

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis apakah terdapat pengaruh keadilan layanan terhadap kepuasan konsumen dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi dalam konteks *online* yaitu *internet banking*. Pengumpulan data dengan metode survei menggunakan instrumen kuesioner. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling* berjumlah 301 responden yang menggunakan *internet banking* di Kota Bandung, data dianalisis menggunakan regresi dengan mediasi (*Path Analysis*). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam *internet banking*, keadilan layanan yang mencakup keadilan informasi, keadilan prosedural, keadilan distributif, dan keadilan sistemik berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi.

Kata Kunci: Internet Banking, Keadilan Layanan, Kepercayaan, Kepuasan konsumen



## ABSTRACT

This study aims to test and analyze whether there is influence of service justice to customer satisfaction with trust as a variable of mediation in the online context of internet banking. Data accumulation by survey method using questionnaire instrument. Sampling technique is purposive sampling amounted to 301 respondents who use internet banking in the City of Bandung, the data were analyzed using regression with mediation (Path Analysis). The results of this study indicate that in internet banking, service fairness that includes informational fairness, procedural fairness, distributive fairness, and systemic fairness is positively related to customer satisfaction either directly or indirectly with trust as a mediation variable.

Keywords: Internet Banking, Service Fairness, Trust, Customer Satisfaction



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR</b> .....	iv
<b>PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	7
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	9
2.1 Kajian Pustaka .....	9
2.1.1 Perilaku Konsumen .....	9
2.1.2 Model Perilaku Konsumen .....	9
2.1.3 Respon .....	10
2.1.4 Sikap .....	10
2.1.5 Perilaku .....	11
2.1.6 Pemasaran .....	11
2.1.7 Bauran Pemasaran .....	12
2.1.8 Keadilan Layanan .....	15
2.1.9 Kepuasan Konsumen .....	17
2.1.10 Kepercayaan .....	19
2.2 Riset Empiris .....	21
2.3 Rerangka Teori .....	24
2.4 Rerangka Pemikiran .....	26
2.5 Model Penelitian .....	27
2.6 Pengembangan Hipotesis .....	27

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1 Desain Penelitian .....	31
3.2 Populasi dan Sampel .....	31
3.2.1 Populasi .....	31
3.2.2 Sampel .....	32
3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.4 Definisi Operasional Variabel .....	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.6 Uji Instrumen .....	36
3.6.1 Uji Validitas .....	36
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	37
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	38
3.7.1 Uji Normalitas .....	38
3.7.2 Uji Multikolinieritas.....	38
3.7.3 Uji Heterokedastisitas .....	39
3.8 Teknik Analisis Data.....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN &amp; PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	41
4.1.1 Analisis Deskriptif Profil Responden .....	41
4.2.1.1 Jenis Kelamin .....	41
4.2.1.2 Usia .....	42
4.2.1.3 Bank Yang Digunakan Untuk Internet Banking .....	43
4.2.1.4 Pekerjaan.....	44
4.2.1.5 Penghasilan per Bulan.....	45
4.2.1.6 Frekuensi Responden Menggunakan Internet Banking.....	45
4.1.2 Hasil Persepsi Responden Per Variabel .....	46
4.1.2.1 Hasil Persepsi Responden Terhadap Keadilan Layanan (X1) .....	47
4.1.2.2 Hasil Persepsi Responden Terhadap Keadilan Layanan (X2).....	48
4.1.2.3 Hasil Persepsi Responden Terhadap Keadilan Layanan (X3).....	49
4.1.2.4 Hasil Persepsi Responden Terhadap Keadilan Layanan (X4).....	50
4.1.2.5 Hasil Persepsi Responden Terhadap Keadilan Layanan (X5) .....	51
4.1.2.6 Hasil Persepsi Responden Terhadap Keadilan Layanan (X6) .....	52
4.1.2.7 Hasil Persepsi Responden Terhadap Keadilan Layanan (X7).....	53
4.1.2.8 Hasil Persepsi Responden Terhadap Keadilan Layanan (X8).....	54
4.1.2.9 Hasil Persepsi Responden Terhadap Keadilan Layanan (X9) .....	55
4.1.2.10 Hasil Persepsi Responden Terhadap Keadilan Layanan (X10) ....	56
4.1.2.11 Hasil Persepsi Responden Terhadap Keadilan Layanan (X11).....	57
4.1.2.12 Hasil Persepsi Responden Terhadap Keadilan Layanan (X12) ....	58
4.1.2.13 Hasil Persepsi Responden Terhadap Keadilan Layanan (X13).....	59
4.1.2.14 Hasil Persepsi Responden Terhadap Keadilan Layanan (X14).....	60
4.1.2.15 Hasil Persepsi Responden Terhadap Keadilan Layanan (X15).....	61
4.1.2.16 Hasil Persepsi Responden Terhadap Keadilan Layanan (X16).....	62
4.1.2.17 Hasil Persepsi Responden Terhadap Kepuasan Konsumen (Y1)..	63
4.1.2.18 Hasil Persepsi Responden Terhadap Kepuasan konsumen (Y2)..	64
4.1.2.19 Hasil Persepsi Responden Terhadap Kepuasan Konsumen (Y3)..	65
4.1.2.20 Hasil Persepsi Responden Terhadap Kepuasan Konsumen (Y4)..	66

4.1.2.21 Hasil Persepsi Responden Terhadap Kepercayaan (Z1).....	67
4.1.2.22 Hasil Persepsi Responden Terhadap Kepercayaan (Z2).....	68
4.1.2.23 Hasil Persepsi Responden Terhadap Kepercayaan (Z3).....	69
4.1.2.23 Hasil Persepsi Responden Terhadap Kepercayaan (Z4).....	70
4.1.2.24 Hasil Persepsi Responden Terhadap Kepercayaan (Z5).....	71
4.1.2.25 Hasil Persepsi Responden Terhadap Kepercayaan (Z6).....	72
4.1.2.26 Hasil Persepsi Responden Terhadap Kepercayaan (Z7).....	73
4.1.2.27 Hasil Persepsi Responden Terhadap Kepercayaan (Z8).....	74
4.2 Hasil Uji Instrumen .....	75
4.2.1 Hasil Uji Validitas .....	75
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	77
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	79
4.3.1 Hasil Uji Normalitas .....	79
4.3.2 Hasil Uji Multikolinieritas .....	80
4.3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	80
4.4 Pembahasan .....	82
4.4.1 Path Analysis .....	82
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	89
5.1 Simpulan .....	89
5.2 Saran.....	91
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	91
5.4 Implikasi Penelitian.....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	93
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>)</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Nilai Transaksi Internet.....	3
Gambar 1.2	Nilai Transaksi Jumlah Penggunaan Internet Banking .....	4
Gambar 2.1	Rerangka Teoritis .....	24
Gambar 2.2	Model Penelitian .....	27
Gambar 4.1	Hasil Analisis Jalur.....	82



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Riset Empiris .....	22
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	34
Tabel 3.2	Tabel Skala Likert.....	37
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Bank Yang Digunakan Untuk Internet Banking.....	43
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	44
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	45
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Internet Banking dalam seminggu .....	46
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Keadilan Layanan (X1) .....	47
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Keadilan Layanan (X2) .....	48
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Keadilan Layanan (X3) .....	49
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap Keadilan Layanan (X4) .....	50
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Terhadap Keadilan Layanan (X5) .....	51
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Terhadap Keadilan Layanan (X6) .....	52
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Terhadap Keadilan Layanan (X7) .....	53
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Terhadap Keadilan Layanan (X8) .....	54
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Terhadap Keadilan Layanan (X9) .....	55
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Terhadap Keadilan Layanan (X10) .....	56
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Terhadap Keadilan Layanan (X11) .....	57
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Terhadap Keadilan Layanan (X12) .....	58
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Terhadap Keadilan Layanan (X13) .....	59
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Terhadap Keadilan Layanan (X14) .....	60
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Terhadap Keadilan Layanan (X15) .....	61
Tabel 4.22	Tanggapan Responden Terhadap Keadilan Layanan (X16) .....	62
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen (Y1) .....	63
Tabel 4.24	Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen (Y2) .....	64
Tabel 4.25	Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen (Y3) .....	65
Tabel 4.26	Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen (Y4) .....	66
Tabel 4.27	Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan (Z1) .....	67
Tabel 4.28	Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan (Z2) .....	68
Tabel 4.29	Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan (Z3) .....	69
Tabel 4.30	Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan (Z4) .....	70
Tabel 4.31	Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan (Z5) .....	71
Tabel 4.32	Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan (Z6).....	72
Tabel 4.33	Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan (Z7).....	73
Tabel 4.34	Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan (Z8).....	74
Tabel 4.35	Hasil Uji Validitas Variabel X .....	75
Tabel 4.36	Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	76
Tabel 4.37	Hasil Uji Validitas Variabel Z .....	77
Tabel 4.38	Hasil Uji Normalitas .....	78

Tabel 4.39	Hasil Uji Multikolinieritas .....	79
Tabel 4.40	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	80
Tabel 4.42	Model Summary.....	82
Tabel 4.43	Anova(b).....	83
Tabel 4.44	Coefficients(a).....	83





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Kuesioner Penelitian.....	41
Lampiran B	Analisis Deskriptif Profil Responden.....	42
Lampiran C	Hasil Pengolahan Variabel X, Y, dan Z.....	47
Lampiran D	Hasil Uji Instrumen.....	76
Lampiran E	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	79
Lampiran F	Mediasi.....	82



