

**Pengaruh *Perceived Justice* dan *Positive Emotion* terhadap
Recovery Satisfaction melalui *Involvement* sebagai Variabel
Mediasi pada Konsumen *Online Mall***

TESIS



**OLEH :
JORDIAN ANDIKA UTOMO
8112421010**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2024**

**Pengaruh *Perceived Justice* dan *Positive Emotion* terhadap
Recovery Satisfaction melalui *Involvement* sebagai Variabel
Mediasi pada Konsumen *Online Mall***

Diajukan kepada
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Magister Manajemen
Jurusan Manajemen

**OLEH :
JORDIAN ANDIKA UTOMO
8112421010**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH *PERCEIVED JUSTICE* DAN *POSITIVE EMOTION* TERHADAP
RECOVERY SATISFACTION MELALUI *INVOLVEMENT* SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI PADA KONSUMEN *ONLINE MALL*

Oleh :

Jordian Andika Utomo

8112421010

Telah disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diujikan kepada Tim Penguji

Pembimbing



Dr. Margaretha Ardhanari,SE.,M.Si.

NIK 311.95.0228

Tanggal : 03 Agustus 2023

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis yang ditulis oleh: Jordian Andika Utomo NRP 8112421010

Telah diuji pada tanggal 23 Agustus 2023

Tim Penguji

Ketua



Dr. Lydia Ari Widyarini, M.M.
NIK. 311.92.0183

Sekretaris



Dr. Margaretha Ardhanari SE., M. Si
NIK 311.95.0228

Anggota



Dr. Elisabeth Supriharyanti, SE, M. Si
NIK. 311.99.0369

Dekan



Dr. Hendra Wijaya, MM., CPMA
NIK. 321.15.0887

**PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jordian Andika Utomo

NIM : 8112421010

Judul : Pengaruh *Perceived Justice* dan *Positive Emotion* terhadap *Recovery Satisfaction* melalui *Involvement* sebagai Variabel Mediasi pada Konsumen *Online Mall*.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang dibuat ini adalah hasil tulisan dari saya sendiri dan tidak ada gagasan atau karya ilmiah milik siapapun yang saya ambil secara tidak jujur. Penulisan tesis ini telah saya lakukan sesuai dengan kaidah dan etika yang ada tentang penulisan karya ilmiah.

Demikian pernyataan keaslian tulisan dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya

Surabaya, 23 Agustus 2023

Yang Menyatakan




Jordian Andika Utomo

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena rahmat dan penyertaanNya sehingga penulis bisa menyelesaikan Tesis yang berjudul “Pengaruh *Perceived Justice* dan *Positive Emotion* terhadap *Recovery Satisfaction* melalui *Involvement* sebagai Variabel Mediasi pada Konsumen *Online Mall*”.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen (S2) di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penulis menyadari bahwa Tesis dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis berterima kasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan kontribusi dalam menyelesaikan Tesis ini sebagai berikut:

1. Prof. Dr. J. S. Ami Soewandi, selaku Direktur Sekolah Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Dr. Lydia Ari Widyarini, MM., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Sekolah Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Margaretha Ardhanari SE., M. Si. sebagai dosen pembimbing yang senantiasa mendukung dan memberikan banyak masukan kepada penulis dalam penyelesaian tesis ini.
4. Seluruh dosen dan staff administrasi pada Program Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberi bantuan kepada penulis untuk menyelesaikan tesis ini.
5. Seluruh rekan-rekan mahasiswa Magister Manajemen Angkatan 2021 yang telah saling mendukung dalam melalui perjuangan bersama-sama dan telah memberikan sumbangsih pemikiran dan motivasi kepada penulis sehingga tesis ini dapat terselesaikan.
6. Selina sebagai pasangan yang selalu mendukung dan memotivasi dalam proses pengerjaan tesis ini.

Penulis mengakui bahwa ada banyak kekurangan dalam penulisan tesis ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari seluruh pihak senantiasa diharapkan demi kesempurnaan penulisan tesis ini. Akhir kata, semoga tesis ini dapat membawa pemahaman yang berisi pengetahuan yang baru dan bermanfaat bagi pengembangan ilmu khususnya di bidang Manajemen.

Surabaya, 23 Agustus 2023

Penulis

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized, overlapping loops and lines, positioned above the printed name.

Jordian Andika Utomo, S.T.P.

**PENGARUH *PERCEIVED JUSTICE* DAN *POSITIVE EMOTION*
TERHADAP *RECOVERY SATISFACTION* MELALUI *INVOLVEMENT*
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA KONSUMEN *ONLINE MALL***

ABSTRAK

Di era digitalisasi ini, membuat kita menjadi semakin dipermudah dalam melakukan segala macam hal. Banyak perusahaan mulai memanfaatkan peluang tersebut untuk meningkatkan penjualannya melalui media online. Salah satu metode penjualan yang sering digunakan adalah media *E-Commerce*. Tercatat sebesar 88,1% pengguna internet di Indonesia menggunakan layanan *e-commerce* dalam kegiatan konsumsinya (Databoks, 2021). Tingginya konsumsi ini, ternyata tidak diikuti dengan tingginya loyalitas konsumen terhadap suatu *E-Commerce*. Rendahnya tingkat loyalitas ini, salah satunya dipengaruhi oleh penanganan komplain dari konsumen yang kurang tepat. Maka dari itu tujuan dari penelitian ini adalah mengkaji dan menganalisis bagaimana tingkat pelayanan complaint diperusahaan *E-Commerce* di Indonesia. Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang telah diisi oleh 240 konsumen *Online Mall* (Tokopedia, Shopee dan Lazada). Teknik analisis data yang digunakan adalah SEM dengan menggunakan program SmartPLS sebagai alat pengolahan data.

Hasil penelitian memberikan hasil bahwa pengaruh signifikan ditunjukkan pada variabel *procedural justice*, *distibutive justice* dan *informational justice* terhadap *positive emotion* dan *recovery satisfaction*. Sedangkan pengaruh tidak signifikan ditunjukkan pada variabel *interactional justice* terhadap *positive emotion* dan *recovery satisfaction* serta variabel *involvement* juga tidak memediasi pengaruh *perceived justice* terhadap *recovery satisfaction*.

Kata Kunci: *perceived justice*, *positive emotion*, *recovery satisfaction*, dan *Online Mall*

THE EFFECT OF PERCEIVED JUSTICE AND POSITIVE EMOTION ON RECOVERY SATISFACTION THROUGH INVOLVEMENT AS A MEDIATION VARIABLE ON ONLINE MALL

ABSTRACT

In this era of digitalization, it makes it easier for us to do all kinds of things. Many companies are starting to take advantage of this opportunity to increase their sales through online media. One of the sales methods that is often used is E-Commerce. It is recorded that 88.1% of internet users in Indonesia use e-commerce services in their consumption activities (Databoks, 2021). This high consumption, in fact, was not followed by high consumer loyalty to an E-Commerce. One of the reasons for this low level of loyalty is the inaccurate handling of complaints from consumers. Therefore the purpose of this study is to examine and analyze how the level of complaint service in E-Commerce companies in Indonesia. The data collection tool used in this study was a questionnaire that was filled in by 240 Online Mall consumers (Tokopedia, Shopee and Lazada). The data analysis technique used is SEM using the SmartPLS program as a data processing tool.

The results of the study show that a significant effect is shown on the procedural justice, distributive justice and informational justice variables on positive emotion and recovery satisfaction. Meanwhile, the insignificant effect is shown in the interactional justice variable on positive emotion and recovery satisfaction and the involvement variable also does not mediate the effect of perceived justice on recovery satisfaction.

Keywords: perceived justice, positive emotion, recovery satisfaction, dan Online Mall

DAFTAR ISI

UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB 1 : PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Sistematika Penulisan.....	8
BAB 2 : KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. Landasan Teori	9
2.1.1. <i>Complaint Handling and Service Recovery</i>	9
2.1.2. <i>Recovery Satisfaction</i>	11
2.1.3. <i>Involvement</i>	11
2.1.4. <i>Positive Emotion</i>	12
2.1.5. <i>Procedural Justice</i>	12
2.1.6. <i>Interactional Justice</i>	13
2.1.7. <i>Distributive Justice</i>	13
2.1.8. <i>Informational Justice</i>	13
2.2. Penelitian Terdahulu.....	14
2.3. Pengaruh antar Variabel	17
2.3.1. Pengaruh <i>Procedural Justice</i> terhadap <i>Positive Emotion</i>	17
2.3.2. Pengaruh <i>Interactional Justice</i> terhadap <i>Positive Emotion</i>	18
2.3.3. Pengaruh <i>Distributive Justice</i> terhadap <i>Positive Emotion</i>	18
2.3.4. Pengaruh <i>Procedural Justice</i> terhadap <i>Recovery Satisfaction</i>	19
2.3.5. Pengaruh <i>Interactional Justice</i> terhadap <i>Recovery Satisfaction</i>	19
2.3.6. Pengaruh <i>Distributive Justice</i> terhadap <i>Recovery Satisfaction</i>	20
2.3.7. Pengaruh <i>Informational Justice</i> terhadap <i>Recovery Satisfaction</i>	21

2.3.8. Pengaruh <i>Involvement</i> sebagai mediator antara <i>Procedural Justice</i> dengan <i>Recovery Satisfaction</i>	21
2.3.9. Pengaruh <i>Involvement</i> sebagai mediator antara <i>Interactional Justice</i> dengan <i>Recovery Satisfaction</i>	22
2.3.10. Pengaruh <i>Involvement</i> sebagai mediator antara <i>Distributive Justice</i> dengan <i>Recovery Satisfaction</i>	22
2.3.11. Pengaruh <i>Involvement</i> sebagai mediator antara <i>Informational Justice</i> dengan <i>Recovery Satisfaction</i>	23
2.3.12. Pengaruh <i>Positive Emotion</i> terhadap <i>Recovery Satisfaction</i>	23
2.3.13. Pengaruh <i>Involvement</i> terhadap <i>Recovery Satisfaction</i>	24
2.3.14. Pengaruh Perbedaan Jenis <i>Online Mall</i> terhadap <i>Recovery Satisfaction</i>	24
2.4. Model Penelitian	25
2.5. Hipotesis	25
BAB 3: METODE PENELITIAN	27
3.1. Rancangan Penelitian	27
3.2. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	27
3.3. Variabel Penelitian	28
3.4. Definisi Operasional Variabel	29
3.4.1. <i>Recovery Satisfaction</i>	29
3.4.2. <i>Involvement</i>	29
3.4.3. <i>Positive emotion</i>	29
3.4.4. <i>Procedural Justice</i>	29
3.4.5. <i>Interactional Justice</i>	30
3.4.6. <i>Distributive Justice</i>	30
3.4.7. <i>Informational Justice</i>	30
3.5. Jenis dan Sumber Data	31
3.6. Pengukuran Variabel	31
3.7. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	31
3.8. Teknik Analisa Data	32
3.8.1. <i>Strutural Equation Modeling (SEM)</i>	32
3.8.2. <i>Partial-Least Square Strutural Equation Modeling (PLS-SEM)</i>	32
3.8.3. <i>Outer Model</i>	33
3.8.4. <i>Inner Model</i>	34
3.8.5. Uji Beda Nyata (ANOVA)	34

BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN	36
4.1. Karakteristik Responden.....	36
4.1.1. Jenis Kelamin	36
4.1.2. Usia	36
4.1.3. Pendidikan Terakhir	37
4.1.4. Pekerjaan	37
4.1.5. Pendapatan.....	38
4.1.6. Jawaban Responden.....	38
4.2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	38
4.2.1. Statistik Deskriptif Variabel <i>Recovery Satisfaction</i>	38
4.2.2. Statistik Deskriptif Variabel <i>Involvement</i>	39
4.2.3. Statistik Deskriptif Variabel <i>Positive Emotion</i>	40
4.2.4. Statistik Deskriptif Variabel <i>Procedural Justice</i>	41
4.2.5. Statistik Deskriptif Variabel <i>Interactional Justice</i>	41
4.2.6. Statistik Deskriptif Variabel <i>Distributive Justice</i>	42
4.2.7. Statistik Deskriptif Variabel <i>Informational Justice</i>	43
4.3. Pengujian Model Pengukuran (<i>Measurement Model</i>).....	43
4.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
4.3.2. <i>Inner Model Test</i>	47
4.3.2.1. R-Square	47
4.3.2.2. <i>Predictive Relevance</i>	48
4.3.2.3. Fit Model	48
4.3.2.4. Uji Hipotesis	49
4.4. Pembahasan	51
4.4.1. Pengaruh <i>Procedural Justice</i> Terhadap <i>Positive Emotion</i>	51
4.4.2. Pengaruh <i>Interactional Justice</i> terhadap <i>Positive Emotion</i>	52
4.4.3. Pengaruh <i>Distributive Justice</i> terhadap <i>Positive Emotion</i>	52
4.4.4. Pengaruh <i>Procedural Justice</i> terhadap <i>Recovery Satisfaction</i>	53
4.4.5. Pengaruh <i>Interactional Justice</i> terhadap <i>Recovery Satisfaction</i>	54
4.4.6. Pengaruh <i>Distributive Justice</i> terhadap <i>Recovery Satisfaction</i>	55
4.4.7. Pengaruh <i>Informational Justice</i> terhadap <i>Recovery Satisfaction</i>	55
4.4.8. Pengaruh <i>Involvement</i> sebagai mediator antara <i>Procedural Justice</i> dengan <i>Recovery Satisfaction</i>	56

4.4.9. Pengaruh <i>Involvement</i> sebagai mediator antara <i>Interactional Justice</i> dengan <i>Recovery Satisfaction</i>	57
4.4.10. Pengaruh <i>Involvement</i> sebagai mediator antara <i>Distributive Justice</i> dengan <i>Recovery Satisfaction</i>	58
4.4.11. Pengaruh <i>Involvement</i> sebagai mediator antara <i>Informational Justice</i> dengan <i>Recovery Satisfaction</i>	59
4.4.12. Pengaruh <i>Positive Emotion</i> terhadap <i>Recovery Satisfaction</i>	61
4.4.13. Pngaruh <i>Involvement</i> terhadap <i>Recovery Satisfaction</i>	61
4.4.14. Pengaruh Perbedaan <i>Online Mall</i> terhadap Tingkat <i>Recovery Satisfaction</i>	62
BAB 5: KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1. Kesimpulan	65
5.2. Keterbatasan Studi	67
5.3. Saran	67
5.3.1 Saran Teoritis.....	67
5.3.2. Saran Praktis	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	72

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	15
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden	36
Tabel 4.2. Usia Responden	36
Tabel 4.3. Pendidikan Terakhir Responden	37
Tabel 4.4. Pekerjaan Responden	37
Tabel 4.5. Pendapatan Responden	38
Tabel 4.6. Tabel Interval Penilaian Jawaban Responden	38
Tabel 4.7. Tabel Deskripsi Variabel <i>Recovery Satisfaction</i>	38
Tabel 4.8. Tabel Deskripsi Variabel <i>Involvement</i>	39
Tabel 4.9. Tabel Deskripsi Variabel <i>Positive Emotion</i>	40
Tabel 4.10. Tabel Deskripsi Variabel <i>Procedural Justice</i>	41
Tabel 4.11. Tabel Deskripsi Variabel <i>Interactional Justice</i>	41
Tabel 4.12. Tabel Deskripsi Variabel <i>Distributive Justice</i>	42
Tabel 4.13. Tabel Deskripsi Variabel <i>Informational Justice</i>	43
Tabel 4.14. Tabel Hasil Uji Validitas Konvergen.....	44
Tabel 4.15. Tabel Hasil Uji Cross Loading	45
Tabel 4.16. Tabel Hasil Fornell-Larcker.....	46
Tabel 4.17. Hasil Uji Reabilitas	46
Tabel 4.18. Nilai R-square	47
Tabel 4.19. Hasil Pengujian Fit Model	48
Tabel 4.20. Hasil Pengujian Hipotesis	49
Tabel 4.21. Rata-rata <i>Justice</i> Setiap <i>Platform</i>	64

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Penggunaan <i>E-Commerce</i> Tertinggi di Dunia	1
Gambar 1.2. Jumlah Pengunjung Bulanan <i>E-Commerce</i>	4
Gambar 1.3. Pengaduan Konsumen <i>E-Commerce</i>	5
Gambar 2.1. Respon Konsumen terhadap <i>Service Failures</i>	9
Gambar 2.2. Komponen dalam Menciptakan <i>Service Recovery</i> yang Efektif.....	10
Gambar 2.3. Model Penelitian	25
Gambar 4.1. Hasil Pengujian Model Struktural.....	47
Gambar 4.2. Hasil Uji Anova	62
Gambar 4.3. Hasil Uji Tukey	62
Gambar 4.4. Tampilan Layanan Lazada	63
Gambar 4.5. Tampilan Layanan Shopee.....	63
Gambar 4.6. Tampilan Layanan Tokopedia	63