

PENGARUH KARAKTERISTIK DEMOGRAFI DAN KETIDAKPUASAN TERHADAP PERILAKU MENGELUH KONSUMEN PADA BENGKEL SERVICE SEPEDA MOTOR YAMAHA DIPONEGORO DENPASAR BALI

I Gede Suryana Ryan Handoyo¹

Putu Yudi Setiawan²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia
e-mail: kodok_kcebong@yahoo.com/telp:085739173544

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh karakteristik demografi dan ketidakpuasan terhadap perilaku mengeluh konsumen pada layanan jasa bengkel *service* sepeda motor Yamaha Diponegoro Denpasar. Penelitian ini dilakukan di Bengkel *Service* Yamaha yang beralamat di Jalan Diponegoro Denpasar-Bali Dalam penelitian ini digunakan 10 indikator sehingga jumlah responden yang digunakan sebagai sampel penelitian ini sebanyak 100 orang, dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis *chi-square* dan analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan alat bantu SPSS 17 *for windows*. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan karakteristik demografi berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku mengeluh konsumen pada layanan jasa bengkel *service* sepeda motor Yamaha dan ketidakpuasan secara signifikan berpengaruh positif terhadap perilaku mengeluh konsumen pada layanan jasa bengkel *service* sepeda motor Yamaha.

Kata kunci: *Karakteristik Demografi, Ketidakpuasan, Perilaku Keluhan.*

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of demographic characteristics and dissatisfaction with the behavior of consumers complained to the services Yamaha motorcycle repair shop service Diponegoro Denpasar. This research was conducted at the Workshop Service Yamaha is located at Jalan Diponegoro Denpasar-Bali This study used 10 indicators that the number of respondents who used this as a research sample of 100 people, using purposive sampling technique. Data collected by distributing questionnaires. Data analysis technique used is the chi-square analysis and simple linear regression analysis using SPSS 17 for windows. Based on the analysis shows the demographic characteristics significantly influence the behavior of consumers complained to the services repair shop service motorcycles Yamaha and dissatisfaction significantly positive effect on the behavior of consumers complained to the services Yamaha motorcycle repair shop service.

Keywords: *Demographic Characteristics, dissatisfaction, complaints Behavior.*

PENDAHULUAN

Sepeda motor merupakan alat transportasi darat yang paling dominan banyak dimiliki, diminati dan dibutuhkan oleh masyarakat. Berdasarkan Statistik Asosiasi Industri Sepedamotor Indonesia (AISI) menunjukkan data penjualan sepeda motor Indonesia pada Desember 2013 pangsa pasarnya dikuasi oleh Honda sebesar 45%, Yamaha sebesar 40%, Suzuki sebesar 10% dan sisanya Kawasaki dan TVS.

Tabel 1.
Distribusi sepeda motor anggota AISI Desember 2013 dan Januari 2014

Jenis Merek Sepeda Motor	Nama Bulan	
	Desember 2013	Januari 2014
AHM (HONDA)	343,211	467,069
YIMM (YAMAHA)	309,606	274,002
SMI (SUZUKI)	26,262	30,012
KMI (Kawasaki)	18,120	8,190
TVS	1,209	1,015

Sumber : Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia 2014

Pada bulan Januari 2014 Honda tetap menguasai pangsa pasar sebesar 63%, Yamaha menguasai pangsa pasar sebesar 30% dan mengalami penurunan penjualan 10%, Suzuki sebesar 5% dan sisanya Kawasaki dan TVS.

Data perkembangan sepeda motor di Bali menurut Badan Pusat Statistik Bali, pengguna motor di Bali berjumlah sekitar 2,7 juta pengguna kendaraan bermotor. Denpasar yang merupakan ibukota Provinsi Bali dan menjadi pusat segala aktivitas, menduduki peringkat jumlah sepeda motor teratas di Bali karena pengguna motor di Denpasar berjumlah sekitar 870 ribu pengendara bermotor.

Sepeda motor yang diproduksi oleh produsen bisa juga mengalami kerusakan dalam pemakaian sehari-hari, kerusakan yang terjadi seperti busi yang kotor, aki rusak atau mesin yang tidak bisa hidup. Untuk menanggulangi

kerusakan yang terjadi pada sepeda motor tersebut maka dibutuhkan bengkel *service* sepeda motor. Pesatnya perkembangan sepeda motor di Denpasar menyebabkan kebutuhan akan bengkel *service* sepeda motor meningkat dan timbulnya persaingan yang sangat ketat pada perbengkelan di Kota Denpasar.

Jumlah bengkel yang banyak mengharuskan konsumen untuk bersikap kritis dan lebih berhati-hati dalam memilih suatu bengkel. Seringkali layanan jasa yang dijanjikan oleh produsen tidak sesuai dengan harapan dan sebaliknya akan merugikan konsumen. Persaingan bengkel yang terus tumbuh dan berkembang, tidak mudah untuk menjadi yang terbaik. Untuk dapat menjadi yang terbaik, bengkel harus menyediakan kualitas pelayanan jasa yang memuaskan. Kualitas layanan yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan (Aryani dan Febrina, 2010). Demi mencapai pelayanan memuaskan, bengkel juga harus mengetahui pola perilaku konsumen yang sulit ditebak dan menimbulkan ragam pola perilaku yang berbeda pula. Kualitas pelayanan yang baik memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan.

Hasil studi pendahuluan yang dilakukan berupa wawancara tidak terstruktur kepada 10 konsumen sepeda motor Yamaha yang menggunakan jasa bengkel *service* Yamaha pada tanggal 9 Oktober 2014. Dari hasil studi pendahuluan yang dilakukan 9 dari 10 konsumen pernah mengalami ketidakpuasan layanan jasa bengkel *service* motor dan masalah yang sering dialami seperti karyawan yang kurang sigap dalam menghadapi masalah konsumen, lamanya penanganan masalah yang dihadapi pelanggan, *service* kendaraan yang kurang sesuai harapan pelanggan. Bentuk keluhan yang dilakukan

pun berbeda-beda yang dipengaruhi oleh karakteristik demografi seperti usia, pendapatan, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan kualitas pelayanan (Phau and Sari, 2004).

Untuk itu dibutuhkan bengkel yang nyaman dan dapat dipercaya oleh konsumen pada saat melakukan *service* motornya. Bengkel merupakan jasa yang melayani konsumennya dalam memperbaiki kendaraan atau hanya sekedar *service* rutin kendaraan yang digunakan sehari-hari. Menurut Tjiptono (1996:6) mendefinisikan jasa merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu.

Kualitas jasa memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Ken dan Rusni (2011) Kepuasan pelanggan mempunyai hubungan yang positif dan signifikan dengan loyalitas pelanggan. Penelitian Tony Wirawan (2008) variabel kepuasan pada penanganan keluhan mempunyai hubungan yang positif dengan loyalitas pelanggan. Kondisi ini terjadi karena semakin konsumen mendapatkan apa yang diharapkannya pada saat pembelian atau pengguna jasa, semakin tinggi pula kemungkinan konsumen akan membeli kembali dalam tingkat yang sama, sehingga semakin besar tingkat kepuasan pelanggan, maka semakin besar loyalitas dengan suatu barang atau jasa.

Ketidakpuasan dalam bisnis jasa merupakan hal yang wajar terjadi, tetapi akan menjadi permasalahan yang serius jika tidak ditangani secara cepat. Menurut Mowen *et al.* (2002:101) mendefinisikan perilaku keluhan konsumen adalah

istilah yang mencakup semua tindakan konsumen yang berbeda bila mereka merasa tidak puas dengan suatu pembelian produk atau jasa. Keluhan tidak dapat dihindari oleh perusahaan, terutama perusahaan yang bergerak dibidang jasa karena memberikan pelayanan yang terbaik tidaklah mudah (Gonius, 2013). Konsumen yang merasa tidak puasterlibat dalam beberapa perilaku keluhan yang berbeda, seperti *negative WOM*, mengeluh kepada perusahaan, menarik pihak ketiga, atau bahkan tidak melakukan pembelian berulang seperti biasa (Fernandes, 2007).

Foedjawati dkk. (2007) mengatakan dalam penelitiannya pengetahuan tentang keluhan pelanggan akan membantu pengelola perusahaan memperhatikan dan memecahkan masalah yang timbul. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Winarni dan Hardjanti (2007) ketidakpuasan dalam bisnis jasa merupakan hal yang wajar terjadi, tetapi hal tersebut akan menjadi permasalahan yang serius jika tidak ditangani secara cepat dan tepat. Perilaku keluhan merupakan salah satu usaha yang mencerminkan solidaritas konsumen, karena keluhan konsumen dapat mencegah perusahaan untuk melakukan kesalahan yang sama terhadap konsumen lain (Fatma, 2012).

Penelitian Chrisna, dkk. (2013) mengatakan bahwa konsumen yang mengeluh sebenarnya masih memberikan kesempatan kepada perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada mereka. Konsumen yang menyuarakan keluhan pada saat memiliki pilihan untuk keluar menandakan konsumen tersebut loyal dengan menunjukkan bahwa terdapat hal yang salah dengan perusahaan dan perlu untuk segera diperbaiki (Huppertz, 2003).

Menanggapi keluhan konsumen bisa mempertahankan pelanggan dan bisa meningkatkan pendapatan perusahaan. Menurut Brown (dalam Tronvoll, 2012) penanganan keluhan yang sukses dapat menjadi investasipositif yang signifikan untuk layanan perusahaan menghasilkan laba dari 35-150 persenatase investasi, hal ini di dukung oleh penelitian Osarenkhoe, *et al.* (2013) yang menyatakan penanganan keluhan yang dilakukan oleh staff perusahaan dengan mencoba untuk menyelesaikan keluhan akan membuat konsumen cenderung untuk menjadi lebih loyal terhadap suatu merek.

Menurut Hanet *al.* (1995) dalam (Ngai *et al.* 2007), faktor demografi memainkan peran yang sangat penting dalam perilaku keluhan konsumen. Kotler dan Armstrong (2001:101) mendefinisikan demogafi adalah ilmu tentang populasi manusia dalam hal ukuran, kepadatan, lokasi, umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pendapatan, ras, mata pencaharian atau pekerjaan.

Usia yang lebih tua biasanya lebih sering menyuarakan keluhannya dari pada usia yang lebih muda. Karena usia yang lebih tua akan merasa lebih dirugikan atas kegagalan layanan jasa yang diterima, hal yang terjadi sebaliknya usia muda lebih cenderung pindah ke bengkel lain bila mengalami kegagalan layanan jasa. Tingkat pendapatan juga mempengaruhi perilaku keluhan konsumen bengkel *service* sepeda motor Yamaha. Konsumen yang mempunyai tingkat pendapatan yang lebih tinggi akan lebih cenderung menyampaikan keluhannya secara langsung kepada bengkel *service* sepeda motor Yamaha, dan sebaliknya konsumen yang mempunyai tingkat pendapatan yang rendah lebih cenderung menyuarakan keluhannya kepada teman atau saudara dekat. Tingkat pendidikan

dan jenis kelamin juga mempengaruhi perilaku keluhan konsumen yang mengalami kegagalan layanan jasa bengkel *service* sepeda motor. Semakin tinggi tingkat pendidikan yang diraih akan lebih berani untuk menyampaikan keluhan secara langsung. Berdasarkan latar belakang diatas dapat dirumuskan pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah (1) apakah karakteristik demografi seperti usia, tingkat pendapatan, jenis kelamin dan tingkat pendidikan berpengaruh terhadap perilaku mengeluh konsumen pada layanan jasa bengkel *service* sepeda motor Yamaha Diponegoro Denpasar ? (2) apakah ketidakpuasan berpengaruh terhadap perilaku mengeluh konsumen pada layanan jasa bengkel *service* sepeda motor Yamaha Diponegoro Denpasar ?.

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah diuraikan maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui pengaruh karakteristik demografi seperti usia, tingkat pendapatan, jenis kelamin dan tingkat pendidikan terhadap perilaku mengeluh konsumen pada layanan jasa bengkel *service* sepeda motor Yamaha Diponegoro Denpasar (2) untuk mengetahui pengaruh ketidakpuasan terhadap perilaku mengeluh konsumen pada layanan jasa bengkel *service* sepeda motor Yamaha Diponegoro Denpasar.

Kegunaan yang diharapkan dapat diperoleh melalui pelaksanaan penelitian ini adalah (1) kegunaan teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai *refrensi* tambahan dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya perilaku mengeluh konsumen. (2) kegunaan praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan atau masukan kepada pihak bengkel *service* sepeda motor Yamaha tentang pentingnya peran

karakteristik demografi dan ketidakpuasan dalam perilaku mengeluh konsumen. Hal tersebut diharapkan dapat menjadi bahan referensi di dalam mengembangkan hubungan jangka panjang dengan konsumen sepeda motor Yamaha Diponegoro Denpasar.

Penelitian yang dilakukan Phau dan Baird (2008) hasil penelitiannya menunjukkan ada hubungan positif antara usia dengan perilaku mengeluh konsumen ($p = 0,013$). Terutama responden yang berusia 40 tahun keatas, berpotensi memiliki banyak waktu dari pada responden yang lebih muda usianya. Responden yang berusia lebih tua lebih bersedia untuk mengeluarkan waktu dan usaha yang terlibat dalam membuat keluhan. Oleh karena itu, faktor demografi seperti umur benar-benar memainkan peran penting dalam perilaku mengeluh konsumen.

Jenis kelamin merupakan perbedaan yang tampak antara laki-laki dan perempuan apa bila dilihat dari nilai dan tingkah lakunya. Bisa dilihat dari penelitian yang dilakukan oleh Asmarany (2013) mengemukakan temuan demografi menunjukkan perempuan lebih mungkin untuk melakukan keluhan dan mengadu kepada pihak ketiga. Ruslan (2013) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara faktor demografi terhadap perilaku complain pelanggan dan mengungkapkan wanita lebih cenderung komplain dibandingkan dengan pria.

Tingkat pendidikan merupakan suatu kondisi jenjang pendidikan yang dimiliki oleh seseorang melalui pendidikan formal yang dipakai oleh pemerintah serta disahkan oleh departemen pendidikan. Penelitian yang dilakukan oleh Ngai *et al.* (2007) menunjukkan bahwa ditemukan hubungan yang positif dan signifikan

antara tingkat pendidikan responden dengan perilaku mengeluh konsumen. Responden dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung untuk tidak melibatkan diri dalam perilaku mengeluh konsumen. Hasil yang sama juga ditemukan oleh Phau dan Baird (2008) yang menunjukkan bahwa responden yang memiliki tingkat pendidikan yang tinggi cenderung tidak melakukan perilaku mengeluh.

Pendapatan merupakan balas jasa ataupun penghargaan yang diberikan secara teratur kepada seorang pegawai atas jasa dan hasil kerjanya. Menurut penelitian Phau dan Baird (2008) yang menunjukkan bahwa tidak memiliki hubungan yang signifikan antara pendapatan dengan perilaku mengeluh konsumen. Penelitian yang dilakukan Phau dan Sari (2004) yang menyatakan bahwa dari empat variabel demografi, tiga variabel seperti usia, pendapatan dan tingkat pendidikan memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan perilaku mengeluh konsumen.

H₁: Karakteristik demografi berpengaruh signifikan dengan perilaku mengeluh konsumen pada layanan jasa bengkel service sepeda motor Yamaha Diponegoro Denpasar.

Huppertz (2007) dalam penelitiannya menemukan bahwa ketidakpuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku mengeluh. Penelitian yang dilakukan oleh Fernandes dan Santos (2008) memperoleh hasil bahwa tingkat ketidakpuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku mengeluh. Penelitian yang dilakukan oleh Nimako (2012)

memperoleh hasil bahwa ketidakpuasan sebelumnya dapat berpengaruh negatif terhadap perilaku mengeluh konsumen.

H₂: Ketidakpuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku mengeluh konsumen pada layanan jasa bengkel *service* sepeda motor Yamaha Diponegoro Denpasar.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian disusun untuk memberikan gambaran secara sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari variabel penelitian. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara karakteristik sosial demografi, kualitas pelayanan terhadap perilaku mengeluh.. Penelitian ini dilakukan di bengkel *service* Yamaha yang beralamat di Jalan Diponegoro Denpasar-Bali. Lokasi ini dipilih karena Bengkel *service* Yamaha merupakan salah satu bengkel yang diminati yang terletak di jantung Kota Denpasar dan Kota Denpasar merupakan daerah yang mempunyai pertumbuhan ekonomi yang sangat cepat.

Pada penelitian ini, Obyek dalam penelitian ini adalah pengaruh karakteristik demografi dan ketidakpuasan terhadap perilaku mengeluh konsumen pada layanan jasa bengkel *service* sepeda motor Yamaha Diponegoro Denpasar Bali. Berdasarkan identifikasi dimensi maka dapat diuraikan definisi operasional masing-masing dimensi sebagai berikut Dimensi demografi yang terdiri dari :

- 1) Usia merupakan lama waktu kehidupan seseorang yang diukur dengan tahun dan terhitung mulai saat dilahirkan sampai saat berulang tahun. Usia merupakan dimensi pertama yang diteliti. Rentang usia yang akan

dipakai dalam penelitian ini adalah dari usia 18-40 tahun dan usia dewasa paruh baya dengan rentang usia 41-65 tahun (Kotler & Keller, 2009:99)

- 2) Pendapatan merupakan balas jasa ataupun penghargaan yang diberikan secara teratur kepada seorang pegawai atas jasa dan hasil kerjanya. Pendapatan merupakan dimensi kedua yang diteliti. Menurut penelitian Yoga dan Warmika (2013) pendapatan dikelompokkan menjadi dua, yaitu di bawah Rp. 3 juta dan Rp. 3 juta ke atas.
- 3) Tingkat pendidikan merupakan suatu kondisi jenjang pendidikan yang dimiliki oleh seseorang melalui pendidikan formal yang dipakai oleh pemerintah serta disahkan oleh departemen pendidikan. Tingkat pendidikan merupakan dimensi ketiga yang diteliti. Tingkat pendidikan dikelompokkan menjadi dua, yaitu di bawah S1 dan S1 ke atas
- 4) Jenis kelamin merupakan perbedaan yang tampak antara laki-laki dan perempuan apabila dilihat dari nilai dan tingkah laku. Jenis kelamin merupakan dimensi keempat yang diteliti. Dalam penelitian ini jenis kelamin dikelompokkan menjadi dua yaitu pria dan wanita.

Kotler (2002) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesanya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Menurut definisi tersebut, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Sebaliknya, jika

kinerja melebihi harapan maka pelanggan merasa puas. Berdasarkan penelitian Kau *and* Elizabeth (2006), terdapat indikator ketidakpuasan sebagai berikut:

- 1) Saya tidak mendapatkan pelayanan yang memuaskan
- 2) Saya tidak mendapatkan fasilitas yang lengkap

Perilaku Mengeluh adalah ketidakpuasan konsumen terhadap layanan yang diberikan oleh bengkel service sepeda motor Yamaha. Adapun indikator dari perilaku mengeluh yang di modifikasi dan diadopsi dari Singh and Wilkes (dalam Ferguson and Phau, 2012):

- 1) Berbicara dengan orang lain terhadap ketidakpuasan layanan yang diberikan oleh bengkel service sepeda motor yamaha.

Saya akan membicarakan dengan saudara, teman ataupun kerabat tentang ketidakpuasan layanan bengkel service yamaha.

- 2) Saya akan pindah ke bengkel lainnya.

Saya akan pindah ke bengkel lainnya, jika mendapat layanan yang buruk.

- 3) Tidak melakukan apa-apa.

Saya akan diam saja ketika mendapatkan layanan yang buruk.

- 4) Menyampaikan keluhan saya secara langsung kepada bengkel service sepeda motor yamaha.

Saya akan menyampaikan keluhan secara langsung kepada bengkel *service* sepeda motor yamaha.

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah pengguna motor Yamaha yang menggunakan layanan jasa di bengkel *service* sepedamotor

Yamaha Diponegoro Denpasar-Bali, berpendidikan dibawah S1 dan S1 keatas bersedia menjadi responden. Dalam penelitian ini digunakan 10 Indikator sehingga jumlah responden yang digunakan sebagai sampel berkisar antara 50-100 orang. Sampel penelitian ini dipilih sebanyak 100 orang Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, Adapun pertimbangan sampel yang ditentukan adalah responden dengan minimal usia 18 sampai dengan 65 tahun, tingkat pendapatan di bawah 3 juta dan 3 juta ke atas, tingkat pendidikan dibawah S1 dan S1 keatas, jenis kelamin pria dan wanita. Selain itu sampel dalam penelitian ini adalah responden yang pernah mengalami ketidakpuasan dalam pelayanan atau dikecewakan pada layanan jasa bengkel *servicesepe*da motor Yamaha Diponegoro Denpasar-Bali. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang bersifat tertutup dan terbuka dengan menyusun serangkaian pertanyaan yang akan dijawab oleh responden. Teknik analisis data yang digunakan untuk memecahkan masalah dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana dan Uji Chi – square

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari faktor demografi yaitu usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan serta ketidakpuasan terhadap perilaku mengeluh pelanggan bengkel *service* sepeda motor Yamaha Diponegoro Denpasar-Bali. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan bengkel Yamaha Diponegoro Denpasar-Bali.

Karakteristik responden penelitian berdasarkan usia dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2.
Responden Berdasarkan Usia

Klasifikasi	Jumlah	
	Orang	Persentase
Usia	18-40 Tahun	49
	41-65 Tahun	51
Total	100	100

Sumber : data diolah 2014

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa konsumen yang berusia 45-65 tahun mendominasi dalam penelitian ini. Hal ini dikarenakan pada rentang umur tersebut konsumen sadar akan kendaraan yang digunakan dan kenyamanan kendaraan yang digunakan. Oleh sebab itu pada rentang umur tersebut konsumen lebih cenderung melakukan atau menyuarakan ketidakpuasannya dengan melakukan komplain.

Karakteristik responden penelitian berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 3

Tabel 3.
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Klasifikasi	Jumlah	
	Orang	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	45
	Perempuan	55
Total	100	100

Sumber : data diolah 2014

Berdasarkan Tabel 3 konsumen yang berjenis kelamin perempuan mendominasi responden dalam penelitian ini. Hal ini disebabkan karena perempuan lebih cenderung melakukan perilaku mengeluh dibandingkan dengan laki-laki, karena perempuan takut kendaraan yang digunakannya mengalami kerusakan di tengah perjalanan yang membuat perjalanannya terganggu dan

perempuan lebih merasa senang jika kendaraan yang digunakannya nyaman dan dapat diandalkan.

Karakteristik responden penelitian berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4.
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Klasifikasi	Jumlah		
	Orang	Persentase	
Tingkat Pendidikan	Dibawah S1	45	45
	S1 Keatas	55	55
Total	100	100	

Sumber : data diolah 2014

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa responden yang memiliki pendidikan S1 ke atas lebih peka terhadap kenyamanan kendaraanya karena responden yang memiliki pendidikan S1 ke atas lebih banyak memiliki mobilitas yang tinggi yang menuntut mereka memiliki kendaraan yang nyaman digunakan dan tidak mengganggu mobilitas dan pekerjaannya.

Karakteristik responden penelitian berdasarkan tingkat pendapatan dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5.
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Klasifikasi	Jumlah		
	Orang	Persentase	
Tingkat Pendapatan	Dibawah Rp 3.000.000	42	42
	Rp 3.000.000 Keatas	58	58
Total	100	100	

Sumber : data diolah 2014

Berdasarkan Tabel 5 tersebut diketahui bahwa responden yang memiliki pendapatan lebih dari Rp 3.000.000 cenderung rajin melakukan perawatan kendaraan bermotornya karena mereka yang memiliki penghasilan yang lebih dari Rp 3.000.000 cenderung menyisihkan penghasilannya lebih banyak untuk

melakukan perawatan kendaraan bermotornya secara rutin, dan responden yang berpenghasilan lebih dari Rp 3.000.000 cenderung memiliki mobilitas yang tinggi untuk menuntut kenyamanan dari kendaraan bermotornya.

Hasil Uji Validitas

Tabel 6.

Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item Pernyataan	Korelasi Item Total	Keterangan
1	Ketidakpuasan	X2.1	0.926	Valid
		X2.2	0.955	Valid
		Y1.1	0.953	Valid
2	Perilaku Mengeluh	Y1.2	0.923	Valid
		Y1.3	0.960	Valid
		Y1.4	0.936	Valid

Sumber : data diolah 2014

Tabel 6 menunjukkan bahwa seluruh koefisien korelasi dari indikator variabel yang diuji nilainya lebih besar dari 0,30 ($r > 0,3$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh indikator yang terdapat pada penelitian ini terbukti *valid*.

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 7.

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Ketidakpuasan	0.857	Reliabel
Perilaku Mengeluh	0.955	Reliabel

Sumber : data diolah 2014

Tabel 7 menunjukkan masing-masing nilai *Cronbach's Alpha* pada tiap instrumen tersebut lebih besar dari 0,6 (*Cronbach's Alpha* > 0,6). Hal tersebut menunjukkan bahwa semua instrumen reliabel sehingga dapat digunakan untuk melakukan penelitian

Deskriptif Variabel Penelitian

Ketidakpuasan

Variabel ketidakpuasan pada penelitian ini merupakan variabel bebas. Variabel ketidakpuasan yang disimbolkan dengan X_2 serta diukur dengan menggunakan 2 pernyataan yang ditanggapi menggunakan 5 poin Skala Likert. Berdasarkan Tabel 8 diketahui persepsi responden mengenai variabel ketidakpuasan adalah sebagai berikut:

- 1) Dilihat dari pernyataan “Saya tidak mendapatkan pelayanan yang memuaskan di bengkel *service* sepeda Motor Yamaha”, diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,53 yang masuk kriteria baik, ini berarti secara umum responden menganggap bahwa pelayanan yang didapat di bengkel *service* sepeda motor Yamaha tidak memuaskan dan konsumen merasa puas atas hasil *service* yang didapat di bengkel *service* sepeda motor Yamaha.
- 2) Dilihat dari pernyataan “Saya tidak mendapatkan fasilitas yang lengkap di bengkel *service* sepeda motor Yamaha”, diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,41 yang masuk kriteria baik, ini berarti secara umum responden menganggap bahwa fasilitas yang terdapat di bengkel *service* motor Yamaha tidak memuaskan dan responden merasa tidak nyaman menunggu saat kendaraanya di *service* oleh pihak bengkel Motor Yamaha.

Tabel 8.
Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Ketidakpuasan

No	Pernyataan	Proporsi Jawaban Responden					Rata-Rata	Kriteria
		1	2	3	4	5		
1	Saya tidak mendapatkan pelayanan yang memuaskan di bengkel service sepeda Motor Yamaha.	0	18	25	43	14	3.53	Baik
2	Saya tidak mendapatkan fasilitas yang lengkap di bengkel service sepeda motor Yamaha.	10	10	25	39	16	3.41	Baik

Sumber : data diolah 2014

Perilaku Mengeluh

Variabel perilaku mengeluh pada penelitian ini merupakan variabel terikat. Variabel perilaku mengeluh yang disimbolkan dengan Y serta diukur dengan menggunakan 4 pernyataan yang ditanggapi menggunakan 5 poin Skala Likert. Berdasarkan Tabel 9 diketahui persepsi responden mengenai variabel perilaku mengeluh adalah sebagai berikut:

- 1) Dilihat dari pernyataan “Saya membicarakan keluhan saya kepada teman ataupun saudara, ketika mendapatkan pelayanan yang buruk di bengkel *service* sepeda motor Yamaha”, diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,26 yang masuk kriteria baik, ini berarti secara umum responden akan bercerita kepada rekannya ketika mendapatkan pelayanan yang kurang memuaskan dari pihak bengkel *service* motor Yamaha.
- 2) Dilihat dari pernyataan “Saya akan pindah ke bengkel *service* motor lainnya, ketika mendapatkan pelayanan yang buruk.”, diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,35 yang masuk kriteria baik, ini berarti secara umum responden akan beralih atau pindah ke bengkel *service* motor lainnya ketika tidak mendapatkan pelayanan yang memuaskan dari pihak bengkel *service* motor Yamaha.

- 3) Dilihat dari pernyataan “Saya tidak melakukan apa-apa ketika mendapatkan pelayanan yang buruk”, diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,57 yang masuk kriteria baik, ini berarti secara umum responden akan berdiam diri ketika mendapatkan pelayanan yang buruk dari pihak bengkel motor Yamaha. Sebenarnya hal ini sangat berbahaya bagi pihak bengkel karena pihak bengkel sulit untuk mendapatkan saran untuk menjadi yang terbaik dari konsumen
- 4) Dilihat dari pernyataan “Saya akan menyampaikan keluhan secara langsung kepada karyawan atau manajer bengkel service sepeda motor Yamaha”, diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,39 yang masuk kriteria baik, ini berarti secara umum responden akan menyampaikan keluhannya secara langsung pada karyawan atau manajer bengkel *service* secara langsung. Hal ini sebenarnya menjadi hal yang baik demi kemajuan bengkel *service* Motor Yamaha tersebut.

Tabel 9.
Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Perilaku Mengeluh

No	Pernyataan	Proporsi Jawaban Responden					Rata-Rata	Kriteria
		1	2	3	4	5		
1	Saya membicarakan keluhan saya kepada teman ataupun saudara, ketika mendapatkan pelayanan yang buruk dibengkel <i>service</i> sepeda motor Yamaha.	12	6	33	42	7	3.26	Baik
2	Saya akan pindah ke bengkel <i>service</i> motor lainnya, ketika mendapatkan pelayanan yang buruk.	6	13	34	34	13	3.35	Baik
3	Saya tidak melakukan apa-apa ketika mendapatkan pelayanan yang buruk.	0	19	19	48	14	3.57	Baik
4	Saya akan menyampaikan keluhan secara langsung kepada karyawan atau manajer bengkel <i>service</i> sepeda motor Yamaha.	10	8	25	47	10	3.39	Baik

Sumber : data diolah 2014

Pengaruh Karakteristik demografi terhadap Perilaku Mengeluh Konsumen

Tabel 10.
Pengaruh Usia terhadap Perilaku Mengeluh

	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	25.726 ^a	11	.007
Likelihood Ratio	29.590	11	.002
Linear-by-Linear Association	11.400	1	.001
N of Valid Cases	100		

Sumber : data diolah 2014

Hasil uji Chi-Square menunjukkan hasil 25.726 dengan taraf nyata sebesar 0,007. Nilai taraf nyata sebesar $0,007 < 0,05$ menunjukkan bahwa usia mempunyai pengaruh yang nyata terhadap perilaku mengeluh.

Tabel 11.
Pengaruh Jenis Kelamin terhadap Perilaku Mengeluh

	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	44.395 ^a	11	.000
Likelihood Ratio	52.443	11	.000
Linear-by-Linear Association	20.344	1	.000
N of Valid Cases	100		

Sumber : data diolah 2014

Hasil uji Chi-Square menunjukkan hasil 44.395 dengan taraf nyata sebesar 0,000. Nilai taraf nyata sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa jenis kelamin mempunyai pengaruh yang nyata terhadap perilaku mengeluh.

Tabel 12.
Pengaruh Tingkat Pendidikan terhadap Perilaku Mengeluh

	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	63.909 ^a	11	.000
Likelihood Ratio	80.263	11	.000
Linear-by-Linear Association	50.907	1	.000
N of Valid Cases	100		

Sumber : data diolah 2014

Hasil uji Chi-Square menunjukkan hasil 63.909 dengan taraf nyata sebesar 0,000. Nilai taraf nyata sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa tingkat pendidikan mempunyai pengaruh yang nyata terhadap perilaku mengeluh.

Tabel 13.
Pengaruh Tingkat Pendapatan terhadap Perilaku Mengeluh

	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	20.055 ^a	11	.045
Likelihood Ratio	23.263	11	.016
Linear-by-Linear Association	7.541	1	.006
N of Valid Cases	100		

Sumber : data diolah 2014

Hasil uji Chi-Square menunjukkan hasil 20.055 dengan taraf nyata sebesar 0,045. Nilai taraf nyata sebesar $0,045 < 0,05$ menunjukkan bahwa tingkat pendapatan mempunyai pengaruh yang nyata terhadap perilaku mengeluh.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan berpengaruh signifikan terhadap perilaku mengeluh konsumen pada bengkel *service* motor Yamaha. Hasil ini mendukung hipotesis pertama yang menyatakan bahwa karakteristik demografi berpengaruh signifikan dengan perilaku mengeluh konsumen pada layanan jasa bengkel *service* sepeda motor Yamaha Diponegoro Denpasar. Hal ini didukung oleh penelitian Phau dan Baird (2008) yang menunjukkan ada hubungan positif antara usia dengan perilaku mengeluh konsumen. Asmarany (2013) mengemukakan temuan demografi menunjukkan perempuan lebih mungkin untuk melakukan keluhan dan mengadu kepada pihak ketiga. Ruslan (2013) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara faktor demografi terhadap perilaku complain pelanggan dan mengungkapkan wanita lebih cenderung complain dibandingkan dengan pria. Ngai *et al.* (2007) menunjukkan bahwa ditemukan hubungan yang positif dan

signifikan antara tingkat pendidikan responden dengan perilaku mengeluh konsumen.

Pengaruh Ketidakpuasan Terhadap Perilaku Mengeluh Konsumen

Hasil analisis ini mengacu pada hasil pengaruh karakteristik demografi dan ketidakpuasan terhadap perilaku mengeluh konsumen pada layanan jasa bengkel *service* motor Yamaha. Berdasarkan hasil analisis data, dapat dirumuskan persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Y &= 0,129 + 0,941(X_2) \\ SE &= 0,031 \\ t_{hitung} &= 30,271 \\ Sig. &= 0,000 \\ R^2 &= 0,903 \\ F_{hitung} &= 916.346 \text{ Sig.} = 0,000 \end{aligned}$$

Keterangan:

Y = Perilaku Mengeluh
X₂ = Ketidakpuasan

Persamaan regresi linear sederhana tersebut menunjukkan arah masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Persamaan regresi linear sederhana tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

X₂ = + 0,941, menunjukkan bahwa ketidakpuasan berpengaruh positif terhadap perilaku mengeluh pada layanan jasa bengkel *service* Motor Yamaha.

R² = 0,903, yang berarti bahwa sebesar 90,3 persen ketidakpuasan mempengaruhi perilaku mengeluh pada layanan jasa bengkel *service* motor Yamaha, sedangkan sisanya sebesar 9,7 persen dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar model.

Berdasarkan analisis data diketahui bahwa nilai signifikansi uji t sebesar 0,000, nilai signifikansi uji t sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak, ini berarti ketidakpuasan berpengaruh signifikan terhadap perilaku mengeluh. Koefisien regresi X_2 sebesar 0,941, menunjukkan bahwa meningkatnya ketidakpuasan konsumen maka akan meningkatkan pula perilaku mengeluh dari konsumen. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Huppertz (2007) dalam penelitiannya menemukan bahwa ketidakpuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku mengeluh. Penelitian yang dilakukan oleh Fernandes dan Santos (2008) memperoleh hasil bahwa tingkat ketidakpuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku mengeluh. Penelitian yang dilakukan oleh Nimako (2012) memperoleh hasil bahwa ketidakpuasan sebelumnya dapat berpengaruh negatif terhadap perilaku mengeluh konsumen.

Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian ini terdapat beberapa implikasi temuan penelitian dengan kebijakan yang dapat dilakukan, serta strategi-strategi pemasaran yang dapat diaplikasikan yaitu:

- 1) Karakteristik demografi secara signifikan berpengaruh terhadap perilaku mengeluh konsumen pada layanan jasa bengkel *service* motor Yamaha. Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi pemilik bengkel *service* motor Yamaha agar lebih memperhatikan karakteristik konsumen, misalnya dengan cara memberikan fasilitas seperti ruang tunggu yang nyaman, dan pengharum ruangan agar konsumen merasa betah pada saat menggunakan jasa *service* Yamaha. Untuk konsumen perempuan bisa

disediakan majalah khusus wanita dan menyediakan fasilitas zona bermain untuk anak-anak, karena kebanyakan konsumen perempuan membawa serta anaknya dalam menggunakan jasa *service* Yamaha.

- 2) Ketidakpuasan secara signifikan berpengaruh positif terhadap perilaku mengeluh konsumen pada layanan jasa bengkel *service* motor Yamaha. Hasil penelitian menyatakan bahwa sebaiknya perusahaan memberikan pelayanan yang maksimal kepada setiap konsumen yang ada. Karena jika konsumen merasa tidak puas akan membuat perilaku mengeluh konsumen akan meningkat dan membuat bengkel *service* motor Yamaha ditinggalkan oleh konsumennya.

Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang mempengaruhi kondisi dari penelitian yang dilakukan. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini antara lain:

- 1) Jumlah sampel yang tergolong kecil karena keterbatasan waktu dan biaya.
- 2) Ruang lingkup penyebaran kuesioner hanya terbatas pada bengkel *service* sepeda motor Yamaha Diponegoro Denpasar Bali, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisir untuk konsumen di bengkel Yamaha lainnya serta

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Karakteristik Demografi berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku mengeluh konsumen pada layanan jasa bengkel *service* motor Yamaha.
- 2) Ketidakpuasan secara signifikan berpengaruh positif terhadap perilaku mengeluh konsumen pada layanan jasa bengkel *service* motor Yamaha.

Berdasarkan hasil pembahasan yang dikemukakan dapat diberikan saran sebagai berikut:

- 1) Pemilik bengkel *service* motor Yamaha agar meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Hal ini akan berdampak pada perilaku mengeluh yang akan ditunjukkan oleh para konsumen. Pihak bengkel *service* motor Yamaha juga harus mempelajari karakteristik demografi konsumen yang berkunjung ke bengkel agar pelayanan jasa yang diberikan tepat sasaran dan tidak membuat pelanggan atau konsumen merasa tidak puas.
- 2) Pihak bengkel sebaiknya memperhatikan kritik dan saran yang diberikan oleh konsumen agar bengkel dapat lebih baik ke depannya dalam hal pelayanan jasa yang diberikan. Selain itu, pihak bengkel juga seharusnya membuka kotak saran di dalam bengkel atau pelayanan saran melalui SMS ataupun via telpon agar konsumen merasa nyaman menyampaikan keluhan atau sarannya yang dapat membuat pelayanan bengkel lebih baik dari sebelumnya. Pihak bengkel juga bisa menampung saran konsumen melalui media sosial atau web

khusus untuk menyampaikan saran, keluhan ataupun kepuasan dalam pelayanan yang diterima dan tidak memerlukan biaya yang besar.

3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Diperlukan penambahan jumlah sampel dan memperluas ruang lingkup penelitian yang tidak hanya terbatas di bengkel *service* sepeda motor Yamaha Diponegoro Denpasar Bali saja, sehingga hasil penelitian dapat di generalisasikan secara lebih luas.

REFRENSI

- AISI.2013. Tentang Data Penjualan Motor Di Indonesia <http://www.aisi.or.id/statistic/>. Diunduh tanggal 14 Maret 2014
- Aryani, Dwi dan Febrina Rosinta. 2010. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Vol. 17, No.2, pp. 114-126.
- Asmarani, Anugriaty Indah. 2013. Bias Gender sebagai Prediktor Kekerasan Dalam Rumah Tangga. *Z*, 35 (1), h: 1-20
- Chrisna, Ferdyan Chandra dan Yessy Artanti. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 1, No. 4, pp. 1105-1116
- Fatma, Anne. 2012. Intensi Komplain Konsumen Ditinjau Dari Sikap dan Asertivitasnya. *Journal Talenta Psikologi*, Vol. 1, No. 1, pp. 18-28.
- Ferdian, A. 2002. Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Fernandes, Daniel Von der Heyde; Cristiane Pizzuti dos Santos. 2007. Consumer Complaining Behaviour in Developing Countries: The Case of Brazil. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behaviour* Vol. 20, ABI/INFORM Research pp. 86-109.
- Fernandes, D. Santos, C.P. 2008. "The Antecedents of the Consumer Complaining Behavior (CCB)", *Advances in Consumer Research*, Vol.35, pp.584-591.

- Foedjiawati dan Hatane Samuel. 2007. Pengaruh Sikap, Persepsi Nilai dan Persepsi Peluang Keberhasilan Terhadap Niat Menyampaikan Keluhan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 2, No. 1, pp.43-58.
- Ferguson, Graham and Ian Phau. 2012. A Cross- Nation Investigation of University Students's Complaining Behaviour and Attitudes to Complaining. *Journal of International Education in Business* Vol. 5 No. 1 pp.50-70.
- Gonius, Natalia. 2013. Studi Deskriptif Tentang *Costumer Complaints* Di Restoran *Wok Noodles* Di *Galaxy Mall* Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, Vol. 2, No.1, pp 1-15.
- Huppertz, John W. 2003. An Effort Model of First-Stage Complaining Behaviour. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behaviour* Vol. 16, ABI/INFORM pp. 132-144.
- Huppertz, John W. 2007. "Firms' complaint handling policies and consumer complaint voicing." *Journal of Consumer Marketing*, 24(7), pp: 428-437.
- Ken. dan Rusni Susanti 2011. Peningkatan Loyalitas Pelanggan Melalui Kepantasan Harga Dan Penanganan Komplain Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Dalam *Jurnal Ekonomi-Manajemen* Vol 18, No 31
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jilid 1. Edisi kesebelas.
- Kusmayadi dan Sugiarto, Endar. 2000. *Metodelogi Penelitian dalam Bidang Kepariwisata*. Jakarta: Gramedia
- Lupiyoadi Rambat dan Hamdani A. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mini, Vera M. 2010. Pengaruh Pengalaman Konsumen Pada Sikap, Persepsi, dan Perilaku yang Ditampilkan Saat Mengalami Ketidakpuasan atau Keluhan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol. 4, No. 3, pp. 221-238.
- Mowen John C. dan Minor Michael. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Ngai Eric W.T., Heung Vincent C.S., Wong Y.H. dan Chan K.Y. 2007. Consumer complaint behaviour of Asians and non Asians about hotel services. Dalam *European Journal of Marketing*, 41(11/12): h: 1375-1391
- Nimako, Simin Gyasi. 2012. "Customer Dissatisfaction and Complaining Responses Towards Mobile Telephony Services." *The African Journal of Information System*. 4(3), pp: 84-99.

- Osarenkhoe, Aihie and Mabel Birungi Komunda. 2013. Redress for Customer Dissatisfaction and Its Impact on Customer Satisfaction and Customer Loyalty. *Journal of Marketing Development and Competitiveness* Vol. 7, No.2, pp. 102-113.
- Phau Ian. dan Sari Puspita Riana. 2004. Engaging in complaint behaviour: An Indonesian perspective. Dalam *Marketing Intelligence & Planning*, 22(4): h: 407
- Phau Ian. dan Baird Michael. 2008. Complainers versus non-complainers retaliatory responses towards service dissatisfactions. Dalam *Marketing Intelligence & Planning*, 26(6): h: 587-604
- Pawitra, Teddy. 2001. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Prasetijo Ristiyanti dan Ihalauw J.O.I John. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi
- Rulsan, Candra. 2013. Studi Deskriptif Prilaku Komplain dan Motif Komplain Pelanggan Restoran Di Hotel X Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 2 (1).
- Singarimbun Masri dan Effendi Sofian. 2008. *Metode Penelitian Survei*. LP3ES Indonesia.
- Siregar, Syofian. 2010. *Statistika deskriptif untuk penelitian : dilengkapi perhitungan manual dan aplikasi SPSS versi 17*. Jakarta : Rajawali Pers, Edisi 1.
- Sumarwan, Ujang. 2002. *Perilaku konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Penerbit.Pt. Ghalia Indonesia dengan MMA-IPB, Bogor selatan.
- Sutisna dan Teddy Pawitra. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Setiawan Budi Mulyo. dan Ukudi. 2007. Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada PD. BPR Bank Pasar Kendal). Dalam *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 14(2): h:215-227
- Tronvoll, Bard. 2012. A Dynamic Model of Customer Complaining Behaviour from The Perspective of Service Dominant Logic. *European Journal of Marketing* Vol.46 No.1/2 pp.284-305.

- Tony Wirawan 2008. Pengaruh Kepuasan Pada Penanganan Keluhan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Konsumen Natasha Skincare Dalam *Jurnal Ilmu Ekonomi-Bisnis* vol XIV no 1
- Wisnalmawati.2005. Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat pembelian Ulang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, No. 3 Jilid 10 2005, h. 153-165
- Winarni.dan Hardjanti Dyah. 2007. Pengaruh Penanganan Perilaku Keluhan Konsumen (Perilaku Karyawan, Kecepatan Perusahaan, Pemberian Kompensasi) Terhadap penggunaan Ulang Jasa Iklan (Studi Kasus pada CV. Inovasi Advertising, Surabaya).Dalam *jurnal Aplikasi Adsminitrasi*, 9(1).
- Yoga, S dan K. Warmika.2012 . Hubungan Karakteristik Demografi Dengan Perilaku Keluhan Konsumen. *Jurnal Ekonomi*. Denpasar.
- Yulianti Lilik Noor. dan Anzola Yuza. 2009. Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Tanggapan Perusahaan Pascatindakan Komplain Melalui Media Cetak. Dalam *jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, 2(2): h: 186-192