

## HALAMAN MOTTO

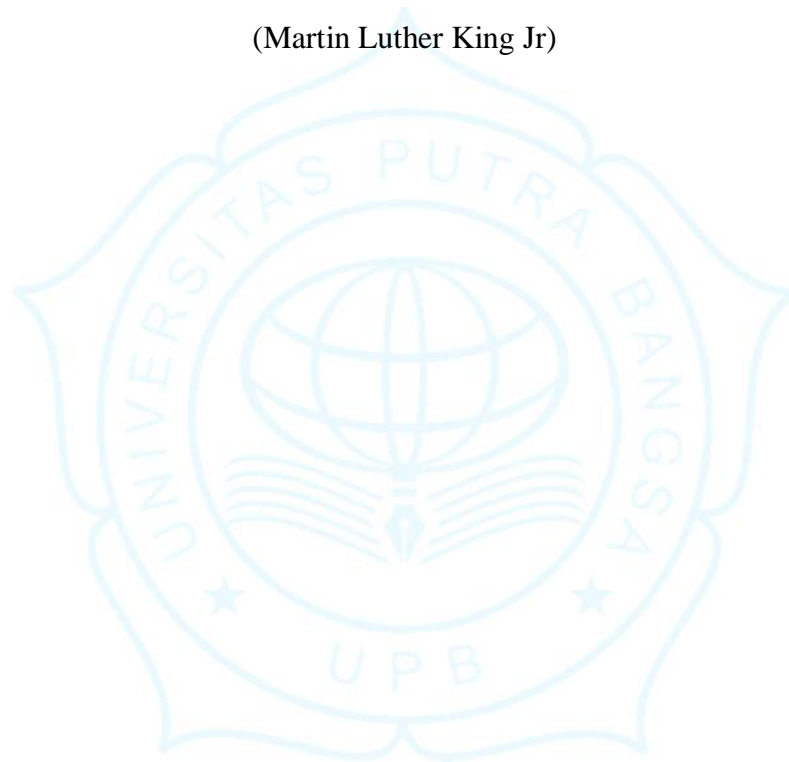
“Sesungguhnya bersama kesukaran itu ada kemudahan.

Karena itu bila kau telah selesai (mengerjakan yang  
lain) dan kepada Tuhan, berharaplah”

(Q.S Al Insyirah : 6 -8)

*“Intelligence plus character – that is the goal of true education”*

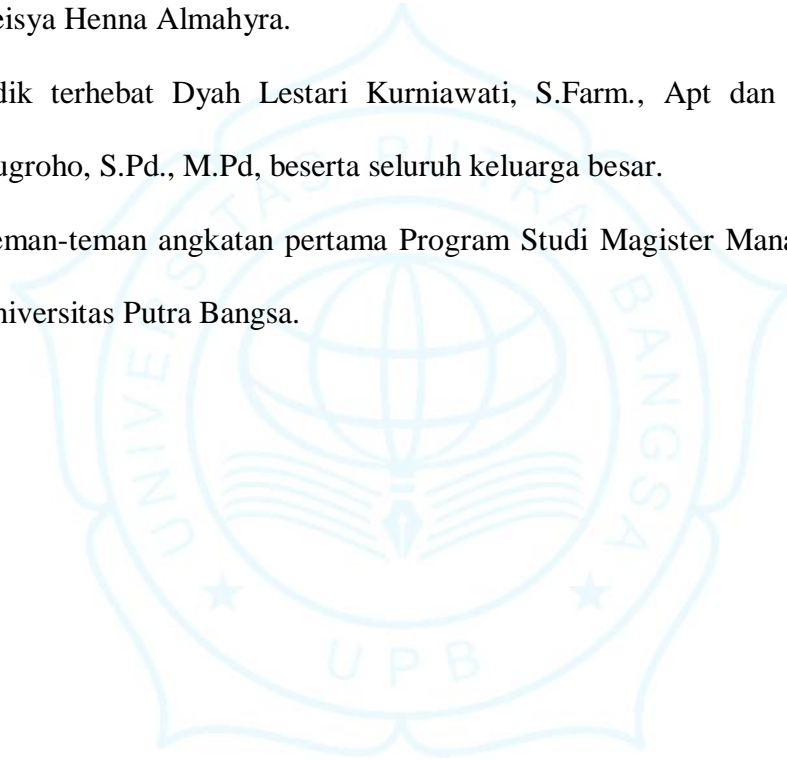
(Martin Luther King Jr)



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua terkasih Bpk Dr. H. Kadar, S.Pd., M.Pd *rahimahullah* dan Ibu Hj.Ety Murniasih, S.Pd.
2. Istri tercinta Loly Retnowati, S.Pi dan putra putri tersayang Salsabila Nadhifa Ramadhani, Dzaky Zafran Al Arsyad, Aqila Misha Shafana, dan Ceisya Henna Almahyra.
3. Adik terhebat Dyah Lestari Kurniawati, S.Farm., Apt dan Setyo Adi Nugroho, S.Pd., M.Pd, beserta seluruh keluarga besar.
4. Teman-teman angkatan pertama Program Studi Magister Manajemen S-2 Universitas Putra Bangsa.



## ABSTRAK

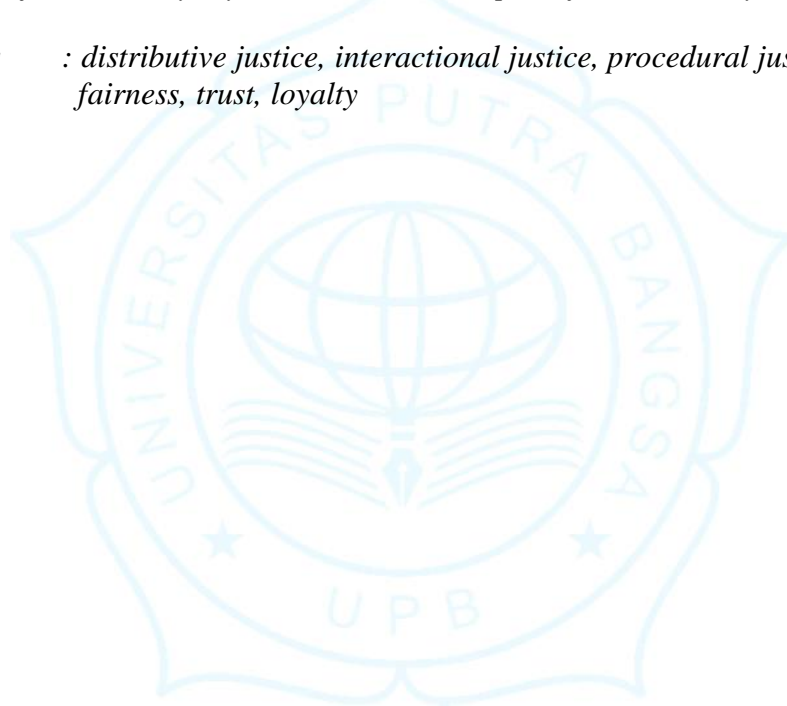
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi keadilan layanan, kewajaran harga, terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan sebagai variabel *intervening*. Objek penelitian yang digunakan sebanyak 270 responden yang pernah menginap di Hotel Sejahtera. Teknik pengambilan sampel menggunakan *random sampling* melalui instrumen kuesioner. Teknik analisis pengujian data menggunakan SEM AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) keadilan distributif berpengaruh positif terhadap loyalitas, 2) keadilan interaksional tidak berpengaruh terhadap loyalitas, 3) keadilan prosedural berpengaruh positif terhadap loyalitas, 4) kewajaran harga berpengaruh positif terhadap loyalitas, 5) keadilan distributif berpengaruh positif terhadap kepercayaan, 6) keadilan interaksional berpengaruh positif terhadap kepercayaan, 7) keadilan prosedural tidak berpengaruh terhadap kepercayaan, 8) kewajaran harga berpengaruh positif terhadap kepercayaan, 9) kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas, 10) kepercayaan memediasi keadilan distributif terhadap loyalitas, 11) kepercayaan memediasi keadilan interaksional terhadap loyalitas, 12) kepercayaan tidak memediasi keadilan prosedural terhadap loyalitas, 13) kepercayaan memediasi kewajaran harga terhadap loyalitas.

Kata kunci: keadilan distributif, keadilan interaksional, keadilan prosedural, kewajaran harga, kepercayaan, loyalitas

## **ABSTRACTION**

*This objective of this study is to determine the effect of the dimensions of service fairness, price fairness, on customer loyalty through trust as an intervening variable. The research object used was 270 respondents who had stayed at Hotel Sejahtera. The sampling technique used random sampling through a questionnaire instrument. Data testing analysis techniques using SEM AMOS. The results showed that 1) distributive justice has a positive effect on loyalty, 2) interactional justice has no effect on loyalty, 3) procedural justice has a positive effect on loyalty, 4) price fairness has a positive effect on loyalty, 5) distributive justice has a positive effect on trust, 6) interactional justice has a positive effect on trust, 7) procedural justice has no effect on trust, 8) price fairness has a positive effect on trust, 9) trust has a positive effect on loyalty, 10) trust mediates distributive justice on loyalty, 11) trust mediates interactional justice on loyalty, 12) trust does not mediate procedural justice on loyalty, 13) trust mediates price fairness on loyalty.*

*Keywords : distributive justice, interactional justice, procedural justice, price fairness, trust, loyalty*



## KATA PENGANTAR

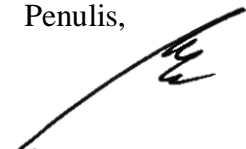
Segala puji dan syukur kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan bimbingan, rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulisan tesis ini dapat terselesaikan. Penulisan tesis ini di maksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna mencapai derajat kesarjanaan S-2 pada Program Studi Magister Manajemen Universitas Putra Bangsa. Penyelesaian tesis ini adalah berkat bantuan baik moril maupun materi dari berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya terutama kepada Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesungguhan dan kesabaran memberikan bimbingan dan motivasi hingga selesainya penulisan. Rasa terima kasih yang sama juga penulis sampaikan kepada:

1. Rektor Universitas Putra Bangsa.
2. Dr. Irfan Helmy, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen (S-2) Universitas Putra Bangsa.
3. Ibu/ Bpk Dosen pengampu mata kuliah Program Studi Magister Manajemen (S-2) Universitas Putra Bangsa.
4. Seluruh responden yang berkenan mengisi kuesioner dalam penelitian ini.
5. Ayahnda Dr. H. Kadar S.Pd., M.Pd., *rahimakullah* dan Ibunda Hj. Ety Musniasi, S.Pd. yang selalu mendoakan penulis dalam penyelesaian tesis ini.
6. Teman-teman mahasiswa Magister manajemen (S-2) angkatan pertama atas kebersamaan yang manis selama masa perkuliahan dan suport yang banyak membantu selama pelaksanaan penelitian sampai penulisan tesis ini.

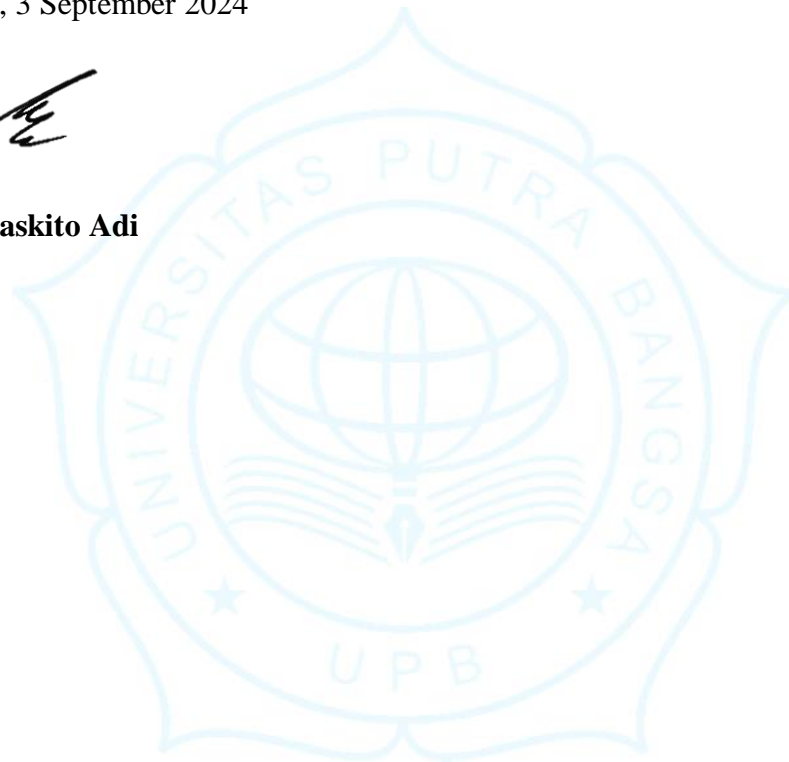
Penulis akhirnya menyerahkan semuanya kepada Tuhan Yang Maha Kuasa semoga dapat memberikan imbalan sesuai dengan segala pengorbanan yang telah mereka berikan kepada penulis. Selanjutnya hasil penelitian ini semoga dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam kaitannya dengan pengelolaan sampah dan lingkungan dalam rangka upaya menciptakan lingkungan yang sehat, indah, sejuk, bersih dan nyaman.

Kebumen, 3 September 2024

Penulis,



**Bagus Waskito Adi**



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN .....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACTION</i> .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR TABEL .....	xviii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Batasan Masalah.....	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	14
1.5. Manfaat Penelitian.....	15

BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	18
2.1 Tinjauan Teori.....	18
2.1.1 Loyalitas Pelanggan ( <i>Customer Loyalty</i> ) .....	18
2.1.2 Kepercayaan ( <i>Trust</i> ) .....	21
2.1.3 Kewajaran Harga ( <i>Price Fairness</i> ) .....	24
2.1.4 Keadilan Layanan ( <i>Service Justice</i> ) .....	26
2.2 Penelitian Terdahulu.....	33
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	45
2.3.1. Keadilan Distributif Terhadap Loyalitas .....	46
2.3.2. Keadilan Interaksional Terhadap Loyalitas .....	46
2.3.3. Keadilan Prosedural Terhadap Loyalitas.....	47
2.3.4. Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas .....	47
2.3.5. Keadilan Distributif Terhadap Kepercayaan .....	48
2.3.6. Keadilan Interaksional Terhadap Kepercayaan .....	49
2.3.7. Keadilan Prosedural Terhadap Kepercayaan.....	49
2.3.8. Kewajaran Harga Terhadap Kepercayaan .....	50
2.3.9. Kepercayaan Terhadap Loyalitas .....	50
2.3.10. Kepercayaan Memediasi Dimensi Keadilan, Kewajaran Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.....	52
2.4 Model Empiris.....	53
2.5 Hipotesis .....	54



BAB III METODE PENELITIAN .....	56
3.1. Objek dan Subjek Penelitian .....	56
3.1.1. Objek Penelitian .....	56
3.1.2. Subjek Penelitian .....	56
3.2. Variabel Penelitian .....	56
3.2.1. Variabel <i>Independent</i> .....	56
3.2.2. Variabel <i>Dependent</i> .....	57
3.2.3. Variabel <i>Intervening</i> .....	57
3.3. Definisi Operasional Variabel .....	58
3.3.1. Keadilan Distributif ( <i>Distributive Justice</i> ) .....	58
3.3.2. Keadilan Interaksional ( <i>Interactional Justice</i> ) .....	59
3.3.3. Keadilan Prosedural ( <i>Procedural Justice</i> ) .....	60
3.3.4. Kewajaran Harga ( <i>Price Fairness</i> ) .....	60
3.3.5. Kepercayaan ( <i>Trust</i> ) .....	61
3.3.6. Loyalitas Pelanggan ( <i>Customer Loyalty</i> ) .....	62
3.4. Alat Pengumpulan Data ( <i>Instrumen</i> ) .....	63
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	64
3.5.1. Data Primer .....	65
3.5.2. Data Sekunder .....	65
3.6. Populasi dan Sampel .....	65
3.6.1. Populasi .....	65

3.6.2. Sampel .....	66
3.7. Teknik Analisis .....	67
3.7.1. Uji Instrumen Penelitian .....	67
3.7.2. Teknik Analisis Data .....	69
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASA .....</b>	<b>74</b>
4.1. Tingkat Pengembalian Kuesioner .....	74
4.2. Analisis Deskriptif.....	75
4.2.1. Gambaran Umum .....	75
4.2.2. Profil Responden .....	75
4.3. Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM) .....	79
4.3.1. Uji Model Fit Instrumen .....	80
4.3.2. Nilai <i>Factor Loading</i> .....	81
4.3.3. Uji <i>Construct Reliability</i> .....	82
4.3.4. Uji Model Persamaan Struktural.....	83
4.3.5. Pengujian Asumsi Model Persamaan Struktural.....	85
4.3.6. Pengujian Kelayakan Model ( <i>Goodness Of Fit</i> ).....	88
4.3.7. Analisis Output Uji Hipotesis .....	91
4.4. Pembahasan.....	97
4.4.1. Pengaruh Keadilan Distributif Terhadap Loyalitas.....	97
4.4.2. Pengaruh Keadilan Interaksional Terhadap Loyalitas.....	98
4.4.3. Pengaruh Keadilan Prosedural Terhadap Loyalitas .....	99

4.4.4. Pengaruh Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas .....	100
4.4.5. Pengaruh Keadilan Distributif Terhadap Kepercayaan.....	100
4.4.6. Pengaruh Keadilan Interaksional Terhadap Kepercayaan....	101
4.4.7. Pengaruh Keadilan Prosedural Terhadap Kepercayaan .....	102
4.4.8. Pengaruh Kewajaran Harga Terhadap Kepercayaan.....	103
4.4.9. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	103
4.4.10. Kepercayaan Memediasi Hubungan Antara Keadilan Distributif dan Loyalitas Pelanggan .....	104
4.4.11. Kepercayaan Memediasi Hubungan Antara Keadilan Interaksional dan Loyalitas Pelanggan .....	105
4.4.12. Kepercayaan Memediasi Hubungan Antara Keadilan Prosedural dan Loyalitas Pelanggan .....	106
4.4.13. Kepercayaan Memediasi Hubungan Antara Kewajaran Harga dan Loyalitas Pelanggan .....	108
<b>BAB V SIMPULAN DAN IMPLIKASI .....</b>	<b>109</b>
5.1 Simpulan Atas Hipotesis.....	109
5.2 Implikasi Penelitian .....	112
5.2.1. Implikasi Praktis.....	112
5.2.2. Implikasi Teoritis .....	113
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	115
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>117</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 .....	53
Gambar 4. 1 Hasil Analisis Structural Equation Modelling.....	85
Gambar 4. 2 Hasil Pengujian Sobel-Test .....	96



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	41
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu.....	54
Tabel 3. 1 Distribusi Indikator Distributive Justice .....	58
Tabel 3. 2 Distribusi Indikator Interactional Justice .....	59
Tabel 3. 3 Distribusi Indikator Procedural Justice.....	60
Tabel 3. 4 Distribusi Indikator Price Fairness .....	61
Tabel 3. 5 Distribusi Indikator Trust .....	62
Tabel 3. 6 Distribusi Indikator Customer Loyalty .....	63
Tabel 3. 7 Skala Skor Kuesioner .....	64
Tabel 4. 1 Distribusi dan Tingkat Pengembalian Kuesioner.....	74
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	76
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	76
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	77
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan .....	77
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Berkunjung .....	78
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menginap .....	79
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas .....	80
Tabel 4. 9 Nilai Loading Factor Indikator .....	81
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Konstruk .....	83
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Structural Equation Modelling .....	84
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Outlier Multivariate.....	86
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Structural Equation Modelling .....	87
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Kriteria Goodness of Fit .....	89

Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Hipotesis (Non-Mediasi) .....	91
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Hipotesis (Memediasi - Sobel Test).....	96
Tabel 5. 1 Implikasi Teoritis Penelitian .....	113

