleh perusahaan ketika berhadapan dengan konsumen

yang mengajukan komplain. Keadilan interaksional merupakan persepsi keadilan yang diukur dari sikap representatif organisasi dan interaksi personal dalam menangani komplain, meliputi *explanation, honesty, politeness, effort,* dan *emphaty* (Tax *et al.*, 1998). Variabel ini diukur menggunakan enam indikator sebagai berikut:

- a. Pegawai melayani dengan sopan
- b. Pegawai melayani dengan jujur
- c. Pegawai melayani dengan suasana yang akrab
- d. Pegawai menjawab pertanyaan dengan lengkap
- e. Pegawai melayani dengan penuh kesungguhan
- f. Pegawai membuat pengurusan kepentingan terasa mudah

4. Kepuasan mahasiswa

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). Variabel ini diukur menggunakan empat indikator sebagai berikut:

- a. Merasa puas mendapat hasil pelayanan
- b. Merasa puas terhadap cara memberikan pelayanan
- c. Merasa puas atas perlakuan pelayanan dari pegawai
- d. Merasa puas atas keadilan pelayanan yang sama

5. *Word of mouth* (WOM)

Word of mouth diartikan sebagai komunikasi perseorangan baik secara lisan, tertulis maupun elektronik yang terkait dengan nilai dan pengalaman dari pembelian atau penggunaan suatu produk atau jasa (Kotler dan Keller, 2009).

WOM juga dikenal sebagai komunikasi informal yang merupakan proses dua arah dan bersifat interpersonal. Variabel ini diukur menggunakan tiga indikator sebagai berikut:

- a. Penyampaian berita/pengalaman layanan kepada pihak lain
- b. Menulis pengalaman pelayanan yang dilakukan organisasi di media cetak
- c. Menyebut pengalaman pelayanan di jejaring sosial seperti *facebook*, *twitter* atau media elektronik lainnya.

3.4 METODE PENGUMPULAN DATA

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

3.4.1 Data Primer

Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner pada responden (mahasiswa). Pengambilan data melalui kuesioner dilakukan sesaat ketika mahasiswa selesai mengurus kepentingannya. Kuesioner adalah metode pengumpulan data dimana penulis mengajukan daftar pernyataan yang diberikan kepada responden secara langsung. Pernyataan dalam kuesioner yang digunakan peneliti bersifat tertutup, artinya alternatif jawaban sudah disediakan. Responden tinggal memilih 1 dari 5 pilihan terhadap pernyataan yang diajukan. Penilaian

jawaban responden menggunakan skala Likert 5 point, yang menunjukkan tingkat kesesuaian responden terhadap pernyataan yang diajukan ke dalam skala 1 (sangat tidak setuju) sampai skala 5 (sangat setuju). Adapun kategori dari penilaian skala Likert adalah sebagai berikut:

Sangat setuju : 5

Setuju : 4

Kurang setuju : 3

Tidak setuju : 2

Sangat tidak setuju : 1

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan adalah data yang diperoleh melalui laporan tahunan Direktorat Kemahasiswaan UGM, serta studi kepustakaan. Studi kepustakaan merupakan metode pengumpulan data dengan cara mempelajari literatur-literatur yang relevan dengan penelitian guna memperoleh gambaran teoritis mengenai konsep dimensi keadilan pelayanan, kepuasan dan *word of mouth*.

3.5 UJI INSTRUMEN PENELITIAN

Suatu instrumen (kuesioner) yang telah selesai dibuat, sebelum digunakan untuk mengumpulkan data harus dilakukan pengujian instrumen sehingga instrumen dinyatakan valid dan reliabel. Suatu penelitian akan menghasilkan kesimpulan yang bias jika datanya kurang handal dan valid. Jadi, instrumen yang

handal harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan handal atau *reliable* (Ghozali, 2014).

3.5.1 Uji Validitas

Tujuan dilakukan uji validitas adalah untuk mengetahui ketepatan alat. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam hal ini pengujian validitas dilakukan dengan komputer program SPSS.

Validitas dapat diukur dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel, yaitu dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-k$, dimana (n) adalah jumlah sampel penelitian. Dalam pengambilan keputusan untuk menguji validitas indikatornya adalah:

1. Jika r hitung $>$ r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid atau $sig < 0,05$
2. Jika r hitung $<$ r tabel maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid atau $sig > 0,05$

Uji validitas digunakan untuk mengetahui antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti sehingga dapat diperoleh hasil penelitian yang valid. Uji validitas *product moment pearson correlation* menggunakan prinsip mengkorelasi atau menghubungkan antara masing-masing skor item dengan skor total yang diperoleh dalam penelitian.

Dalam pengambilan keputusan untuk menguji validitas indikatornya adalah dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{Tabel} , jika $r_{hitung} > r_{Tabel}$ dan nilai positif maka item atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui tingkat reliabilitas data yang dihasilkan oleh suatu instrumen artinya menunjukkan kestabilan hasil pengukuran bila alat tersebut digunakan pada kelompok yang berbeda. Menurut Supranto (2006), untuk mengukur reliabilitas kuisioner dapat menggunakan teknik *Alpha Cronbach*, yaitu :

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

r = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pertanyaan

σ_t^2 = Ragam total

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah ragam butir

Rumus ragam yang digunakan:

$$\sigma = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

Keterangan :

n = Jumlah responden

X = Nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomer-nomer butir pertanyaan)

Supranto (2006) menyatakan bahwa nilai reliabilitas terbagi dalam beberapa kriteria, yaitu : $\alpha > 0.9$ artinya sempurna (*excellent*), $0,9 > \alpha > 0.8$ artinya baik (*good*), $0,8 > \alpha > 0.7$ artinya dapat diterima (*acceptable*), $0,7 > \alpha > 0.6$ artinya diragukan (*questionable*), $0,6 > \alpha > 0.5$ artinya lemah (*poor*), $\alpha < 0.5$ artinya tidak dapat diterima (*inacceptable*).

3.6 TEKNIS ANALISIS DATA

3.6.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menganalisis data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang umum dan berlaku untuk generalisasi. Analisis deskriptif dimaksudkan untuk mengetahui karakteristik dan tanggapan responden terhadap item-item pertanyaan dalam kuesioner. Pada teknik analisis ini seluruh variabel yang diteliti dideskripsikan dengan menggunakan nilai rata-rata dan presentase dari skor jawaban responden. Analisis persentase dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS versi 23 (Ghozali, 2014).

3.6.2 Hubungan Sebab-Akibat/Pengaruh SEM

Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Struktural Equation Model* (SEM), dengan pendekatan dua langkah (*two-step approach*), yakni pengujian model *confirmatory factor analysis* (CFA), serta pengujian model struktural. Pemilihan metode SEM berangkat dari argumentasi bahwa metode ini dapat

melakukan pengujian hubungan lebih dari satu dependensi dalam suatu rangkaian model penelitian secara serentak. SEM dapat menilai properti pengukuran sekaligus menguji hubungan teoritis kunci (*teoritical-key*) dalam hanya satu teknik (Hair *et al.*, 2010). Pada penelitian ini peneliti menggunakan perangkat lunak SPSS AMOS. Dalam menggunakan SEM terdapat beberapa asumsi, sebagai berikut:

1. Ukuran sampel

Ukuran sampel minimum yang disarankan dalam penggunaan SEM adalah sebanyak 100 atau menggunakan perbandingan 5 – 10 kali jumlah observasi untuk setiap *estimated parameter* atau indikator yang dipakai.

2. Normalitas dan linearitas . Normalitas dapat diuji melalui gambar histogram data. Uji linearitas dapat dilakukan melalui *scatterplots* dari data yaitu dengan memilih pasangan data dan dilihat pola penyebarannya untuk menduga ada tidaknya linearitas.

3. *Outliers*

Outliers merupakan observasi dengan nilai-nilai ekstrim baik secara univariate maupun multivariate yang muncul karena kombinasi karakteristik unik yang dimilikinya dan terlihat sangat jauh berbeda dari observasi lainnya.

4. Multikolinearitas dan singularitas

Nilai determinan matriks kovarians yang sangat kecil memberikan indikasi adanya problem multikolinearitas atau singularitas. *Treatment* yang dilakukan adalah dengan mengeluarkan variabel yang menyebabkan multikolinearitas atau singularitas tersebut.

Dalam buku *Structural Equation Modelling* (Ghozali dan Fuad, 2005), terdapat pernyataan dari Bagozzi dan Fornell (1982) bahwa *structural equation modelling* atau model persamaan struktural yaitu generasi kedua teknik analisis multivariate yang memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antara variabel yang kompleks baik *recursive* maupun *nonrecursive* untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai keseluruhan model. SEM dapat menguji bersama-sama :

a. Uji Konfirmatori

Uji konfirmatori atau sering disebut Confirmatory Factor Analysis (CFA) digunakan untuk menguji dimensionalitas suatu konstruk, yaitu melakukan pengukuran model (*measurement model*) untuk menguji validitas dan reliabilitas dari indikator-indikator pembentuk konstruk laten tersebut.

Suatu konstruk dapat berbentuk unidimensional atau multidimensional. Untuk melakukan CFA terdapat perbedaan, dimana bentuk unidimensional dapat dilakukan dengan *First Order Confirmatory Factor Analysis*, dan bentuk multidimensional dapat dilakukan dengan *Second Order Confirmatory Factor Analysis*.

b. Uji Goodness of Fit (GoF) Struktural

Kita harus mengetahui asumsi dalam SEM, yaitu asumsi yang berkaitan dengan model dan asumsi yang berkaitan dengan pendugaan parameter dan pengujian hipotesis. Secara garis besar uji ini ada 3 (tiga) ukuran yang bersifat absolut (*absolute fit measure*), komperatif (*incremental fit measure*) dan parsimoni (*parsimonious fit measure*).

- 1) *Absolut Fit Measure Model*, terdiri dari tiga pengujian antara lain:
 - χ^2 – *Chi-Square statistic*, semakin kecil nilai χ^2 semakin baik model itu, dan diterima berdasarkan probabilitas dengan *cut-off value* sebesar $p > 0,05$ atau $p > 0,010$.
 - GFI (*Goodness of fit Index*), merupakan ukuran *non statistical* yang mempunyai rentang nilai antara 0 sampai dengan 1. Nilai yang tinggi dalam indeks ini menunjukkan sebuah “*better fit*”.
 - CMIN/DF (*The Minimum Sample Discrepancy Function Devided with Degree of Freedom*), merupakan statistic *chisquare* X^2 dibagi *degree of freedom*-nya sehingga disebut X^2 relatif. Bila nilai *chisquare* relatif kurang dari 2,0 atau 3,0 adalah indikasi dari *acceptable fit* antara model dan data.

- 2) *Incremental Goodness of Fit* yang terdiri dari dua pengujian, antara lain:
 - TLI (*Tucker Lewis Indeex*), merupakan *incremental index* yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah *baseline* model, dimana sebuah model $\geq 0,95$ dan nilai yang mendekati 1 menunjukkan *a very good fit*.
 - AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*), merupakan kriteria yang memperhitungkan proporsi tertimbang dari varian dalam sebuah matrik kovarian sampel. Tingkat penerimaan yang direkomendasi adalah bila AGNI mempunyai nilai sama dengan atau lebih besar dari 0,90.

3) *Parsimony Goodness of Fit* diukur dengan dua pengujian, yaitu:

- PNFI (*Parsimonious Normal Fit Index*) tingkat kesesuaian yang diharapkan untuk PNFI sebesar 0,60 sampai 0,90.
- PGFI (*Parsimonious Goodness Fit Index*) tingkat kesesuaian yang diharapkan untuk PGFI berkisar antara 0 sampai 1,0.

Tabel 3.1
Indeks Pengujian Kelayakan Model

<i>Goodness of Fit Indeks</i>	<i>Cut-off Value</i>
Chi – Square	Diharapkan kecil
Probability	
RMSEA	≥ 0.05
GFI	≤ 0.08
AGFI	≥ 0.90
CMIN / DF	≥ 0.90
TLI	≤ 0.20
CFI	$\geq 0,95$
NFI	$\leq 0,90$

Sumber: SEM dalam Penelitian Manajemen (Ferdinand, 2006)

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menguraikan hasil penelitian mengenai ada tidaknya pengaruh dari keadilan distributif, keadilan prosedural, dan keadilan interaksional terhadap kepuasan, dan perilaku *word of mouth* pada mahasiswa Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. Dari hasil sebaran lebih dari 200 kuesioner kepada mahasiswa UGM, diperoleh jawaban kuesioner lengkap sebanyak 222 mahasiswa. Dengan demikian, data penelitian yang lengkap didapatkan dari subyek penelitian yang terdiri dari 222 responden. Analisis data dan pembahasan hasil penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

4.1 ANALISIS DESKRIPTIF

4.1.1 Deskripsi Kegiatan

Universitas Gadjah Mada sebagai perguruan tinggi, mempunyai tugas menyelenggarakan dan melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Di samping tugas tersebut, Universitas Gadjah Mada juga menyelenggarakan, melaksanakan, dan memberikan layanan bidang kemahasiswaan yang meliputi Pelatihan Pembelajar Sukses bagi Mahasiswa Baru (PPSMB), Pengembangan *Soft Skills*, Program Mahasiswa Wirausaha (PMW), Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) dan Fasilitas Penunjang Kegiatan, Pelayanan Beasiswa, Anti NAPZA, Penanganan dan Pembinaan Mahasiswa Bermasalah, Pembentukan dan Pembinaan Komunitas, Kompetisi/Kejuaraan. Direktorat Kemahasiswaan (Ditmawa) UGM

adalah unit kerja di lingkungan Universitas yang mengurus berbagai aktivitas kemahasiswaan dan kesejahteraan mahasiswa tersebut.

Mengacu pada tugas yang diemban dalam bidang kemahasiswaan, Direktorat Kemahasiswaan Universitas Gadjah Mada dituntut untuk selalu mampu menyelenggarakan, melaksanakan, dan memberikan layanan yang baik dan berkualitas, dalam artian layanan yang memuaskan mahasiswa. Data pelayanan kepada mahasiswa dalam satu tahun terakhir (Tahun 2017) dijelaskan dalam Tabel 4.1 berikut ini.

Tabel 4.1
Data Pelayanan Kepada Mahasiswa di Direktorat Kemahasiswaan Tahun 2017

No.	Jenis Pelayanan Mahasiswa	Uraian Kegiatan	Frekuensi Pelaksanaan	Jumlah Mahasiswa
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	Minat dan bakat (ekstra kurikuler)	Minat dan bakat dilaksanakan melalui Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) dengan perincian: 1. Olahraga 20 UKM 2. Seni 9 UKM 3. Kerohanian 5 UKM 4. Khusus 10 UKM 5. FORKOM 1 UKM 6. BEM KM 1 UKM	Harian	54 UKM 200 Himpunan Mahasiswa
2.	Pembinaan <i>soft skills</i>	1. <i>Training of Trainer</i> (TOT) bagi fasilitator PPSMB di fakultas	2 hari/tahun	210 mahasiswa
		2. PPSMB	6 hari/tahun	PPSMB : 9200 mahasiswa
		3. Dharma Bakti Kampus	1 kegiatan	188 mahasiswa
		4. Penerimaan Mahasiswa dan Kuliah Perdana Pascasarjana	1 hari	3318 mahasiswa
		5. Lomba Pengembangan Karakter - Lomba Blog dan Iklan Layanan Sosial Masyarakat	1 kegiatan	5449 blog

		6. Lomba Pengembangan Karakter - Debat SADEWA (Sasana Debat mahasiswa)	11 kegiatan	105 mahasiswa
		7. Penyelenggaraan Program <i>Pelatihan Public Speaking</i> dan Keprotokolan bagi Mahasiswa	2 kegiatan	108 mahasiswa
		8. Diklat kader anti penyalahgunaan napza	1 kegiatan	125 Mahasiswa
		9. Seminar Anti Minuman Keras	1 kegiatan	133 mahasiswa
		10. Penerimaan Mahasiswa Baru dan Pendampingan Tim Teknis Mahasiswa	3 hari	708 mahasiswa
		11. Sahabat Percepatan Pengembangan Kepemimpinan Mahasiswa	1 kegiatan	158 mahasiswa
		12. Pelatihan <i>Special Management Skills (SMS)</i> .	1 hari	140 mahasiswa
		13. Pelatihan <i>Advance Thinking Skills</i>	1 hari	137 mahasiswa
		14. Pelatihan <i>Leadership Camp-Leadership Attitude (LA-LC)</i>	1 kegiatan	158 mahasiswa
		15. Program Mahasiswa Wirausaha	1 kegiatan	103 mahasiswa (32 usaha)
		16. Klinik Kewirausahaan	8 kegiatan	103 mahasiswa (32 usaha)
		17. <i>Entrepreneurship Event</i>	1 kegiatan	103 mahasiswa (32 usaha)
		18. <i>Bootcamp dan Training Center</i> Kompetisi Mahasiswa	12 bulan	20 komunitas
		19. Program <i>Peer Counselor</i>	12 bulan	102 <i>counselor</i> sebaya 567 peserta konseling
		20. Pembinaan mahasiswa baru penerima Bidikmisi dan <i>on going</i>	1 kegiatan	5000 mahasiswa
		21. Pembinaan dan Peningkatan Kompetensi Mahasiswa	1 kegiatan	63 mahasiswa

3.	Beasiswa	Pelayanan proses pendaftaran, seleksi, pencairan dana beasiswa dan pembinaan mahasiswa.	1 kegiatan	12.212 mahasiswa
4.	Lainnya	1. Pendampingan PIMNAS	15 kegiatan	1445 mahasiswa
		2. Pendampingan Robot	5 kegiatan	50 mahasiswa
		3. Pengembangan komunitas kompetisi	25 kegiatan	300 mahasiswa
		4. Pemberian penghargaan mahasiswa berprestasi tingkat Nasional dan Internasional	3 kegiatan	75 mahasiswa
		5. Pembinaan dan Pendampingan UKM	1 Kegiatan	146 mahasiswa (perwakilan 54 UKM dan 19 Fakultas/SV)
		6. Pembekalan Kepemimpinan dan Organisasi Kemahasiswaan dan PBOS	1 Kegiatan	87 mahasiswa
		7. Pengembangan <i>softskills</i> bagi mahasiswa berprestasi UGM.	3 Kegiatan	40 mahasiswa
		8. Pemilihan Mahasiswa Berprestasi	5 Kegiatan	40 mahasiswa
		9. Pendampingan MTQ	2 Kegiatan	25 mahasiswa
		10. Pembinaan ON MIPA	10 Kegiatan	155 mahasiswa

Sumber: Data Sekunder 2017

4.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi: usia, jenis kelamin, semester, keikutsertaan dalam organisasi mahasiswa dan frekuensi berhubungan ke bagian kemahasiswaan.

4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia seseorang merupakan faktor yang dapat menentukan sikap dalam memberikan penilaian terhadap sesuatu hal baik berupa produk maupun jasa yang dikarenakan oleh pengetahuan, pandangan, pengalaman dan keyakinan yang berbeda akan mempengaruhi penilaiannya. Berdasarkan kuesioner yang dikumpulkan dari 222 responden diperoleh data tentang usia. Deskripsi responden berdasarkan usia secara lengkap disajikan pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
16 tahun	1	0,45
17 tahun	2	0,90
18 tahun	19	8,56
19 tahun	51	22,97
20 tahun	72	32,43
21 tahun	43	19,37
22 tahun	23	10,36
23 tahun	10	4,50
24 tahun	1	0,45
Jumlah	222	100

Sumber : Hasil Olah Data, 2018.

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat ditunjukkan responden mayoritas berusia 20 tahun yaitu sebesar 32,43% (72 orang), kemudian diikuti responden yang berusia 19 tahun yaitu sebesar 22,97,0% (51 orang), dan responden dengan usia 21 tahun yaitu sebesar 19,37% (43 orang), sedangkan responden yang paling sedikit berusia 16 tahun dan diatas 24 tahun yang masing-masing sebanyak 1 orang saja (0,45%). Jika dilihat dari usianya yang sebagian besar antara 18 – 22 tahun, hal ini

menggambarkan bahwa responden dalam penelitian dari kalangan mahasiswa yang masih aktif disibukkan dengan kegiatan perkuliahan.

4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan kuesioner yang dikumpulkan dari 222 responden diperoleh data tentang jenis kelamin responden. Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin secara lengkap ditunjukkan pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	125	56,31
Perempuan	97	43,69
Jumlah	222	100

Sumber : Hasil Olah Data, 2018.

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa responden mayoritas adalah laki-laki sebesar 56,31% (125 orang), sedangkan sisanya responden perempuan sebesar 43,69% (97 orang). Hal ini menggambarkan bahwa mahasiswa laki-laki maupun perempuan sama-sama berkeinginan untuk memanfaatkan layanan yang ada di Direktorat Kemahasiswaan UGM, ini dapat dilihat dari tingkat persentase yang sama-sama tingginya diantara responden laki-laki maupun perempuan.

4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester

Berdasarkan kuesioner yang dikumpulkan dari 222 responden diperoleh data tentang semester. Deskripsi responden berdasarkan semester secara lengkap disajikan pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Semester

Semester	Frekuensi	Persentase (%)
Satu	24	10,81
Dua	3	1,35
Tiga	57	25,68
Empat	2	0,90
Lima	76	34,23
Tujuh	46	20,72
Delapan	1	0,45
Sembilan	12	5,41
Sepuluh	1	0,45
Jumlah	222	100

Sumber : Hasil Olah Data, 2018.

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa responden mayoritas dari kalangan mahasiswa yang sudah menempuh di semester lima yaitu sebanyak 76 orang (34,23%), dan diikuti dengan responden mahasiswa yang menempuh semester tiga yaitu sebanyak 57 orang (25,68%), dan responden mahasiswa yang menempuh semester tujuh yaitu sebanyak 46 orang (20,72%), dan kemudian baru diikuti responden yang sudah menempuh di semester yang lainnya.

4.1.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Keikutsertaan Dalam Organisasi Mahasiswa

Berdasarkan kuesioner yang dikumpulkan dari 222 responden diperoleh data tentang keikutsertaan dalam organisasi mahasiswa. Secara lengkap deskripsi responden berdasarkan keikutsertaan dalam organisasi mahasiswa disajikan pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5
Karakteristik Responden
Berdasarkan Keikutsertaan dalam Organisasi Mahasiswa

Keikutsertaan dalam Organisasi Mahasiswa	Frekuensi	Persentase (%)
Ya	203	91,44
Tidak	19	8,56
Jumlah	222	100

Sumber : Hasil Olah Data, 2018.

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat diketahui mayoritas responden mengikuti kegiatan dalam organisasi kemahasiswaan yaitu sebanyak 203 orang atau sebesar (91,44%), dan kemudian sedikit saja mahasiswa yang tidak ikut dalam kegiatan dalam organisasi kemahasiswaan yaitu sebanyak 19 orang atau sebesar (8,56%). Banyaknya mahasiswa yang ikut dalam kegiatan dalam organisasi kemahasiswaan akan mendorong peningkatan penggunaan layanan pada Direktorat Kemahasiswaan UGM, sehingga akan memiliki persepsi yang luas terhadap layanan yang diberikan oleh Direktorat Kemahasiswaan UGM tersebut.

4.1.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berhubungan Dengan Bagian Kemahasiswaan

Berdasarkan kuesioner yang dikumpulkan dari 222 responden diperoleh data tentang frekuensi responden berhubungan dengan bagian kemahasiswaan. Secara lengkap deskripsi responden berdasarkan frekuensi berhubungan dengan bagian kemahasiswaan disajikan pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6
Karakteristik Responden
Berdasarkan Frekuensi Berhubungan dengan Bagian Kemahasiswaan

Frekuensi Berhubungan ke Bagian Kemahasiswaan	Frekuensi	Persentase (%)
Sekali	41	18,47
Dua kali	45	20,27
Tiga kali	58	26,13
Empat kali	17	7,66
Lima kali	26	11,71
Enam kali	8	3,60
Tujuh kali	4	1,80
Delapan kali	5	2,25
Sepuluh kali	11	4,95
Sebelas kali	3	1,35
Duabelas kali	2	0,90
Duapuluh kali	2	0,90
Jumlah	222	100

Sumber : Hasil Olah Data, 2018.

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat diketahui mayoritas responden berhubungan dengan bagian kemahasiswaan memiliki frekuensi tiga kali yaitu sebanyak 58 orang (26,13%), dan diikuti dengan frekuensi dua kali yaitu sebanyak 45 orang (20,27%), dengan frekuensi sekali yaitu sebanyak 41 orang (18,47%) dan terdapat 2 responden (0,90%) dengan frekuensi paling rendah dalam berhubungan dengan bagian kemahasiswaan yaitu dengan frekuensi selama dua puluh kali. Tingginya frekuensi dalam berhubungan dengan bagian kemahasiswaan ini dapat menunjukkan tingginya kepuasan pengguna layanan, sedangkan rendahnya berhubungan dengan bagian kemahasiswaan dapat menunjukkan rendahnya kepuasan pengguna layanan.

4.2 HASIL UJI INSTRUMEN PENELITIAN

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur (indikator) dapat mengukur apa yang ingin diukur (variabel). Uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat valid dari instrumen kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti. Sebuah item kuesioner dikatakan valid jika mempunyai nilai r hitung $>$ r tabel, dengan responden sebanyak 30 responden maka diperoleh besarnya nilai r tabel sebesar 0,361. Pengujian validitas dihitung dengan menggunakan bantuan komputer program *SPSS versi 21.0*. Hasil uji validitas disajikan pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r_{hitung}	Keterangan
Keadilan distributif	KDIS1	0,894	Valid
	KDIS2	0,827	Valid
	KDIS3	0,857	Valid
	KDIS4	0,752	Valid
Keadilan prosedural	KPRO1	0,606	Valid
	KPRO2	0,762	Valid
	KPRO3	0,812	Valid
	KPRO4	0,851	Valid
	KPRO5	0,648	Valid
	KPRO6	0,678	Valid
	KPRO7	0,552	Valid
Keadilan interaksional	KINT1	0,792	Valid
	KINT2	0,846	Valid
	KINT3	0,823	Valid
	KINT4	0,674	Valid
	KINT5	0,748	Valid
	KINT6	0,680	Valid

Kepuasan	KEP1	0,783	Valid
	KEP2	0,758	Valid
	KEP3	0,789	Valid
	KEP4	0,834	Valid
<i>Word of mouth</i>	WOM1	0,762	Valid
	WOM 2	0,880	Valid
	WOM 3	0,913	Valid

Sumber: Hasil Olah Data, 2018.

Berdasarkan Tabel 4.7. diatas, diperoleh nilai r_{hitung} dari semua item kuesioner pada variabel penelitian menunjukkan lebih besar dari 0,361 sehingga item-item kuesioner dari variabel penelitian tersebut valid dan dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Reliabilitas berarti jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Semakin tinggi koefisien reliabilitas semakin reliabel jawaban yang diperoleh dari responden. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung besarnya nilai *Cronbach's Alpha* instrumen dari masing-masing variabel yang diuji. Apabila nilai *Cronbach's Coefficient Alpha* lebih besar dari 0,7, maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dan dinyatakan *reliabel*. Jika nilai *Cronbach's Coefficient Alpha* lebih kecil 0,7, maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dan dinyatakan tidak *reliable*. Hasil uji reliabilitas disajikan pada Tabel 4.8.

Tabel 4.8

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Keadilan distributif	0,845	Reliabel
Keadilan procedural	0,821	Reliabel
Keadilan interaksional	0,845	Reliabel
Kepuasan	0,799	Reliabel
<i>Word of mouth</i>	0,806	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data, 2018.

Berdasarkan Tabel 4.8 diatas, diperoleh nilai *Cronbach Alpha* dari semua variabel penelitian menunjukkan lebih besar dari nilai 0,7. Dengan demikian jawaban-jawaban responden dari item-item kuesioner variabel penelitian konsisten dan dapat diandalkan, sehingga item-item kuesioner dari variabel-variabel penelitian tersebut reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

4.3 ANALISIS PENILAIAN VARIABEL PENELITIAN

Pada analisis ini menunjukkan rekapitulasi data jawaban terhadap pernyataan dari keadilan distributif, keadilan prosedural, keadilan interaksional, kepuasan, dan *word of mouth* pada layanan di Direktorat Kemahasiswaan UGM. Deskripsi penilaian responden terhadap masing-masing indikator variabel penelitian yang diperoleh dengan perhitungan interval adalah sebagai berikut:

Skor minimum = 1 (sangat tidak setuju dan rendah sekali)

Skor maksimum = 5 (sangat setuju dan sangat tinggi)

$$\frac{BMax - BMin}{Kl} = I$$

I : Interval

BMax : Rentang Tertinggi

BMin : Rentang Terendah

Kl : Jumlah Kelas

Dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\frac{5-1}{5} = 0,80$$

Penilaian variabel dihitung berdasarkan penilaian rata-rata pada setiap variabel, selanjutnya interval akan dikategorikan sebagai berikut:

Tabel 4.9

Interval Penilaian

Interval	Kategori
1,00 s/d 1,79	Rendah Sekali
1,80 s/d 2,59	Rendah
2,60 s/d 3,39	Cukup
3,40 s/d 4,19	Tinggi
4,20 s/d 5,00	Sangat Tinggi

Sumber : Sugiyono (2012)

Deskripsi penilaian responden terhadap masing-masing indikator/item kuesioner pada variabel penelitian dijelaskan sebagai berikut:

4.3.1 Variabel Keadilan Distributif

Tanggapan responden atas keadilan distributif pada pelayanan di Direktorat kemahasiswaan UGM disajikan pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keadilan Distributif

No	Item Pertanyaan	Rata-rata	Keterangan
1	Mendapat hasil pelayanan yang baik	3,68	Tinggi
2	Mendapat pelayanan yang sama dengan orang lain	3,81	Tinggi
3	Mendapat pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan	3,77	Tinggi
4	Mendapat pelayanan dengan tepat	3,73	Tinggi
Rata-rata		3,75	Tinggi

Sumber : Hasil Olah Data, 2018.

Tanggapan responden terhadap dimensi keadilan layanan distributif pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa dari 222 responden diketahui bahwa indikator keadilan distributif pada pelayanan mahasiswa di Direktorat Kemahasiswaan UGM memiliki rata-rata sebesar 3,75 berada pada interval 3,40 s/d 4,19. Hal ini memberikan arti bahwa tingkat layanan yang diberikan oleh pihak Direktorat Kemahasiswaan UGM kepada para mahasiswanya sudah baik. Selanjutnya pada penilaian ini, diperoleh penilaian tertinggi dalam hal mendapat pelayanan yang sama dengan orang lain dengan nilai rata-rata sebesar 3,81, diikuti item mendapat pelayanan yang sesuai kebutuhan sebesar 3,77 dan item mendapat pelayanan dengan tepat sebesar 3,73. Sementara itu penilaian terendah berkenaan dengan mendapat hasil pelayanan yang baik yaitu memiliki rata-rata sebesar 3,68.

4.3.2 Variabel Keadilan Prosedural

Tanggapan responden atas keadilan prosedural pada pelayanan di Direktorat Kemahasiswaan UGM disajikan pada Tabel 4.11.

Tabel 4.11

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keadilan Prosedural

No	Item Pertanyaan	Rata-rata	Keterangan
1	Mendapat informasi peraturan/prosedur pelayanan dengan baik	3,49	Tinggi
2	Mendapat pelayanan yang sesuai dengan peraturan/prosedur	3,68	Tinggi
3	Mendapat prosedur pelayanan yang layak	3,77	Tinggi
4	Mendapat prosedur pelayanan yang nyaman	3,60	Tinggi
5	Mendapat prosedur pelayanan sesuai dengan waktu kerja yang ditentukan	3,71	Tinggi
6	Mendapat prosedur pelayanan yang cepat	3,37	Cukup
7	Mendapat prosedur pelayanan yang sesuai dengan urutannya	3,72	Tinggi
Rata-rata		3,62	Tinggi

Sumber : Hasil Olah Data, 2018.

Berdasarkan Tabel 4.11 menunjukkan rata-rata tanggapan responden terhadap keadilan prosedural dalam kategori penilaian yang tinggi, dengan nilai rata-rata sebesar 3,62 yang berada pada interval 3,40 s/d 4,19. Hal ini menunjukkan bahwa prosedur pelayanan yang diberikan oleh pihak Direktorat Kemahasiswaan UGM sudah baik, sehingga pelayanan yang diterima sesuai harapan para mahasiswa. Selanjutnya pada penilaian ini, diperoleh 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.

4.3.3 Variabel Keadilan Interaksional

Tanggapan responden atas keadilan interaksional pada pelayanan di Direktorat Kemahasiswaan UGM disajikan pada Tabel 4.12.

Tabel 4.12

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keadilan Interaksional

No	Item Pertanyaan	Rata-rata	Keterangan
1	Pegawai melayani dengan sopan	3,78	Tinggi
2	Pegawai melayani dengan jujur	3,84	Tinggi
3	Pegawai melayani dengan suasana yang akrab	3,49	Tinggi
4	Pegawai menjawab pertanyaan dengan lengkap	3,61	Tinggi
5	Pegawai melayani dengan penuh kesungguhan	3,62	Tinggi
6	Pegawai membuat pengurusan kepentingan terasa mudah	3,61	Tinggi
Rata-rata		3,66	Tinggi

Sumber : Hasil Olah Data, 2018.

Berdasarkan Tabel 4.12 menunjukkan rata-rata tanggapan responden terhadap indikator keadilan interaksional dalam kategori penilaian yang tinggi, yaitu mempunyai nilai rata-rata sebesar 3,66 yang berada pada interval 3,40 s/d 4,19. Secara umum hal tersebut menggambarkan bahwa tingkat layanan yang diberikan oleh pihak Direktorat Kemahasiswaan UGM dalam hal interaksi personal dengan mahasiswa adalah baik. Pada variabel keadilan interaksional ini, penilaian indikator tertinggi yaitu dalam hal pegawai melayani dengan jujur dengan nilai rata-rata sebesar 3,84, diikuti penilaian pelayanan dengan sopan rata-rata sebesar 3,78 dan pelayanan dengan kesungguhan sebesar rata-rata 3,62. Sementara penilaian terendah adalah dalam hal pegawai melayani dengan suasana yang akrab hanya memiliki rata-rata sebesar 3,49.

4.3.4 Variabel Kepuasan

Variabel kepuasan mengukur persepsi mahasiswa pada kepuasan keadilan pelayanan di Direktorat Kemahasiswaan. Tanggapan responden atas kepuasan pada pelayanan di Direktorat Kemahasiswaan UGM disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 4.13

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan

No	Item Pertanyaan	Rata-rata	Keterangan
1	Merasa puas mendapat hasil pelayanan	3,66	Tinggi
2	Merasa puas terhadap cara memberikan pelayanan	3,63	Tinggi
3	Merasa puas atas perlakuan pelayanan dari pegawai	3,63	Tinggi
4	Merasa puas atas keadilan pelayanan yang sama	3,76	Tinggi
Rata-rata		3,67	Tinggi

Sumber : Hasil Olah Data, 2018.

Berdasarkan Tabel 4.13 menunjukkan rata-rata tanggapan responden terhadap kepuasan dalam kategori penilaian yang tinggi, dengan nilai rata-rata sebesar 3,67 yang berada pada interval 3,40 s/d 4,19. Hal ini dapat memberikan gambaran bahwa mahasiswa sudah merasa puas atas tingkat pelayanan yang diberikan oleh pihak Direktorat Kemahasiswaan UGM (Ditmawa). Ditmawa berusaha untuk memberikan pelayanan yang memenuhi keinginan para mahasiswa agar sesuai dengan harapannya. Dari variabel kepuasan diketahui bahwa rata-rata mahasiswa telah puas dalam hal mendapat pelayanan yang dianggap telah sama untuk semua orang. Indikator tersebut mendapat penilaian kepuasan tertinggi di antara empat penilaian kepuasan yang ada yaitu nilai rata-

rata sebesar 3,76 , sedangkan indikator yang memberikan nilai kepuasan terendah adalah pada keadilan perlakuan cara memberikan dan perlakuan pelayanan dari pegawai dengan memiliki nilai rata-rata sebesar 3,63.

4.3.5 Variabel *Word of Mouth*

Tanggapan responden atas *word of mouth* pada pelayanan di Direktorat Kemahasiswaan UGM disajikan pada Tabel 4.14.

Tabel 4.14

Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Word of Mouth*

No	Item Pertanyaan	Rata-rata	Keterangan
1	Penyampain berita/pengalaman layanan kepada pihak lain	3,50	Tinggi
2	Menulis pengalaman pelayanan yang dilakukan organisasi di media cetak	2,77	Cukup
3	Menyebut pengalaman pelayanan di jejaring sosial seperti facebook, twitter atau media elektronik lainnya	2,83	Cukup
Rata-rata		3,03	Cukup

Sumber : Hasil Olah Data, 2018.

Tanggapan responden terhadap *word of mouth* pada Tabel 4.14 menunjukkan bahwa dari 222 responden diketahui bahwa 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, ditunjukkan dengan nilai rata-rata sebesar 2,77, dan 2,83. Hal ini menunjukkan masih cukup seseorang untuk melakukan

komunikasi baik secara lisan, tertulis maupun elektronik yang terkait dengan nilai dan pengalaman dari pelayanan yang diberikan oleh Direktorat Kemahasiswaan UGM.

4.4 ANALISIS DATA PENELITIAN

4.4.1 Hasil Uji Normalitas

Sebelum melakukan pengujian model struktural dengan pendekatan *structural equation modeling*, asumsi yang harus diuji yaitu uji normalitas. Uji normalitas data dilakukan dengan uji statistik yang telah disediakan dalam program AMOS 7.0 yaitu dengan uji *skewness value*. Asumsi normalitas terpenuhi jika nilai *critical value* (cr) berada pada nilai $\pm 2,58$ (Arbucle, 1997). Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan *assessment of normality* dan hasil uji normalitas ditunjukkan pada Tabel 4.15.

Tabel 4.15
Hasil Uji Normalitas

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
WOM3	1,000	5,000	,010	,058	-,705	-2,145
WOM2	1,000	5,000	-,038	-,230	-,821	-2,497
WOM1	1,000	5,000	-,367	-2,235	-,333	-1,013
KEP4	2,000	5,000	-,371	-2,258	-,225	-,685
KEP3	1,000	5,000	-,297	-1,807	-,009	-,026
KEP2	2,000	5,000	-,225	-1,370	-,427	-1,299
KEP1	2,000	5,000	-,131	-,800	-,336	-1,023
KINT6	1,000	6,000	-,088	-,535	-,476	-1,448
KINT5	2,000	5,000	-,185	-1,128	-,495	-1,506
KINT4	1,000	5,000	-,024	-,143	-,509	-1,547
KINT3	1,000	5,000	-,109	-,661	-,572	-1,738
KINT2	2,000	5,000	-,323	-1,963	-,092	-,281
KINT1	2,000	5,000	-,154	-,937	-,461	-1,401
KPRO7	1,000	5,000	-,218	-1,325	,064	,196

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
KPRO6	1,000	5,000	-,089	-,539	-,553	-1,683
KPRO5	1,000	5,000	-,393	-2,393	-,218	-,663
KPRO4	1,000	5,000	-,345	-2,100	-,196	-,596
KPRO3	1,000	5,000	-,411	-2,502	,197	,600
KPRO2	2,000	5,000	-,153	-,930	-,292	-,889
KPRO1	1,000	5,000	-,403	-2,450	,134	,409
KDIS4	2,000	5,000	-,304	-1,852	-,040	-,122
KDIS3	1,000	5,000	-,524	-2,487	,409	1,245
KDIS2	2,000	5,000	-,369	-2,243	-,185	-,562
KDIS1	2,000	5,000	-,203	-1,238	-,168	-,511
Multivariate					15,767	3,848

Sumber: Hasil Olah Data, 2018.

Berdasarkan Tabel 4.15, dapat diketahui bahwa tidak ada angka nilai pada kolom c.r (*Skewness*) yang lebih besar dari $\pm 2,58$, sehingga dapat dikatakan bahwa distribusi data ini normal, oleh karena itu asumsi normalitas *multivariate* telah terpenuhi dan data ini layak untuk digunakan dalam estimasi selanjutnya.

4.4.2 Hasil Uji *Outlier*

Outlier adalah observasi atau data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat berbeda jauh dari observasi-observasi lainnya dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim baik untuk sebuah variabel tunggal atau kombinasi, dalam analisis ini *outlier* dievaluasi dengan dua cara yaitu:

- a. Deteksi terhadap unit varian *outlier* dengan mengamati nilai Z score, semua kasus yang memiliki score ± 3.0 berarti ada *outlier*. Hasil uji *outlier* disajikan pada Tabel 4.16.

Tabel 4.16
 Hasil Uji *Outlier* dengan Nilai *Z score*

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Z score (Keadilan Distributif)	-2,97072	1,91920	,0000000	1,00000000
Z score (Keadilan Prosedural)	-2,72643	2,13515	,0000000	1,00000000
Z score (Keadilan Interaksional)	-2,30483	1,86641	,0000000	1,00000000
Z score (Kepuasan)	-2,34836	1,87014	,0000000	1,00000000
Z score (Word of Mouth)	-2,31623	2,23760	,0000000	1,00000000

Sumber: Hasil Olah Data, 2018.

Berdasarkan Tabel 4.16 terlihat bahwa semua nilai dalam bentuk *z-score* mempunyai rata-rata sama dengan nol dengan standar deviasi sebesar satu. Dari hasil perhitungan ini, terlihat bahwa tidak ada nilai *z-score* yang lebih tinggi dari ± 3 , karena itu dapat disimpulkan bahwa tidak ada *outlier* dalam data yang dianalisis ini.

b. Deteksi terhadap *multivariat outlier* menggunakan jarak mahalanobis

Uji terhadap *outlier multivariate* dilakukan dengan menggunakan kriteria jarak mahalanobis pada tingkat 1%. Jarak mahalanobis dievaluasi dengan menggunakan X^2 pada derajat bebas sebesar jumlah variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini terdapat 5 variabel, oleh karena itu semua kasus yang mempunyai mahalanobis *distance* yang lebih besar dari $X^2(5, 0,01) = 15,086$ adalah *outlier multivariate*. Berdasarkan hasil pengujian pada bagian (mahalanobis *distance*) diperoleh nilai paling rendah 5,627 dan yang paling tinggi 14,700. Sementara itu perhitungan Tabel *Chi-square* menunjukkan hasil sebesar 15,086, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua kasus mempunyai nilai mahalanobis *distance* lebih kecil dari nilai Tabel *Chi-*

square. Dengan demikian, dapat disimpulkan tidak terdapat *outlier multivariate*.

4.4.3 Hasil Uji *Multicollinearity* dan *Singularity*

Evaluasi ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat *multicollinearity* atau *singularity* dalam sebuah kombinasi variabel. Ada tidaknya *multikolinieritas* ini dapat ditunjukkan dengan nilai determinan *matriks kovarians*. Determinan yang benar-benar kecil mengindikasikan adanya *multikolinieritas* atau *singularitas*. Berdasarkan hasil pengujian pada nilai determinan matriks kovarians diperoleh nilai *Determinant of sample covariance matrix* sebesar 78,624. Dikarenakan nilai *Determinant of sample covariance matrix* sebesar 78,624 dan angka ini jauh dari nol, oleh karena itu dapat disimpulkan tidak ada *multikolinieritas* dan *singularitas* dalam data ini.

4.4.4 Hasil Uji *Goodness of Fit Model* (Uji Ketepatan Model)

Berdasarkan hasil pengujian, indikator-indikator *Goodness of Fit Model* secara umum menunjukkan bahwa model pengukuran yang digunakan dapat diterima. Berikut masing-masing pengujian *Goodness of Fit Model* pada model penelitian ini.

Tabel 4.17

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	$\geq 0,95$	0,950	Baik
CFI	$\geq 0,94$	0,955	Baik

Sumber: Hasil Olah Data, 2018.

Berdasarkan Tabel 4.17, hasil pengujian *Goodness of Fit overall Model* atau secara keseluruhan menunjukkan bahwa semua hasil pengukuran dapat diterima sehingga dapat dinyatakan model estimasi *fit*. Dengan demikian pengujian ini menghasilkan konfirmasi yang baik atas indikator-indikator serta hubungan kausalitas antar variabel. Dapat disimpulkan bahwa model tersebut dapat diterima dan dapat digunakan untuk melakukan estimasi dan analisis hasil penelitian lebih lanjut. Adapun penjelasan hasil analisis *Goodness of Fit Model* sebagai berikut:

- a. 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. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 yang menyatakan tidak terdapat perbedaan antara matrik kovarians sampel dengan matrik kovarians populasi yang diestimasi dapat diterima. Artinya matrik kovarians sampel dengan matrik kovarians

populasi yang diestimasi adalah sama, dengan demikian ditinjau dari *Chi Square*, model fit dalam penelitian ini dinyatakan baik.

- b. *The minimum Sampel Discrepancy Funcion* – CMIN/DF merupakan indeks kesesuaian parsimonious yang mengukur hubungan *goodnes of fit* model dan jumlah koefisien-koefisien yang diestimasi yang diharapkan untuk mencapai tingkat kesesuaian. Hasil CMIN/DF sebesar 1,760 yang nilainya lebih kecil dari nilai yang direkomendasikan $CMIN/DF < 2,0$, hal ini menunjukkan bahwa model ini baik
- c. GFI mencerminkan tingkat kesesuaian model secara keseluruhan. Tingkat penerimaan yang direkomendasikan $GFI > 0,90$. Hasil menunjukkan nilai GFI sebesar 0,907 yang nilainya lebih besar dari yang direkomendasikan $GFI > 0,90$, hal ini menunjukkan bahwa model ini baik
- d. *The Root Mean Square Error of Approximation* – RMSEA, indeks yang digunakan untuk mengkompensasi *Chi Square* Statistik dalam sampel yang besar. Nilai RMSEA menunjukkan *goodnes of fit* yang dapat diharapkan bila model diestimasi dalam populasi. Nilai penerimaan yang direkomendasikan $\leq 0,080$, sementara hasil pengujian sebesar 0,059, hal ini menunjukkan bahwa model ini baik
- e. *Adjusted Goodness of fit Index* – AGFI sebagai pengembangan indeks GFI, merupakan indeks yang telah disesuaikan dengan rasio *degree of freedom* model yang diusulkan dengan *degree of fredom* dari *null* model. Hasil penelitian menunjukkan nilai AGFI sebesar 0,904 yang nilainya lebih besar

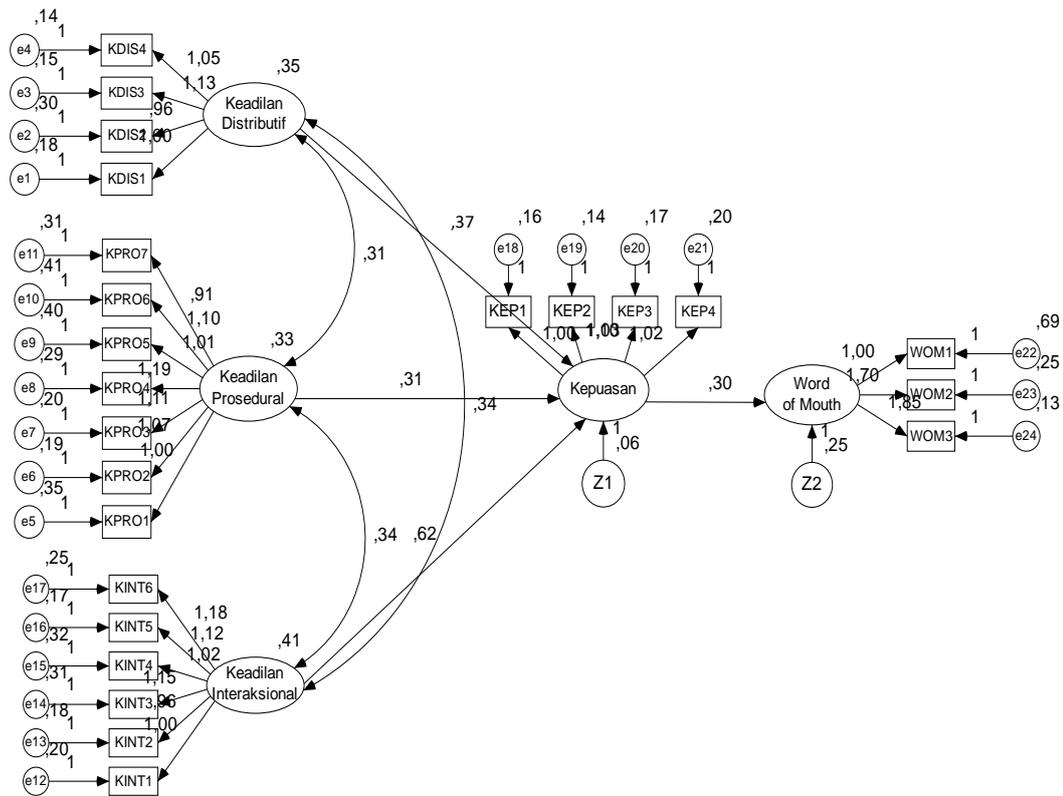
dari nilai AGFI yang direkomendasikan $> 0,90$, hal ini menunjukkan bahwa model ini baik

- f. *Tucker Lewis Index* – TLI merupakan alternatif *incremental fit index* yang membandingkan model yang diuji dengan *baseline*. Nilai yang direkomendasikan sebagai tingkat kesesuaian yang baik adalah $\geq 0,95$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai TLI sebesar 0,950 sehingga dapat menunjukkan bahwa model ini memiliki fit yang marginal.
- g. *Comparative Fit Index* – CFI, merupakan indeks kesesuaian *incremental* yang membandingkan model yang diuji dengan model null. Nilai yang direkomendasikan CFI $\geq 0,94$. Sementara hasil pengujian sebesar 0,955, hal ini menunjukkan bahwa model ini baik.

Dari analisis kesesuaian model tersebut menunjukkan tidak ada model yang kurang baik, dengan demikian model jalur yang diajukan dalam penelitian ini sudah memenuhi asumsi *Goodness of Fit Model* (Model fit yang baik).

4.5 HASIL UJI HIPOTESIS

Pengujian hipotesis menggunakan Analisis SEM dengan program AMOS 7.0 diperoleh hasil pengolahan data untuk analisis full model SEM ditampilkan pada Gambar 4.1.



Sumber : *Output AMOS 7.0 (2018)*

Gambar 4.1

Analisis Full Model

Hipotesis yang diperoleh adanya pengaruh suatu konstruk terhadap konstruk lain diuji dengan memeriksa apakah koefisien *path (standardized estimate)* yang menghubungkan kedua konstruk tersebut signifikan pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Penerimaan dan penolakan hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi $\alpha = 0,05$ dengan nilai *p-value*. Berdasarkan Gambar 4.1 dapat dijelaskan hasil hipotesis pengujian seperti yang terlihat pada Tabel 4.18.

Tabel 4.18
Estimasi Hasil Analisis SEM

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

* Signifikan pada level 0,05.

Sumber: Hasil Olah Data, 2018.

Berdasarkan Gambar 4.1 dan Tabel 4.18 maka dibuat beberapa persamaan struktural yang dijadikan sebagai pedoman untuk menguji hipotesis. Adapun persamaan struktural sebagai berikut:

$$KEP = 0,362 KDIS + 0,273 KPRO + 0,608 KINT + \zeta_1$$

$$WOM = 0,369 KEP + \zeta_2$$

Keterangan:

KDIS = Keadilan distributif

KPRO = Keadilan prosedural

KINT = Keadilan interaksional

KEP = Kepuasan

WOM = *Word of mouth*

4.5.1 Pengujian Hipotesis Pertama (Ada Pengaruh Positif Keadilan Distributif Terhadap Tingkat Kepuasan Mahasiswa)

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 mengindikasikan 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.

4.5.2 Pengujian Hipotesis Kedua (Ada Pengaruh Positif Keadilan Prosedural Terhadap Tingkat Kepuasan Mahasiswa)

Berdasarkan pengujian data dengan analisis jalur (SEM) dapat diketahui 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.

4.5.3 Pengujian Hipotesis Ketiga (Ada Pengaruh Positif Keadilan Interaksional Terhadap Tingkat Kepuasan Mahasiswa)

Berdasarkan pengujian data dengan analisis jalur (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. Dengan demikian hipotesis ketiga yang menyatakan ada pengaruh positif keadilan interaksional terhadap tingkat kepuasan mahasiswa dapat didukung.

4.5.4 Pengujian Hipotesis Keempat (Ada Pengaruh Positif Kepuasan Terhadap Perilaku *Word of Mouth* 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.

4.6 PEMBAHASAN

Uji hipotesis dalam penelitian ini *word of mouth* (WOM) merupakan variabel endogen dari 3 (tiga) variabel eksogen dan 1 (satu) *variabel intervening*. Dari variabel eksogen tersebut, juga disebut sebagai variabel utama yang pertama, yaitu keadilan pelayanan (keadilan distributif, keadilan prosedural, keadilan interaksional); sedangkan variabel yang lain sebagai mediator (*intervening*) atau dapat dikatakan sebagai variabel utama yang kedua. Variabel *intervening* dalam penelitian ini yaitu kepuasan, sehingga variabel ini eksogen kedua bagi variabel endogen *word of mouth*.

4.6.1 Pengaruh Keadilan Distributif Terhadap Kepuasan

Berdasarkan hasil analisis data, penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis yang diajukan bahwa keadilan distributif berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan. Hal ini berarti semakin baik persepsi keadilan distributif yang diupayakan pihak Ditmawa maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh mahasiswa. Adanya pengaruh dari keadilan distributif ini dapat dikarenakan pelayanan yang ada sudah sesuai dengan keinginan dari penggunaannya, sehingga menyebabkan keadilan distributif yang berhubungan dengan pembagian suatu produk atau jasa dan keputusan yang di

ambil terkait dengan pelayanan yang diberikan mampu meningkatkan kepuasan konsumennya.

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.

4.6.2 Pengaruh Keadilan Prosedural Terhadap Kepuasan

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa keadilan prosedural tidak berpengaruh terhadap kepuasan. Hasil ini memberi arti bahwa baik buruknya persepsi keadilan prosedural, tidak berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Pengujian ini dapat pula mengindikasikan bahwa kecakapan dan prosedur pelayanan yang diberikan oleh Direktorat Kemahasiswaan UGM belum menyebabkan penggunaannya makin puas dengan layanan yang diberikan. Tidak adanya pengaruh ini dapat dikarenakan oleh beberapa hal antara lain pelayanan yang tidak sesuai dengan peraturan/prosedur yang ada, prosedur pelayanan yang dianggap kurang nyaman, lambatnya pelayanan yang diberikan dan prosedur pelayanan yang tidak sesuai dengan urutannya. Hal tersebut barangkali belum menjadikan kepuasan para mahasiswa sebagai pengguna layanan di Direktorat Kemahasiswaan UGM. Tax dan Brown (1998) menyatakan bahwa rendahnya

tingkat keadilan prosedural selama kegagalan jasa atau proses pemulihan jasa dapat berakibat negatif pada kepuasan keseluruhan. 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.

4.6.3 Pengaruh Keadilan Interaksional Terhadap Kepuasan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dijelaskan bahwa dimensi pelayanan keadilan interaksional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Ini berarti semakin baik Ditmawa mengupayakan keadilan interaksional yang diberikan atau semakin baik keadilan interaksional yang dirasakan mahasiswa maka semakin tinggi tingkat kepuasan mahasiswa. 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.

4.6.4 Pengaruh Kepuasan Terhadap *Word of Mouth*

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth*. Pengujian ini menunjukkan bahwa semakin tingginya kepuasan para mahasiswa UGM atas layanan dari Direktorat Kemahasiswaan UGM akan menyebabkan makin tingginya komunikasi yang dilakukan oleh para mahasiswa tersebut baik secara lisan, tertulis maupun elektronik yang terkait dengan nilai dan pengalaman dari pelayanan yang diberikan oleh Direktorat Kemahasiswaan UGM. Komunikasi yang diberikan tentunya bersifat positif yaitu akan menceritakan hal positif layanan yang diberikan seperti pengurusan proposal, beasiswa, organisasi mahasiswa dan banyak lagi pengurusan yang lainnya.

Dengan demikian, 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 pelayanan berdimensi keadilan distributif dan keadilan interaksional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa dan secara tidak langsung berpengaruh terhadap perilaku *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*. Hal tersebut menunjukkan pentingnya variabel kepuasan mahasiswa sebagai mediator/*intervening* dari aktifitas layanan yang berdimensi keadilan terutama dimensi keadilan distributif dan keadilan interaksional terhadap *word of mouth*. 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 Direktorat Kemahasiswaan UGM.

Sementara itu pelayanan berdimensi keadilan prosedural yang tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, dalam penelitian ini tidak dapat dikatakan sebagai *variabel intervening* terhadap perilaku *word of mouth*. Keadilan prosedural yang tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, juga memiliki implikasi pada teori keadilan, yang menyatakan bahwa tidak semua

dimensi keadilan memiliki kepentingan yang relatif sama dalam menjelaskan kepuasan mendapatkan pelayanan dan berpengaruh tidak langsung terhadap perilaku *word of mouth*.

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, 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.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Keadilan distributif terbukti memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap 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.
2. Keadilan prosedural tidak berpengaruh terhadap terhadap kepuasan. Hasil ini memberi arti bahwa baik buruknya persepsi keadilan prosedural, tidak berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Pengujian ini juga menunjukkan bahwa kecakapan dan prosedur pelayanan yang diberikan oleh Direktorat Kemahasiswaan UGM belum menyebabkan penggunanya makin puas dengan layanan yang diberikan.
3. Keadilan interaksional terbukti memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap terhadap kepuasan. Hal ini berarti semakin baik keadilan interaksional yang diberikan atau dirasakan mahasiswa maka semakin tinggi tingkat kepuasan mahasiswa.

4. Kepuasan terbukti memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap terhadap *word of mouth*, sehingga semakin tingginya kepuasan akan menyebabkan makin tingginya komunikasi yang dilakukan oleh responden (mahasiswa) baik secara lisan, tertulis maupun elektronik yang terkait dengan nilai dan pengalaman dari pelayanan yang diterima. Dengan demikian tingkat kepuasan dapat menjadi *variabel intervening* dari pengaruh positif dimensi keadilan terutama keadilan distributif dan interaksional terhadap perilaku *word of mouth*.

5.2 SARAN

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil yang didapat di dalam penelitian ini adalah:

1. 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. Manajemen dapat mencermati aspek- aspek penting yang membentuk variabel- variabel dan indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini, misalnya meyakinkan untuk memberi kesamaan dalam hal hasil pelayanan yang baik, perlakuan yang layak dan cepat, serta dengan tingkat kesopanan yang cukup. Dengan aspek-aspek penting tersebut diharapkan mahasiswa atau masyarakat dapat memberikan

word of mouth positif sehingga akan berdampak baik pula terhadap institusi atau organisasi.

2. Untuk menjadikan model layanan yang berkeadilan menjadi model layanan yang lebih mapan, maka diperlukan penelitian lanjutan 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, B.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
- Arbuckle, James L, 1997, Amos 7.0 User's Guide . Chicago, IL: SPSS Inc.
- Badawi. (2012). Peran Emosi Memediasi Keadilan Distributif, Prosedural dan Interaksional terhadap Kepuasan Pemulihan Layanan, *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 1, No.1, pp 99-120
- Blodgett, JG., 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
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* , Edisi Ketiga, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
-, (2014). *Model Persamaan Struktural: Konsep & Aplikasi dengan Program AMOS v22*. FE-UNDIP Semarang.
- Ghoniya, N. (2012). Pengaruh Komplain dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Jasa. *Jurnal Dharma Ekonomi STIE Semarang*. No. 35/Thn XIX/April 2012

- Goodwin, C., & Ross, I. (1992), "Consumer Responses to Service Failures: Influence of Procedural and Interactional Fairness Perceptions", *Journal of Business Research*, 25, 149-163. Diambil dari <http://www.sciencedirect.com/science/article>.
- Hasan, A. (2010). *Marketing Dari Mulut ke Mulut Words Of Mouth Marketing*. Yogyakarta : Media Presindo.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., and Andeerson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis, 7 th ed*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall Publisher.
- Hoskins, Jim. (2007). Word of Mouth Research: Principals and Applications. *The Journal of Advertising Research*. ARF.
- Huang, JH. and CY. Lin. (2005). The Explanation Effects on Costumer Perceived Justice, Satisfaction and Loyalty Improvement. An Exploratory Study. *The Journal of American Academy of Business*. 7 (2). 212-218.
- Irawan, H. (2007). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Jung N.A & Seock Y.K. (2017). Effect of Service Secovery on Customers' Perceived Justice, Satisfaction, and Word of Mouth Intentions on Online Shopping Websites. *Journal Retailing and Comsumer 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, Word of Mouth, And Revisit Intention In Upscale Hotels, *Journal of Tourism Management* . Vol 30, pp 51-62
- Keaveney, S.M. (1995). Customer Switching Behaviour in Service Industrie an Explanotary Study. *Journal of Marketing*, Vol.59. Diambil dari <http://web.a.ebscohost.com>.
- 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.

- Kwun, O. and KA. Alshare. (2007). The Impact of Fairness on User's Satisfaction with the IS Departement. *Academy of Information and Management Sciences Journal*. 10 (1). 47-64.
- Lovelock, C.H. and Wright, L.K .(2007). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Aguidyantoro, Pentj.). ED.1. PT.Indeks, Jakarta.
- Martinez, T, V., JM. Peiro, J. Ramos and C.Moliner. (2006). Justice erceptions as Predictors of Customer Satisfaction The Impact of Distributive, Procedural, and Interactional Justice. *Journal of Applied Social Psychology*. 36 (1). 100-119.
- Maxham III, JG. 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
- Paludi & Salman, (2016). *Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Citra Destinasi, Kepuasan Wisatawan, Dan Loyalitas Destinasi Perkampungan Budaya Betawi (PBB)*. Setu Babakan Jakarta Selatan. Tesis, MM IBN Jakarta
- Rahmi,Y. (2012). Analisis Strategi Service Recovery yang dilakukan Perbankan terhadap Nasabah di Kota Semarang. *Jurnal Studi Ekonomi*. 4 (2): h: 39-52
- Schoefer K. and C. Ennew. (2005). The Impact of Perceived Justice on Consumers' Emotional Responses to Service Complaint Experiences. *The Journal of Services Marketing*. 19 (5). 261-271. Diambil dari <https://www.researchgate.net>
- Sernovitz. (2009). *Word of Mouth Marketing* . Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2008). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
-, (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung:Alfabeta.
- Supranto, J. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. PT Rineka Cipta, Jakarta.
- 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.
- Umar, H. (2003). *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Ghalia Indonesia : Jakarta.
-,(2005). *Studi Kelayakan dalam Bidang Jasa*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Wahyuningsih, & Nurdin, D. (2010). The effect of Customer Satisfaction on Behavioral Intentions. *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 3, No. 1, 1-16.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

KUESIONER

Kepada Yth.
Saudara Responden Penelitian
di tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka menyelesaikan pendidikan di Magister Manajemen Universitas Islam Indonesia, penulis bermaksud mengadakan penelitian mengenai “Pengaruh Dimensi Keadilan Pelayanan (Distributif, Prosedural, Interaksional) Terhadap Perilaku *Word Of Mouth* dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening.

Sehubungan dengan hal itu, penulis memohon kesediaan Saudara sebagai responden untuk memberikan jawaban yang sejujurnya terhadap semua pertanyaan dalam penelitian penelitian ini. Data dan jawaban yang penulis peroleh semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian dan dijamin kerahasiaannya. Semoga hasil penelitian ini nantinya dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Atas perhatian dan kerja sama yang baik dari Saudara, penulis mengucapkan terima kasih.

Yogyakarta, Januari 2018

Penulis

Utiyati

Kuesioner Dimensi Keadilan Pelayanan di
Direktorat Kemahasiswaan Universitas Gadjah Mada

Petunjuk umum:

1. Kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi keadilan pelayanan terhadap kepuasan dan *word of mouth* mahasiswa dalam rangka perbaikan dan peningkatan pelayanan mahasiswa.
2. Saudara dimohon untuk mengisi kuesioner ini sesuai dengan persepsi dan keadaan yang sebenarnya.
3. Kuesioner ini terdiri dari seperangkat pernyataan meliputi: (A) Keadilan distributif; (B) Keadilan prosedural; (C) Keadilan interaksional; (D) Kepuasan; (E) *Word of mouth*
4. Pilih salah satu alternatif persepsi Saudara dengan cara menyontreng (V) pada kolom yang tersedia.
5. Ada empat alternatif persepsi yang dapat Saudara pilih:
 - 1 = Tidak Setuju
 - 2 = Kurang Setuju
 - 3 = Cukup Setuju
 - 4 = Setuju
 - 5 = Sangat Setuju

Identitas Responden:

1. Nama : (boleh tidak diisi)
2. Prodi/Fakultas :
3. Umur /Jenis kelamin : (L/P)
4. Semester :
5. Ikut Organisasi Mhsw : Ya/Tidak
6. Frekuensi berhubungan ke bagian kemahasiswaan :kali/semester

No.	Pernyataan Dimensi Keadilan Pelayanan Mahasiswa	Persepsi Mahasiswa				
		1	2	3	4	5
A. Keadilan distributif						
1.	Saya mendapat hasil pelayanan yang baik					
2.	Saya mendapat pelayanan yang sama dengan orang lain					
3.	Saya mendapat pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan saya					
4.	Saya mendapat pelayanan dengan tepat					
B. Keadilan prosedural						
1.	Saya mendapat informasi peraturan/prosedur pelayanan dengan baik					

2.	Saya mendapat pelayanan yang sesuai dengan peraturan/prosedur					
3.	Saya mendapat prosedur pelayanan yang layak					
4.	Saya mendapat prosedur pelayanan yang nyaman					
5.	Saya mendapat prosedur pelayanan sesuai dengan waktu kerja yang ditentukan					
6.	Saya mendapat prosedur pelayanan yang cepat					
7.	Saya mendapat prosedur pelayanan yang sesuai dengan urutannya					
C. Keadilan interaksional						
1.	Pegawai melayani Saya dengan sopan					
2.	Pegawai melayani Saya dengan jujur					
3.	Pegawai melayani Saya dengan suasana yang akrab					
4.	Pegawai menjawab pertanyaan Saya dengan lengkap					
5.	Pegawai melayani Saya dengan penuh kesungguhan					
6.	Pegawai membuat pengurusan kepentingan Saya terasa mudah					
D. Kepuasan						
1.	Saya puas mendapat hasil pelayanan					
2.	Saya puas mendapat cara memberikan pelayanan					
3.	Saya puas mendapat perlakuan pelayanan dari pegawai					
4.	Saya puas mendapat keadilan pelayanan yang sama					
E. Word of mouth						
1.	Saya akan menyampaikan berita/pengalaman layanan di Direktorat Kemahasiswaan kepada pihak lain					
2.	Saya akan menulis pengalaman pelayanan yang dilakukan Direktorat Kemahasiswaan di media cetak					
3.	Saya akan menyebut pengalaman pelayanan yang dilakukan Direktorat Kemahasiswaan di jejaring sosial seperti facebook, twitter atau media elektronik lainnya.					

Terima kasih atas kerja sama Saudara.

LAMPIRAN 2

Rekapitulasi Data Karakteristik Responden

No	Usia	Jenis Kelamin	Semester	Keikutsertaan Dalam Organisasi Mahasiswa	Frekuensi Berhubungan Ke Bagian Kemahasiswaan
1	19	Perempuan	3	Tidak	2
2	18	Perempuan	1	Ya	2
3	19	Laki-laki	3	Ya	10
4	21	Perempuan	5	Ya	2
5	20	Perempuan	5	Ya	2
6	19	Perempuan	3	Ya	10
7	19	Laki-laki	3	Ya	3
8	21	Laki-laki	5	Ya	3
9	20	Laki-laki	3	Ya	5
10	20	Laki-laki	5	Ya	3
11	19	Perempuan	3	Ya	3
12	19	Perempuan	3	Ya	3
13	20	Perempuan	5	Ya	3
14	23	Laki-laki	5	Ya	1
15	21	Laki-laki	5	Ya	2
16	20	Laki-laki	5	Ya	1
17	19	Perempuan	3	Ya	3
18	21	Laki-laki	5	Ya	1
19	21	Laki-laki	5	Ya	3
20	20	Perempuan	5	Ya	2
21	20	Perempuan	5	Tidak	2
22	20	Perempuan	5	Ya	1
23	19	Perempuan	3	Ya	10
24	20	Laki-laki	5	Ya	3
25	20	Perempuan	5	Ya	5
26	20	Perempuan	5	Ya	3
27	19	Perempuan	3	Ya	3
28	20	Laki-laki	5	Ya	5
29	19	Laki-laki	5	Ya	3
30	20	Laki-laki	5	Ya	1
31	20	Laki-laki	5	Ya	3
32	22	Laki-laki	7	Ya	1
33	18	Perempuan	1	Tidak	3
34	19	Laki-laki	1	Ya	2
35	19	Laki-laki	3	Ya	2
36	18	Perempuan	1	Ya	3
37	18	Laki-laki	1	Ya	3
38	20	Laki-laki	4	Ya	3
39	19	Laki-laki	3	Ya	2
40	20	Laki-laki	5	Ya	3
41	19	Laki-laki	3	Ya	5
42	19	Laki-laki	3	Ya	1

43	20	Laki-laki	5	Ya	1
44	21	Laki-laki	7	Ya	10
45	20	Laki-laki	5	Ya	3
46	18	Laki-laki	1	Tidak	3
47	19	Laki-laki	1	Ya	5
48	19	Laki-laki	3	Tidak	3
49	20	Laki-laki	5	Ya	4
50	21	Laki-laki	7	Ya	5
51	18	Laki-laki	1	Ya	1
52	18	Perempuan	1	Ya	1
53	20	Perempuan	5	Ya	5
54	20	Laki-laki	5	Ya	2
55	21	Perempuan	7	Ya	10
56	22	Perempuan	9	Ya	5
57	21	Perempuan	7	Ya	2
58	19	Perempuan	5	Ya	5
59	20	Perempuan	5	Ya	8
60	21	Perempuan	7	Ya	6
61	19	Laki-laki	3	Ya	2
62	21	Laki-laki	7	Ya	20
63	19	Perempuan	3	Ya	8
64	20	Laki-laki	3	Ya	10
65	20	Laki-laki	5	Ya	5
66	20	Perempuan	5	Tidak	3
67	20	Laki-laki	1	Ya	10
68	20	Perempuan	2	Ya	5
69	21	Laki-laki	5	Ya	1
70	19	Laki-laki	3	Tidak	4
71	20	Laki-laki	3	Ya	5
72	21	Laki-laki	7	Ya	20
73	19	Perempuan	3	Ya	1
74	19	Perempuan	3	Ya	10
75	19	Perempuan	3	Ya	4
76	19	Perempuan	3	Ya	2
77	21	Perempuan	3	Ya	8
78	21	Perempuan	7	Tidak	3
79	22	Laki-laki	9	Ya	7
80	23	Laki-laki	9	Ya	7
81	20	Laki-laki	3	Tidak	3
82	23	Laki-laki	9	Ya	11
83	23	Laki-laki	9	Ya	11
84	22	Laki-laki	7	Ya	5
85	19	Laki-laki	7	Ya	5
86	18	Perempuan	1	Ya	1
87	19	Perempuan	3	Ya	5
88	19	Perempuan	3	Ya	1
89	22	Laki-laki	9	Ya	3
90	22	Laki-laki	7	Ya	3

91	22	Perempuan	7	Ya	4
92	22	Laki-laki	5	Ya	6
93	22	Laki-laki	8	Ya	4
94	31	Laki-laki	2	Ya	1
95	20	Laki-laki	5	Ya	1
96	23	Laki-laki	9	Ya	4
97	18	Laki-laki	3	Ya	2
98	20	Perempuan	7	Ya	2
99	21	Laki-laki	5	Ya	3
100	20	Laki-laki	5	Ya	3
101	20	Laki-laki	5	Ya	3
102	20	Perempuan	5	Ya	3
103	23	Perempuan	9	Ya	2
104	25	Laki-laki	9	Ya	4
105	20	Laki-laki	5	Ya	4
106	21	Perempuan	7	Ya	8
107	21	Perempuan	7	Ya	3
108	21	Laki-laki	7	Ya	3
109	19	Perempuan	3	Ya	3
110	20	Perempuan	5	Tidak	3
111	20	Laki-laki	5	Ya	3
112	19	Perempuan	3	Ya	3
113	19	Perempuan	2	Ya	4
114	19	Laki-laki	3	Ya	1
115	19	Perempuan	3	Ya	4
116	20	Laki-laki	3	Ya	3
117	21	Laki-laki	7	Ya	1
118	17	Perempuan	1	Ya	3
119	17	Laki-laki	1	Ya	1
120	19	Perempuan	3	Ya	2
121	22	Laki-laki	7	Ya	2
122	21	Perempuan	7	Ya	3
123	20	Laki-laki	5	Ya	3
124	19	Laki-laki	5	Ya	6
125	19	Laki-laki	4	Ya	2
126	19	Perempuan	7	Ya	3
127	19	Perempuan	3	Ya	2
128	19	Perempuan	3	Ya	3
129	20	Laki-laki	5	Ya	2
130	21	Laki-laki	5	Ya	3
131	20	Laki-laki	3	Ya	5
132	21	Laki-laki	7	Tidak	1
133	21	Laki-laki	5	Tidak	2
134	21	Laki-laki	7	Tidak	2
135	27	Laki-laki	1	Ya	10
136	23	Perempuan	11	Ya	5
137	24	Laki-laki	7	Ya	2
138	21	Laki-laki	5	Ya	2

139	18	Perempuan	1	Ya	2
140	18	Perempuan	1	Tidak	3
141	18	Perempuan	1	Tidak	3
142	20	Laki-laki	5	Tidak	2
143	20	Laki-laki	5	Tidak	1
144	18	Perempuan	1	Tidak	2
145	18	Laki-laki	1	Ya	2
146	22	Laki-laki	5	Ya	2
147	22	Perempuan	7	Ya	4
148	23	Laki-laki	7	Ya	3
149	21	Perempuan	7	Ya	7
150	20	Perempuan	3	Ya	5
151	20	Perempuan	5	Ya	10
152	21	Perempuan	5	Ya	1
153	18	Perempuan	1	Ya	1
154	20	Perempuan	5	Ya	3
155	22	Laki-laki	7	Ya	12
156	21	Laki-laki	5	Ya	3
157	22	Perempuan	7	Ya	1
158	18	Perempuan	1	Ya	2
159	20	Laki-laki	5	Ya	1
160	21	Laki-laki	7	Ya	1
161	21	Laki-laki	7	Ya	3
162	19	Perempuan	3	Ya	3
163	19	Perempuan	5	Ya	4
164	19	Perempuan	3	Ya	1
165	20	Laki-laki	5	Ya	8
166	19	Perempuan	5	Ya	4
167	20	Laki-laki	3	Ya	5
168	19	Perempuan	1	Ya	2
169	21	Laki-laki	7	Ya	2
170	20	Perempuan	5	Ya	10
171	28	Perempuan	3	Ya	11
172	18	Laki-laki	1	Ya	1
173	20	Laki-laki	3	Ya	1
174	20	Laki-laki	5	Ya	1
175	19	Perempuan	3	Ya	2
176	20	Laki-laki	5	Ya	6
177	19	Perempuan	3	Ya	3
178	20	Perempuan	3	Ya	3
179	20	Perempuan	3	Ya	2
180	23	Laki-laki	9	Ya	4
181	22	Perempuan	7	Ya	5
182	19	Laki-laki	3	Ya	6
183	19	Perempuan	3	Ya	1
184	19	Laki-laki	3	Ya	6
185	20	Laki-laki	5	Ya	4
186	20	Laki-laki	5	Ya	2

187	21	Laki-laki	7	Ya	1
188	16	Perempuan	3	Ya	1
189	18	Perempuan	3	Ya	1
190	21	Perempuan	7	Ya	6
191	21	Laki-laki	7	Ya	3
192	20	Perempuan	5	Ya	2
193	20	Laki-laki	5	Ya	3
194	21	Perempuan	5	Ya	7
195	20	Laki-laki	3	Ya	1
196	20	Perempuan	5	Ya	5
197	20	Laki-laki	3	Ya	6
198	21	Perempuan	7	Ya	3
199	20	Perempuan	5	Ya	1
200	22	Laki-laki	5	Ya	2
201	21	Perempuan	7	Ya	3
202	18	Perempuan	1	Ya	2
203	20	Laki-laki	5	Ya	4
204	21	Perempuan	7	Ya	1
205	22	Laki-laki	7	Ya	1
206	21	Perempuan	5	Ya	2
207	20	Laki-laki	5	Ya	5
208	22	Laki-laki	9	Ya	2
209	20	Perempuan	5	Ya	2
210	23	Laki-laki	7	Ya	2
211	22	Laki-laki	7	Ya	5
212	22	Laki-laki	9	Ya	5
213	21	Perempuan	7	Ya	4
214	19	Laki-laki	3	Ya	12
215	21	Laki-laki	5	Tidak	3
216	20	Laki-laki	5	Ya	5
217	19	Laki-laki	3	Ya	1
218	22	Perempuan	7	Ya	1
219	21	Laki-laki	7	Ya	5
220	22	Laki-laki	7	Ya	3
221	20	Laki-laki	5	Ya	2
222	20	Laki-laki	5	Ya	1

LAMPIRAN 5

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Correlations

		Keadilan Distributif
KDIS1	Pearson Correlation	,894**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
KDIS2	Pearson Correlation	,827**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
KDIS3	Pearson Correlation	,857**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
KDIS4	Pearson Correlation	,752**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
KeadilanDistributif	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,845	4

Correlations

		Keadilan Prosedural
KPRO1	Pearson Correlation	,606
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
KPRO2	Pearson Correlation	,762**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
KPRO3	Pearson Correlation	,812
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
KPRO4	Pearson Correlation	,851**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
KPRO5	Pearson Correlation	,648**

	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
KPRO6	Pearson Correlation	,678*
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
	Pearson Correlation	,552
KPRO7	Sig. (2-tailed)	,002
	N	30
	Pearson Correlation	1**
KeadilanProsedural	Sig. (2-tailed)	
	N	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
	Valid	30	100,0
Cases	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,821	7

Correlations

		Keadilan Interaksional
KINT1	Pearson Correlation	,792**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
KINT2	Pearson Correlation	,846
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
KINT3	Pearson Correlation	,823**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
KINT4	Pearson Correlation	,674*
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
KINT5	Pearson Correlation	,748**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
KINT6	Pearson Correlation	,680**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
KeadilanInteraksional	Pearson Correlation	1**
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,845	6

Correlations

		Kepuasan
KEP1	Pearson Correlation	,783**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
KEP2	Pearson Correlation	,758**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
KEP3	Pearson Correlation	,789**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
KEP4	Pearson Correlation	,834**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30

	Pearson Correlation	1
Kepuasan	Sig. (2-tailed)	
	N	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,799	4

Correlations

		<i>Word of Mouth</i>
WOM1	Pearson Correlation	,762**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
WOM2	Pearson Correlation	,880**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
WOM3	Pearson Correlation	,913**

	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
	Pearson Correlation	1
WordofMouth	Sig. (2-tailed)	
	N	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
	Valid	30	100,0
Cases	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,806	3

LAMPIRAN 6

OLAH DATA

Karakteristik Responden

Frequencies

Statistics

	Usia	JenisKelamin	Semester	Keikutsertaan Dalam Organisasi Mahasiswa	Frekuensi Berhubungan Ke Bagian Kemahasiswaan
N	Valid 222	222	222	222	222
	Missing 0	0	0	0	0

Statistics

	JenisPelayanan
N	Valid 222
	Missing 0

Frequency Table

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16	,5	,5	,5
	17	,9	,9	1,4
	18	8,6	8,6	9,9
	19	23,0	23,0	32,9
	20	31,1	31,1	64,0
	21	19,4	19,4	83,3
	22	9,9	9,9	93,2
	23	4,5	4,5	97,7

24	1	,5	,5	98,2
25	1	,5	,5	98,6
27	1	,5	,5	99,1
28	1	,5	,5	99,5
31	1	,5	,5	100,0
Total	222	100,0	100,0	

JenisKelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-laki	125	56,3	56,3	56,3
Valid Perempuan	97	43,7	43,7	100,0
Total	222	100,0	100,0	

Semester

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	24	10,8	10,8	10,8
2	3	1,4	1,4	12,2
3	57	25,7	25,7	37,8
4	2	,9	,9	38,7
Valid 5	76	34,2	34,2	73,0
7	46	20,7	20,7	93,7
8	1	,5	,5	94,1
9	12	5,4	5,4	99,5
11	1	,5	,5	100,0

Total	222	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

Keikutsertaan Dalam Organisasi Mahasiswa

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ya	203	91,4	91,4	91,4
Valid Tidak	19	8,6	8,6	100,0
Total	222	100,0	100,0	

Frekuensi Berhubungan Ke Bagian Kemahasiswaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	41	18,5	18,5	18,5
2	45	20,3	20,3	38,7
3	58	26,1	26,1	64,9
4	17	7,7	7,7	72,5
5	26	11,7	11,7	84,2
6	8	3,6	3,6	87,8
Valid 7	4	1,8	1,8	89,6
8	5	2,3	2,3	91,9
10	11	5,0	5,0	96,8
11	3	1,4	1,4	98,2
12	2	,9	,9	99,1
20	2	,9	,9	100,0
Total	222	100,0	100,0	

Variabel Penelitian

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KDIS1	222	2	5	3,68	,730
KDIS2	222	2	5	3,81	,790
KDIS3	222	1	5	3,77	,775
KDIS4	222	2	5	3,73	,730
Keadilan Distributif	222	1,75	5,00	3,75	,651
Valid N (listwise)	222				

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KPRO1	222	1	5	3,49	,828
KPRO2	222	2	5	3,68	,756
KPRO3	222	1	5	3,77	,784
KPRO4	222	1	5	3,60	,875
KPRO5	222	1	5	3,71	,860
KPRO6	222	1	5	3,37	,902
KPRO7	222	1	5	3,72	,763
Keadilan Prosedural	222	1,86	5,00	3,62	,646
Valid N (listwise)	222				

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KINT1	222	2	5	3,78	,785

KINT2	222	2	5	3,84	,747
KINT3	222	1	5	3,49	,931
KINT4	222	1	5	3,61	,869
KINT5	222	2	5	3,62	,831
KINT6	222	1	6	3,61	,910
Keadilan Interaksional	222	2,00	5,00	3,66	,719
Valid N (listwise)	222				

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KEP1	222	2	5	3,66	,766
KEP2	222	2	5	3,63	,818
KEP3	222	1	5	3,63	,789
KEP4	222	2	5	3,76	,804
Kepuasan	222	2,00	5,00	3,67	,711
Valid N (listwise)	222				

Descriptives

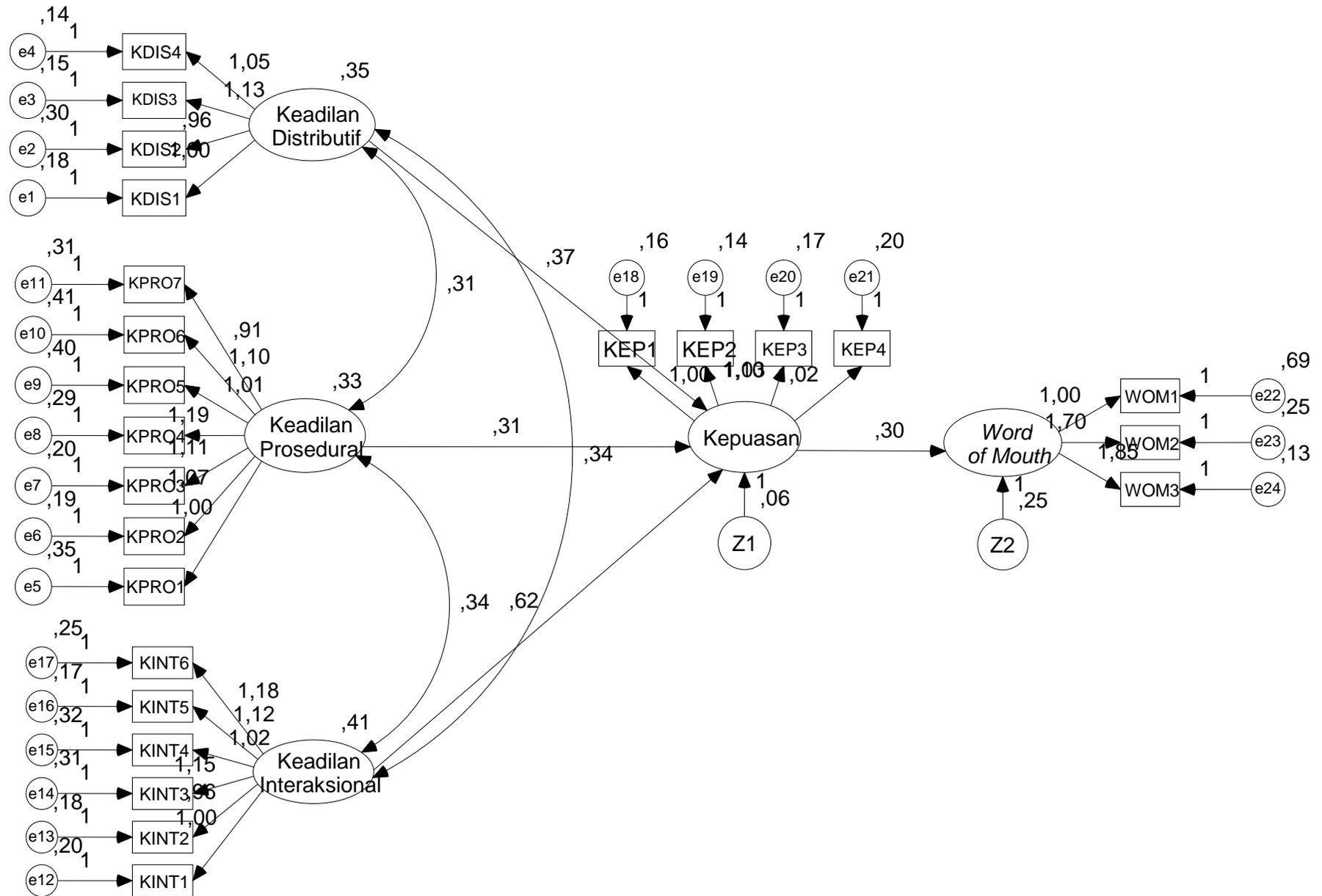
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
WOM1	222	1	5	3,50	,987
WOM2	222	1	5	2,77	1,041
WOM3	222	1	5	2,83	1,053
Word of Mouth	222	1,00	5,00	3,03	,878
Valid N (listwise)	222				

Uji Outliers

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Zscore(Keadilan Distributif)	222	-2,97072	1,91920	,0000000	1,00000000
Zscore(Keadilan Prosedural)	222	-2,72643	2,13515	,0000000	1,00000000
Zscore(Keadilan Interaksional)	222	-2,30483	1,86641	,0000000	1,00000000
Zscore(Kepuasan)	222	-2,34836	1,87014	,0000000	1,00000000
Zscore(<i>Word of Mouth</i>)	222	-2,31623	2,23760	,0000000	1,00000000
Valid N (listwise)	222				



Analysis Summary
Notes for Group (Group number 1)
The model is recursive.

Sample size = 222

Variable Summary (Group number 1)
Your model contains the following variables (Group number 1)
Observed, endogenous variables

KDIS1

KDIS2

KDIS3

KDIS4

KPRO1

KPRO2

KPRO3

KPRO4

KPRO5

KPRO6

KPRO7

KINT1

KINT2

KINT3

KINT4

KINT5

KINT6

KEP1

KEP2

KEP3

KEP4

WOM1

WOM2

WOM3

Unobserved, endogenous variables

Kepuasan

Word_of Mouth

Unobserved, exogenous variables

Keadilan_Distributif

e1

e2

e3

e4

Keadilan_Prosedural

e5

e6

e7

e8

e9

e10

e11

Keadilan_Interaksional

e12

e13

e14

e15

e16

e17

e18

e19

e20

e21

Z1

e22

e23

e24

Z2

Variable counts (Group number 1)

Number of variables in your model:	55
Number of observed variables:	24
Number of unobserved variables:	31
Number of exogenous variables:	29
Number of endogenous variables:	26

Assessment of normality (Group number 1)

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
WOM3	1,000	5,000	,010	,058	-,705	-2,145
WOM2	1,000	5,000	-,038	-,230	-,821	-2,497
WOM1	1,000	5,000	-,367	-2,235	-,333	-1,013
KEP4	2,000	5,000	-,371	-2,258	-,225	-,685
KEP3	1,000	5,000	-,297	-1,807	-,009	-,026
KEP2	2,000	5,000	-,225	-1,370	-,427	-1,299
KEP1	2,000	5,000	-,131	-,800	-,336	-1,023
KINT6	1,000	6,000	-,088	-,535	-,476	-1,448
KINT5	2,000	5,000	-,185	-1,128	-,495	-1,506
KINT4	1,000	5,000	-,024	-,143	-,509	-1,547
KINT3	1,000	5,000	-,109	-,661	-,572	-1,738
KINT2	2,000	5,000	-,323	-1,963	-,092	-,281
KINT1	2,000	5,000	-,154	-,937	-,461	-1,401
KPRO7	1,000	5,000	-,218	-1,325	,064	,196

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
KPRO6	1,000	5,000	-,089	-,539	-,553	-1,683
KPRO5	1,000	5,000	-,393	-2,393	-,218	-,663
KPRO4	1,000	5,000	-,345	-2,100	-,196	-,596
KPRO3	1,000	5,000	-,411	-2,502	,197	,600
KPRO2	2,000	5,000	-,153	-,930	-,292	-,889
KPRO1	1,000	5,000	-,403	-2,450	,134	,409
KDIS4	2,000	5,000	-,304	-1,852	-,040	-,122
KDIS3	1,000	5,000	-,524	-2,487	,409	1,245
KDIS2	2,000	5,000	-,369	-2,243	-,185	-,562
KDIS1	2,000	5,000	-,203	-1,238	-,168	-,511
Multivariate					15,767	3,848

Observations Farthest from the Centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
167	14,700	,000	,000
61	14,680	,000	,000
175	14,667	,000	,000
176	14,605	,000	,000
173	14,581	,000	,000
123	14,579	,000	,000
18	14,479	,000	,000
81	14,459	,000	,000
91	14,443	,000	,000
207	14,402	,000	,000
189	14,400	,001	,000
197	14,375	,001	,000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
3	14,309	,001	,000
159	13,993	,002	,000
22	13,964	,003	,000
1	13,943	,003	,000
44	13,892	,004	,000
204	13,827	,004	,000
150	13,811	,004	,000
92	13,719	,005	,000
50	13,614	,008	,000
49	13,421	,009	,000
94	13,177	,009	,000
119	12,884	,010	,000
124	12,834	,012	,000
23	12,749	,012	,000
37	12,649	,012	,000
192	12,607	,014	,000
198	12,435	,015	,000
219	12,362	,021	,000
115	12,331	,026	,000
93	12,301	,028	,000
165	12,217	,029	,000
36	12,164	,031	,000
39	11,930	,034	,000
113	11,917	,042	,000
200	11,882	,059	,000
54	11,777	,069	,000
190	11,756	,069	,000
95	11,754	,072	,000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
68	11,558	,075	,000
25	11,472	,077	,000
107	11,323	,079	,000
105	11,303	,079	,000
120	11,282	,081	,000
72	11,188	,096	,000
117	11,103	,100	,000
114	11,077	,100	,000
133	10,871	,103	,000
122	10,813	,117	,000
221	10,758	,126	,000
208	10,728	,126	,000
59	10,665	,133	,000
187	10,510	,140	,000
64	10,433	,144	,000
182	10,374	,149	,000
88	10,272	,149	,000
29	10,218	,156	,000
121	10,125	,162	,000
158	9,867	,170	,000
106	9,787	,172	,000
131	9,709	,181	,000
185	9,671	,186	,000
4	9,649	,204	,002
89	9,611	,212	,003
125	9,540	,215	,002
46	9,420	,223	,004
14	9,374	,233	,007

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
152	9,183	,236	,007
87	8,869	,245	,010
116	8,838	,246	,008
184	8,713	,251	,009
157	8,609	,264	,019
2	8,501	,264	,013
156	8,432	,285	,048
178	8,303	,309	,158
21	8,294	,309	,129
75	8,263	,316	,142
17	8,129	,317	,123
33	7,720	,318	,099
168	7,666	,330	,150
7	7,611	,333	,138
137	7,503	,338	,145
180	7,498	,353	,237
142	7,445	,356	,220
110	7,438	,356	,185
31	7,437	,356	,150
194	7,399	,374	,265
138	7,253	,392	,419
203	7,240	,404	,503
98	7,118	,421	,657
215	6,748	,431	,710
136	6,707	,439	,744
40	6,666	,441	,722
76	6,646	,442	,687
218	6,582	,451	,735

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
10	6,520	,478	,900
201	5,712	,478	,878
196	5,677	,480	,862
161	5,627	,483	,851

Eigenvalues

8,982 1,938 ,651 ,579 ,523 ,436 ,420 ,357 ,339 ,328 ,279 ,257 ,247 ,211 ,201 ,192 ,184 ,161 ,143 ,131 ,128 ,115 ,107 ,084

Determinant of sample covariance matrix = 78,624

Notes for Model (Default model)

Computation of degrees of freedom (Default model)

Number of distinct sample moments:	300
Number of distinct parameters to be estimated:	55
Degrees of freedom (300 - 55):	245

Result (Default model)

Minimum was achieved

Chi-square = 231,105

Degrees of freedom = 245

Probability level = ,103

Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Kepuasan	<---	Keadilan_Distributif	,369	,161	2,490	,024	par_21
Kepuasan	<---	Keadilan_Prosedural	,309	,184	1,685	,092	par_22
Kepuasan	<---	Keadilan_Interaksional	,621	,152	4,079	***	par_23
Word_of Mouth	<---	Kepuasan	,300	,067	4,469	***	par_26
KDIS1	<---	Keadilan_Distributif	1,000				
KDIS2	<---	Keadilan_Distributif	,956	,081	11,795	***	par_1

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KDIS3	<---	Keadilan_Distributif	1,131	,074	15,225	***	par_2
KDIS4	<---	Keadilan_Distributif	1,047	,070	14,972	***	par_3
KPRO1	<---	Keadilan_Prosedural	1,000				
KPRO2	<---	Keadilan_Prosedural	1,070	,092	11,691	***	par_4
KPRO3	<---	Keadilan_Prosedural	1,113	,096	11,616	***	par_5
KPRO4	<---	Keadilan_Prosedural	1,189	,108	11,032	***	par_6
KPRO5	<---	Keadilan_Prosedural	1,011	,105	9,637	***	par_7
KPRO6	<---	Keadilan_Prosedural	1,100	,110	10,039	***	par_8
KPRO7	<---	Keadilan_Prosedural	,905	,093	9,719	***	par_9
KINT1	<---	Keadilan_Interaksional	1,000				
KINT2	<---	Keadilan_Interaksional	,962	,065	14,809	***	par_10
KINT3	<---	Keadilan_Interaksional	1,154	,083	13,958	***	par_11
KINT4	<---	Keadilan_Interaksional	1,025	,079	12,957	***	par_12
KINT5	<---	Keadilan_Interaksional	1,119	,070	15,885	***	par_13
KINT6	<---	Keadilan_Interaksional	1,182	,079	14,904	***	par_14
KEP1	<---	Kepuasan	1,000				
KEP2	<---	Kepuasan	1,103	,063	17,644	***	par_18
KEP3	<---	Kepuasan	1,029	,062	16,553	***	par_19
KEP4	<---	Kepuasan	1,022	,065	15,813	***	par_20
WOM1	<---	Word_of Mouth	1,000				
WOM2	<---	Word_of Mouth	1,702	,201	8,479	***	par_24
WOM3	<---	Word_of Mouth	1,852	,219	8,453	***	par_25

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
Kepuasan <--- Keadilan_Distributif	,362

			Estimate
Kepuasan	<---	Keadilan_Prosedural	,273
Kepuasan	<---	Keadilan_Interaksional	,608
Word_of Mouth	<---	Kepuasan	,369
KDIS1	<---	Keadilan_Distributif	,814
KDIS2	<---	Keadilan_Distributif	,719
KDIS3	<---	Keadilan_Distributif	,868
KDIS4	<---	Keadilan_Distributif	Multiple corelation ,853
KPRO1	<---	Keadilan_Prosedural	,700
KPRO2	<---	Keadilan_Prosedural	,820
KPRO3	<---	Keadilan_Prosedural	,822
KPRO4	<---	Keadilan_Prosedural	,787
KPRO5	<---	Keadilan_Prosedural	,681
KPRO6	<---	Keadilan_Prosedural	,707
KPRO7	<---	Keadilan_Prosedural	,687
KINT1	<---	Keadilan_Interaksional	,819
KINT2	<---	Keadilan_Interaksional	,828
KINT3	<---	Keadilan_Interaksional	,797
KINT4	<---	Keadilan_Interaksional	,758
KINT5	<---	Keadilan_Interaksional	,866
KINT6	<---	Keadilan_Interaksional	,835
KEP1	<---	Kepuasan	,857
KEP2	<---	Kepuasan	,885
KEP3	<---	Kepuasan	,855
KEP4	<---	Kepuasan	,834
WOM1	<---	Word_of Mouth	,541
WOM2	<---	Word_of Mouth	,874

		Estimate
WOM3	<--- Word_of Mouth	,940

Covariances: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Keadilan_Distributif	<--> Keadilan_Prosedural	,311	,042	7,483	***	par_15
Keadilan_Distributif	<--> Keadilan_Interaksional	,341	,042	8,087	***	par_16
Keadilan_Prosedural	<--> Keadilan_Interaksional	,343	,045	7,598	***	par_17

Correlations: (Group number 1 - Default model)

			Estimate
Keadilan_Distributif	<-->	Keadilan_Prosedural	,906
Keadilan_Distributif	<-->	Keadilan_Interaksional	,896
Keadilan_Prosedural	<-->	Keadilan_Interaksional	,926

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Keadilan_Distributif	,352	,049	7,213	***	par_27
Keadilan_Prosedural	,334	,057	5,834	***	par_28
Keadilan_Interaksional	,412	,056	7,355	***	par_29
Z1	,062	,012	5,151	***	par_30
Z2	,245	,058	4,196	***	par_31
e1	,179	,020	8,875	***	par_32
e2	,300	,031	9,622	***	par_33
e3	,148	,019	7,887	***	par_34
e4	,145	,018	8,202	***	par_35
e5	,348	,036	9,813	***	par_36
e6	,186	,021	9,003	***	par_37
e7	,198	,022	9,030	***	par_38

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
e8	,291	,031	9,394	***	par_39
e9	,395	,040	9,917	***	par_40
e10	,405	,041	9,797	***	par_41
e11	,306	,031	9,901	***	par_42
e12	,202	,022	9,379	***	par_43
e13	,175	,019	9,267	***	par_44
e14	,314	,033	9,521	***	par_45
e15	,320	,033	9,742	***	par_46
e16	,172	,019	8,827	***	par_47
e17	,249	,027	9,229	***	par_48
e18	,155	,018	8,640	***	par_49
e19	,144	,018	7,991	***	par_50
e20	,167	,019	8,594	***	par_51
e21	,196	,022	8,954	***	par_52
e22	,687	,068	10,081	***	par_53
e23	,255	,050	5,124	***	par_54
e24	,128	,054	2,363	,018	par_55

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
Kepuasan	,856
<i>Word_of Mouth</i>	,136
WOM3	,884
WOM2	,764
WOM1	,293
KEP4	,696
KEP3	,731

	Estimate
KEP2	,783
KEP1	,734
KINT6	,698
KINT5	,750
KINT4	,575
KINT3	,636
KINT2	,685
KINT1	,671
KPRO7	,472
KPRO6	,500
KPRO5	,463
KPRO4	,619
KPRO3	,676
KPRO2	,673
KPRO1	,489
KDIS4	,727
KDIS3	,753
KDIS2	,517
KDIS1	,662

Matrices (Group number 1 - Default model)

Total Effects (Group number 1 - Default model)

	Keadilan Interaksional	Keadilan Prosedural	Keadilan Distributif	Kepuasan	<i>Word of Mouth</i>
Kepuasan	,621	,309	,369	,000	,000
<i>Word of Mouth</i>	,186	,101	,134	,300	,000
WOM3	,345	,172	,038	,556	1,852
WOM2	,317	,158	,035	,511	1,702

	Keadilan Interaksional	Keadilan Prosedural	Keadilan Distributif	Kepuasan	<i>Word of Mouth</i>
WOM1	,186	,093	,021	,300	1,000
KEP4	,635	,316	,070	1,022	,000
KEP3	,639	,318	,071	1,029	,000
KEP2	,685	,341	,076	1,103	,000
KEP1	,621	,309	,069	1,000	,000
KINT6	1,182	,000	,000	,000	,000
KINT5	1,119	,000	,000	,000	,000
KINT4	1,025	,000	,000	,000	,000
KINT3	1,154	,000	,000	,000	,000
KINT2	,962	,000	,000	,000	,000
KINT1	1,000	,000	,000	,000	,000
KPRO7	,000	,905	,000	,000	,000
KPRO6	,000	1,100	,000	,000	,000
KPRO5	,000	1,011	,000	,000	,000
KPRO4	,000	1,189	,000	,000	,000
KPRO3	,000	1,113	,000	,000	,000
KPRO2	,000	1,070	,000	,000	,000
KPRO1	,000	1,000	,000	,000	,000
KDIS4	,000	,000	1,047	,000	,000
KDIS3	,000	,000	1,131	,000	,000
KDIS2	,000	,000	,956	,000	,000
KDIS1	,000	,000	1,000	,000	,000

Standardized Total Effects (Group number 1 - Default model)

	Keadilan Interaksional	Keadilan Prosedural	Keadilan Distributif	Kepuasan	Word of Mouth
Kepuasan	,608	,273	,362	,000	,000
Word of Mouth	,224	,101	,134	,369	,000
WOM3	,211	,095	,022	,347	,940
WOM2	,196	,088	,020	,322	,874
WOM1	,121	,055	,012	,200	,541
KEP4	,507	,228	,052	,834	,000
KEP3	,520	,234	,053	,855	,000
KEP2	,539	,242	,055	,885	,000
KEP1	,521	,234	,054	,857	,000
KINT6	,835	,000	,000	,000	,000
KINT5	,866	,000	,000	,000	,000
KINT4	,758	,000	,000	,000	,000
KINT3	,797	,000	,000	,000	,000
KINT2	,828	,000	,000	,000	,000
KINT1	,819	,000	,000	,000	,000
KPRO7	,000	,687	,000	,000	,000
KPRO6	,000	,707	,000	,000	,000
KPRO5	,000	,681	,000	,000	,000
KPRO4	,000	,787	,000	,000	,000
KPRO3	,000	,822	,000	,000	,000
KPRO2	,000	,820	,000	,000	,000
KPRO1	,000	,700	,000	,000	,000
KDIS4	,000	,000	,853	,000	,000
KDIS3	,000	,000	,868	,000	,000
KDIS2	,000	,000	,719	,000	,000
KDIS1	,000	,000	,814	,000	,000

Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	Keadilan Interaksional	Keadilan Prosedural	Keadilan Distributif	Kepuasan	Word of Mouth
Kepuasan	,621	,309	,369	,000	,000
Word of Mouth	,300	,000	,000	,000	,000
WOM3	,000	,000	,000	,000	1,852
WOM2	,000	,000	,000	,000	1,702
WOM1	,000	,000	,000	,000	1,000
KEP4	,000	,000	,000	1,022	,000
KEP3	,000	,000	,000	1,029	,000
KEP2	,000	,000	,000	1,103	,000
KEP1	,000	,000	,000	1,000	,000
KINT6	1,182	,000	,000	,000	,000
KINT5	1,119	,000	,000	,000	,000
KINT4	1,025	,000	,000	,000	,000
KINT3	1,154	,000	,000	,000	,000
KINT2	,962	,000	,000	,000	,000
KINT1	1,000	,000	,000	,000	,000
KPRO7	,000	,905	,000	,000	,000
KPRO6	,000	1,100	,000	,000	,000
KPRO5	,000	1,011	,000	,000	,000
KPRO4	,000	1,189	,000	,000	,000
KPRO3	,000	1,113	,000	,000	,000
KPRO2	,000	1,070	,000	,000	,000
KPRO1	,000	1,000	,000	,000	,000
KDIS4	,000	,000	1,047	,000	,000
KDIS3	,000	,000	1,131	,000	,000
KDIS2	,000	,000	,956	,000	,000

	Keadilan Interaksional	Keadilan Prosedural	Keadilan Distributif	Kepuasan	Word of Mouth
KDIS1	,000	,000	1,000	,000	,000

Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	Keadilan Interaksional	Keadilan Prosedural	Keadilan Distributif	Kepuasan	Word of Mouth
Kepuasan	,608	,273	,362	,000	,000
Word of Mouth	,000	,000	,000	,369	,000
WOM3	,000	,000	,000	,000	,940
WOM2	,000	,000	,000	,000	,874
WOM1	,000	,000	,000	,000	,541
KEP4	,000	,000	,000	,834	,000
KEP3	,000	,000	,000	,855	,000
KEP2	,000	,000	,000	,885	,000
KEP1	,000	,000	,000	,857	,000
KINT6	,835	,000	,000	,000	,000
KINT5	,866	,000	,000	,000	,000
KINT4	,758	,000	,000	,000	,000
KINT3	,797	,000	,000	,000	,000
KINT2	,828	,000	,000	,000	,000
KINT1	,819	,000	,000	,000	,000
KPRO7	,000	,687	,000	,000	,000
KPRO6	,000	,707	,000	,000	,000
KPRO5	,000	,681	,000	,000	,000
KPRO4	,000	,787	,000	,000	,000
KPRO3	,000	,822	,000	,000	,000
KPRO2	,000	,820	,000	,000	,000
KPRO1	,000	,700	,000	,000	,000

	Keadilan Interaksional	Keadilan Prosedural	Keadilan Distributif	Kepuasan	Word of Mouth
KDIS4	,000	,000	,853	,000	,000
KDIS3	,000	,000	,868	,000	,000
KDIS2	,000	,000	,719	,000	,000
KDIS1	,000	,000	,814	,000	,000

Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	Keadilan Interaksional	Keadilan Prosedural	Keadilan Distributif	Kepuasan	Word of Mouth
Kepuasan	,000	,000	,000	,000	,000
Word of Mouth	,186	,093	,121	,000	,000
WOM3	,345	,172	,038	,556	,000
WOM2	,317	,158	,035	,511	,000
WOM1	,186	,093	,021	,300	,000
KEP4	,635	,316	,070	,000	,000
KEP3	,639	,318	,071	,000	,000
KEP2	,685	,341	,076	,000	,000
KEP1	,621	,309	,069	,000	,000
KINT6	,000	,000	,000	,000	,000
KINT5	,000	,000	,000	,000	,000
KINT4	,000	,000	,000	,000	,000
KINT3	,000	,000	,000	,000	,000
KINT2	,000	,000	,000	,000	,000
KINT1	,000	,000	,000	,000	,000
KPRO7	,000	,000	,000	,000	,000
KPRO6	,000	,000	,000	,000	,000
KPRO5	,000	,000	,000	,000	,000
KPRO4	,000	,000	,000	,000	,000

	Keadilan Interaksional	Keadilan Prosedural	Keadilan Distributif	Kepuasan	Word of Mouth
KPRO3	,000	,000	,000	,000	,000
KPRO2	,000	,000	,000	,000	,000
KPRO1	,000	,000	,000	,000	,000
KDIS4	,000	,000	,000	,000	,000
KDIS3	,000	,000	,000	,000	,000
KDIS2	,000	,000	,000	,000	,000
KDIS1	,000	,000	,000	,000	,000

Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	Keadilan Interaksional	Keadilan Prosedural	Keadilan Distributif	Kepuasan	Word of Mouth
Kepuasan	,000	,000	,000	,000	,000
Word of Mouth	,224	,101	,134	,000	,000
WOM3	,211	,095	,022	,347	,000
WOM2	,196	,088	,020	,322	,000
WOM1	,121	,055	,012	,200	,000
KEP4	,507	,228	,052	,000	,000
KEP3	,520	,234	,053	,000	,000
KEP2	,539	,242	,055	,000	,000
KEP1	,521	,234	,054	,000	,000
KINT6	,000	,000	,000	,000	,000
KINT5	,000	,000	,000	,000	,000
KINT4	,000	,000	,000	,000	,000
KINT3	,000	,000	,000	,000	,000
KINT2	,000	,000	,000	,000	,000
KINT1	,000	,000	,000	,000	,000
KPRO7	,000	,000	,000	,000	,000

	Keadilan Interaksional	Keadilan Prosedural	Keadilan Distributif	Kepuasan	Word of Mouth
KPRO6	,000	,000	,000	,000	,000
KPRO5	,000	,000	,000	,000	,000
KPRO4	,000	,000	,000	,000	,000
KPRO3	,000	,000	,000	,000	,000
KPRO2	,000	,000	,000	,000	,000
KPRO1	,000	,000	,000	,000	,000
KDIS4	,000	,000	,000	,000	,000
KDIS3	,000	,000	,000	,000	,000
KDIS2	,000	,000	,000	,000	,000
KDIS1	,000	,000	,000	,000	,000

Minimization History (Default model)

Iteration	Negative eigenvalues	Condition #	Smallest eigenvalue	Diameter	F	NTRIES	Ratio
0	e	12	-1,194	9999,000	4339,128	0	9999,000
1	e*	21	-1,706	3,646	2219,214	19	,338
2	e*	13	-,443	,455	1872,767	6	,845
3	e*	5	-,275	,853	1242,976	5	,983
4	e	3	-,197	,734	891,099	5	,757
5	e	1	-,162	,679	641,075	5	,800
6	e	0	1763,902	,742	503,582	6	1,026
7	e	0	774,474	,561	464,751	3	,000
8	e	0	1079,484	,669	442,481	1	,906
9	e	0	1087,640	,253	432,359	1	1,124
10	e	0	1130,556	,183	431,223	1	1,161
11	e	0	1426,372	,072	431,108	1	1,085
12	e	0	1467,845	,012	231,105	1	1,015
13	e	0	1467,735	,000	231,105	1	1,000

Model Fit Summary

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	55	231,105	245	,103	1,760
Saturated model	300	,000	0		
Independence model	24	4449,805	276	,000	16,122

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	,051	,907	,904	,812
Saturated model	,000	1,000		
Independence model	,351	,129	,053	,119

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	,903	,891	,956	,950	,955
Saturated model	1,000		1,000		1,000
Independence model	,000	,000	,000	,000	,000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	,888	,802	,848
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	1,000	,000	,000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	186,105	132,205	247,862
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	4173,805	3961,344	4393,547

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
-------	------	----	-------	-------

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	1,951	,842	,598	1,122
Saturated model	,000	,000	,000	,000
Independence model	20,135	18,886	17,925	19,880

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	,059	,049	,068	,061
Independence model	,262	,255	,268	,000

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	541,105	555,136	728,253	783,253
Saturated model	600,000	676,531	1620,803	1920,803
Independence model	4497,805	4503,927	4579,469	4603,469

ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	2,448	2,205	2,728	2,512
Saturated model	2,715	2,715	2,715	3,061
Independence model	20,352	19,391	21,346	20,380

Model	HOELTER .05	HOELTER .01
Default model	145	154
Independence model	16	17