

PENGARUH KETIDAKPUASAN DAN SIKAP MENGELUH TERHADAP PERILAKU MENGELUH PENGGUNA MOBIL SUZUKI DI KOTA DENPASAR

**I Gede Eka Sumanjaya Putra¹
I Made Wardana²**

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

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

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh ketidakpuasan dan sikap mengeluh terhadap perilaku mengeluh pengguna mobil Suzuki di kota Denpasar. Penelitian ini menggunakan riset kualitatif yaitu dengan menggunakan *survey* dan kuesioner terhadap 105 responden. Ditemukan hasil bahwa ketidakpuasan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku mengeluh pengguna mobil Suzuki di kota Denpasar dan sikap mengeluh berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku mengeluh pengguna mobil Suzuki di kota Denpasar. Sikap mengeluh menjadi variabel yang berpengaruh dominan terhadap perilaku mengeluh pengguna mobil Suzuki di kota Denpasar.

Kata Kunci : Ketidakpuasan, Sikap Mengeluh, Perilaku Mengeluh

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the influence of dissatisfaction and complaining attitude toward complaining user behavior Suzuki car in Denpasar. This study used a qualitative research using surveys and questionnaires to 105 respondents. It was found that dissatisfaction is a positive and significant effect on the behavior of users complaining Suzuki car in Denpasar and complaining attitude positive and significant effect on the behavior of users complaining Suzuki car in Denpasar. Attitude complained become dominant variables that affect the behavior of users complaining Suzuki car in Denpasar.

Keywords : *Dissatisfaction, Complaining Attitude, Complaining Behavior*

PENDAHULUAN

Alat transportasi merupakan salah satu aspek penting di era globalisasi karena dapat mempermudah seseorang dalam menjalani aktivitas yang akan dilakukan. Banyaknya alat transportasi yang digunakan oleh masyarakat membuat perusahaan berlomba-lomba untuk membuat perusahaan transportasi. Salah satu perusahaan transportasi terkemuka yang ada salah satunya adalah Suzuki. Suzuki salah satu perusahaan yang memproduksi kendaraan roda 4 (empat). Penjualan mobil Suzuki khususnya di kota Denpasar mengalami penurunan dari tahun 2010-2013 yang terlihat dari tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Data Penjualan Mobil Suzuki di Denpasar Tahun 2010-2013

No.	Tahun	Penjualan
1	2010	683
2	2011	691
3	2012	729
4	2013	685

Sumber : Dealer Imam Bonjol, Denpasar

Penurunan yang terjadi pada tahun 2013 tercermin dari perilaku konsumen yang sudah berubah karena adanya faktor ketidakpuasan konsumen. Perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk atau jasa setelah melakukan hal-hal di atas atau kegiatan mengevaluasi (Sumarwan, 2004:26).

Penyebab dan konsekuensi dari jenis perilaku konsumen adalah kunci dari persaingan yang semakin meningkat antara produk dan jenis penjualan lainnya (Kim *et al.*, 2003 dalam Velazquez *et al.*, 2010). Kegagalan layanan yang menyebabkan ketidakpuasan pelanggan tidak dapat dihindari terjadi pada toko-

toko yang dikelola dengan baik (Chang dan Chin, 2011). Ketidakpuasan konsumen selalu terlahir karena terdapat kesenjangan dari apa yang diharapkan dengan apa yang dirasakan. Ketidakpuasan yang berasal dari keluhan mungkin berasal dari pengalaman pembelian yang mengalami permasalahan baik secara fungsional atau *non* fungsional terkait dengan penggunaan atau konsumsi produk, seperti evaluasi harga (Vela'zquez *et al.*, 2010).

Ketidakpuasan konsumen akan mengakibatkan citra buruk perusahaan. Perusahaan harus berusaha untuk memperbaiki ketidakpuasan layanan dan menyembuhkan konsumen yang tidak puas kembali menjadi puas, untuk mencegah berbagai perilaku yang tidak diinginkan (Hart dkk, 1990 dalam Ferguson, Graham and Phau, 2012). Menurut Bahr (1980) dalam Mahayudin *et al.*, (2010) penelitiannya menyatakan bahwa kekecewaan adalah salah satu alasan pengukuran yang digunakan sebagai pengganti ketidakpuasan karena harapan yang tak terpenuhi. Penanganan yang efektif bisa mengubah konsumen dan dapat memberikan peluang untuk mengubahh seseorang pelanggan yang tidak puas menjadi puas (Artanti dan Lestari, 2010).

Hubungan antara sikap mengeluh dan perilaku mengeluh adalah berpengaruh positif menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Vela'zquez *et al.* (2010). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sleiman (2011) menyatakan bahwa sikap memiliki pengaruh secara signifikan terhadap perilaku mengeluh konsumen. Hasil penelitian yang sama juga ditemukan oleh Ferguson *and* Ian (2012) yang menyatakan bahwa identifikasi sikap memiliki pengaruh positif

terhadap perilaku mengeluh. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya mengenai sikap mengeluh dan perilaku mengeluh masih terdapat *research gap*.

Singh (1988) dalam Lerman (2006) mengidentifikasi tiga jenis perilaku mengeluh: suara, tindakan pribadi, tindakan pihak ketiga. Sebagian besar suara mengacu pada perilaku mengeluh langsung diarahkan ke pada pihak yang bersalah atau dikeluhkan. Meningkatkan kualitas dan mengamankan pendapatan masa depan, penyedia layanan harus mengakui pentingnya memahami kebutuhan pelanggan mereka, dengan demikian meningkatkan retensi pelanggan (Bodey and Debra, 2006).

Sikap didefinisikan sebagai sebuah kecenderungan psikologis yang diungkapkan dengan mengevaluasi entitas tertentu dengan beberapa tingkat bantuan atau ketidakpuasan. Sikap juga merupakan keseluruhan tindakan dan sifatnya bisa positif atau negatif (Mini, 2010). Sikap mengeluh dapat juga dipahami sebagai kecenderungan pribadi konsumen puas untuk mencari ganti rugi dari perusahaan (Matos *et al.* 2009). Sikap mengeluh sebagian besar mempunyai perilaku mengeluh. Keluhan adalah konsekuensi alami dari setiap kegiatan pelayanan karena kesalahan fitur yang tidak dapat dihindari dari semua usaha dan demikian juga dengan pelayanan (Mousavi and Esfidani, 2013).

Pengalaman pelanggan menyebabkan emosi negatif dapat mengakibatkan kerusakan besar untuk perusahaan-perusahaan dalam hal reputasi mereka dan hubungan dengan pelanggan mereka (Svari *et al.*, 2011). Ferguson and Ian (2012) menyatakan bahwa sikap mengeluh memiliki sifat positif dengan perkiraan yang

mempunyai respon keluhan dengan penjual (menyuarakan), memberitahu teman-teman dan kerabat keluarga dan mengambil tindakan dengan pihak eksternal.

Teori niat keluhan konsumen secara konsisten mengusulkan perilaku mengeluh ke dalam kategori yang berbeda. Ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki sikap mengeluh dan mempengaruhi sikap keluhan dan perilaku mengeluh (Ferguson dan Ian, 2012). Keluhan mengungkapkan masalah yang dalam banyak kasus yang signifikan dan pantas dapat perhatian dari pengecer dan produsen (Donoghue dan Klerk, 2006). Keluhan pelanggan merupakan kesempatan bagi perusahaan untuk mengekstra informasi yang berharga dan mendapatkan pengetahuan mendalam (Lutek *et al.*, 2010).

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.

H₁ : Ketidakpuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku mengeluh.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Vela'zquez *et al.* (2010), sikap mengeluh memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku mengeluh. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sleiman (2011), sikap mengeluh memiliki pengaruh secara signifikan terhadap perilaku mengeluh konsumen. Hasil

penelitian yang sama juga ditemukan oleh Ferguson and Ian (2012), diidentifikasi sikap memiliki pengaruh positif terhadap perilaku mengeluh. Oleh sebab itu, penulis merumuskan hipotesis kedua :

H₂ : Sikap mengeluh berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku mengeluh.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kota Denpasar yang menjadi pusat aktivitas dan perekonomian yang ada di provinsi Bali dan menyebabkan banyaknya masyarakat kota Denpasar yang menggunakan kendaraan roda 4 (empat). Adapun subjek penelitian ini adalah konsumen atau masyarakat yang berdomisili di kota Denpasar dan menggunakan mobil Suzuki dalam menjalankan aktivitas kesehariannya. Objek dari penelitian ini adalah faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku masyarakat yang berkaitan dengan perilaku mengeluh, khususnya ketidakpuasan dan sikap mengeluh pengguna mobil Suzuki di kota Denpasar.

Data primer dalam penelitian ini adalah persepsi dari responden terhadap setiap pernyataan dalam kuesioner dan data sekunder penelitian ini adalah data penjualan mobil di Kota Denpasar tahun 2010-2013.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen atau masyarakat kota Denpasar yang menggunakan mobil Suzuki. Teknik pengambilan sampel yang dipilih dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan cara *non-probability sampling* yaitu setiap elemen dalam populasi tidak memiliki peluang yang sama

untuk dipilih menjadi sampel atau sampel dilakukan dengan tidak acak dan bersifat subjektif (Sugiyono, 2012:120). Jumlah responden yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 105 orang dengan kriteria Memiliki status pendidikan minimal SMA/setara dan sudah menggunakan produk mobil suzuki di Kota Denpasar.

Data penelitian ini dikumpulkan dengan instrumen berupa kuesioner yang disebarakan secara langsung kepada responden. Pengumpulan data dilakukan selama kurang lebih dua minggu dengan menyasar masyarakat yang menggunakan mobil Suzuki. Skala yang digunakan pada penelitian ini yaitu skala Likert 5 poin yang disebarakan secara langsung kepada responden. Uji validitas dan uji reliabilitas digunakan untuk meneliti apakah kuesioner yang sudah disebarakan tersebut akurat dan layak diteliti dan digunakan lebih lanjut.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data regresi linear berganda untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh ketidakpuasan dan sikap mengeluh terhadap perilaku mengeluh. Hipotesis pada penelitian ini diuji dengan menggunakan uji simultan (F-test) dan uji parsial (t-test) untuk mengetahui pengaruh antar variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, pendidikan, dan jenis pekerjaan. Secara spesifik, karakteristik demografi konsumen dalam penelitian ini ditunjukkan pada tabel 2.

Tabel 2 Karakteristik Demografi Responden

No	Karakteristik Variabel	Keterangan	Jumlah	
			N	Persentase
1	Jenis Kelamin	Laki-Laki	50	47,6
		Perempuan	55	52,4
	Jumlah		105	100
2	Pendidikan	SMA	30	28,6
		Diploma	10	9,5
		Sarjana	23	21,9
		Pascasarjana	42	40
Jumlah		105	100	
3	Pekerjaan	Mahasiswa	33	31,4
		PNS	28	26,6
		Pegawai Swasta	44	42
	Jumlah		105	100

Sumber: Data Primer, diolah pada Tahun 2014

Hasil uji validitas dalam ditemukan hasil bahwa seluruh koefisien korelasi dari indikator variabel yang diuji nilainya lebih besar dari 0,30. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh indikator pada penelitian ini dinyatakan *valid*.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item Pernyataan	Korelasi Item Total	Keterangan
1	Ketidakpuasan	X _{1.1}	0,765	Valid
		X _{1.2}	0,802	Valid
		X _{1.3}	0,797	Valid
2	Sikap Mengeluh	X _{1.1}	0,809	Valid
		X _{1.2}	0,812	Valid
		X _{1.3}	0,447	Valid
		X _{1.4}	0,683	Valid
3	Perilaku Mengeluh	Y _{1.1}	0,547	Valid
		Y _{1.2}	0,777	Valid
		Y _{1.3}	0,618	Valid
		Y _{1.4}	0,751	Valid
		Y _{1.5}	0,343	Valid
		Y _{1.6}	0,498	Valid
		Y _{1.7}	0,508	Valid
		Y _{1.8}	0,494	Valid

Sumber: Data diolah, 2014

Pada uji reliabilitas yang dilakukan terhadap setiap instrumen penelitian memperoleh hasil bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada tiap instrumen penelitian ini menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,6. Hal tersebut menunjukkan bahwa semua instrumen penelitian ini reliabel sehingga dapat digunakan untuk melakukan penelitian. Secara lebih rinci, hasil uji reliabilitas ditunjukkan pada tabel 4.

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Ketidakpuasan	0,694	Reliabel
2	Sikap Mengeluh	0,637	Reliabel
3	Perilaku Mengeluh	0,708	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2014

Uji normalitas yang dilakukan dalam penelitian ini memperoleh hasil temuan bahwa variabel – variabel penelitian telah memenuhi syarat normalitas setelah diuji dengan program *SPSS for Windows*. Pada uji multikolinearitas terlihat hasil tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi tersebut karena nilai dari *tolerance* dan VIF masing-masing menunjukkan nilai *tolerance* yang dimiliki seluruh variabel bebas lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF yang dihasilkan kurang dari 10 dan ditunjukkan dengan tabel 5.

Tabel 5 Hasil Uji Multikolinearitas (*Tolerance* dan *VIF*)

Variabel	Tolerance	VIF
Ketidakpuasan	0,768	1,302
Sikap mengeluh	0,768	1,302

Sumber: Data diolah, 2014

Hasil uji heteroskedastisitas didapatkan hasil bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas model regresi dalam penelitian ini karena seluruh nilai signifikansi yang diperoleh dari pengujian dengan metode *Glejser* diperoleh nilai α lebih dari 0,05 terhadap absolut residual (*Abs_Res*) secara parsial, sehingga

layak digunakan untuk memprediksi variabel dependen sesuai dengan yang ditunjukkan pada tabel 6.

Tabel 6 Hasil Uji Heteroskedasitas (Metode Glejser)

Variabel	Signifikansi
Ketidakpuasan	0,458
Sikap Mengeluh	0,548

Sumber: Data diolah, 2014

Hasil analisis mengacu pada hasil pengaruh ketidakpuasan dan sikap mengeluh terhadap perilaku mengeluh pengguna mobil Suzuki di kota Denpasar. Uji regresi linear berganda yang dilakukan dengan program SPSS *for Windows* diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 1,161 + 0,199 (X_1) + 0,312 (X_2)$$

Keterangan:

Y = Perilaku Mengeluh

X₁ = Ketidakpuasan

X₂ = Sikap Mengeluh

Hasil persamaan regresi linear berganda menunjukkan arah masing-masing variabel bebas penelitian ini terhadap variabel terikatnya. Nilai R² sebesar 0,389 menunjukkan bahwa 38,9 persen ketidakpuasan dan sikap mengeluh mempengaruhi perilaku mengeluh pengguna mobil Suzuki di kota Denpasar, sedangkan sisanya sebesar 61,1 persen dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak dicantumkan dalam model.

Nilai koefisien regresi (β_1) yang bernilai positif menunjukkan bahwa ketidakpuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku mengeluh pengguna mobil Suzuki di Kota Denpasar, yang artinya apabila ketidakpuasan

meningkat dan di asumsikan yang lain tetap maka perilaku mengeluh pun akan meningkat. Hasil penelitian ini mendukung hipotesis pertama yaitu ketidakpuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku mengeluh pengguna mobil Suzuki di kota Denpasar. Hasil ini sesuai dengan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Huppertz (2007), Fernandes dan Santos (2008), serta Nimako (2012) yang menyatakan ketidakpuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku mengeluh.

Nilai koefisien regresi (β_2) yang bernilai positif menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa sikap mengeluh berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku mengeluh pengguna mobil Suzuki di Kota Denpasar, yang artinya apabila sikap mengeluh meningkat dan di asumsikan yang lain tetap maka perilaku mengeluh pun akan meningkat. Hasil penelitian ini mendukung hipotesis kedua yaitu sikap mengeluh berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku mengeluh pengguna mobil Suzuki di kota Denpasar. Hasil ini sesuai dengan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Vela'zquez *et al.* (2010), Sleiman (2011), Ferguson and Ian (2012) yang menyatakan bahwa sikap mengeluh berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku mengeluh.

Untuk dapat mengetahui variabel yang dominan, maka dapat dilihat berdasarkan dari nilai *standardized coefficients beta*. Variabel bebas yang memiliki nilai koefisien beta absolut terbesar memiliki pengaruh yang dominan dibandingkan variabel bebas lainnya. Berdasarkan perhitungan *standardized coefficients beta* diketahui variabel ketidakpuasan (X_1) memiliki nilai koefisien beta sebesar 0,284, dan variabel sikap mengeluh (X_2) memiliki nilai koefisien beta

sebesar 0,435. Jadi dapat dikatakan bahwa sikap mengeluh berpengaruh dominan terhadap perilaku mengeluh pengguna mobil Suzuki di Kota Denpasar, bila dibandingkan dengan ketidakpuasan dan hasil temuan ini harus diperhatikan oleh pihak Suzuki agar memperhatikan sikap mengeluh konsumennya.

Implikasi yang dapat ditarik berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan adalah pertama, hasil ini bisa dijadikan acuan bagi Suzuki agar lebih menaikkan tingkat pelayanannya agar konsumen lebih puas dan Suzuki lebih banyak diminati oleh konsumen-konsumen pada umumnya.

Kedua, konsumen akan lebih senang jika manajer sebuah perusahaan terjun langsung dalam menghadapi keluhan dari konsumen. Manajer dari pihak Suzuki juga harus lebih mengerti tentang keluhan yang dialami oleh pengguna mobil Suzuki agar dapat memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan.

Hasil penelitian ini tidak sepenuhnya sempurna, terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini. Pertama, ruang lingkup penelitian ini terbatas hanya di Kota Denpasar, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan terhadap hasil penelitian yang terdapat di daerah lain yang belum tentu hasil penelitiannya sama.

Kedua, tidak menutup kemungkinan bahwa variabel ketidakpuasan dapat dijadikan variabel mediasi terhadap perilaku mengeluh pada penelitian selanjutnya. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menggunakan variabel yang dianggap dapat mempengaruhi perilaku mengeluh seperti kualitas layanan, karakteristik demografi, dan variabel-variabel lainnya.

SIMPULAN DAN SARAN

Terdapat beberapa kesimpulan yang dapat ditarik dalam penelitian ini. Pertama, Variabel ketidakpuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku mengeluh, ini berarti konsumen yang menggunakan mobil Suzuki tidak mendapatkan layanan sesuai dengan harapan yang di inginkan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas dan sebaliknya jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan puas.

Kesimpulan kedua, Variabel sikap mengeluh berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku mengeluh, ini menunjukkan bahwa konsumen akan mengeluh jika pelayanan yang diberikan oleh Suzuki tidak memuaskan dan tidak sesuai harapan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan. Saran bagi pihak manajemen Suzuki, agar pihak manajemen Suzuki lebih menaikkan tingkat pelayanannya agar konsumen lebih puas dan Suzuki lebih banyak diminati oleh konsumen-konsumen pada umumnya dan penjualan mobil Suzuki khususnya di kota Denpasar dapat ditingkatkan kembali.

Saran kedua bagi pihak manajemen agar pihak manajemen Suzuki lebih gencar untuk menerjunkan para manajernya untuk bertemu langsung dengan konsumen karena konsumen akan lebih senang jika manajer sebuah perusahaan terjun langsung dalam menghadapi keluhan dari konsumen. Manajer juga harus tanggap tentang apa saja keluhan yang dialami oleh konsumennya.

Saran bagi peneliti selanjutnya, yaitu untuk menggunakan variabel-variabel lain yang juga dapat dianggap mempengaruhi perilaku mengeluh seperti kualitas layanan, karakteristik demografi, dan variabel-variabel lainnya dan juga mencari lokasi penelitian di daerah lain untuk mengetahui apakah ketidakpuasan dan sikap mengeluh berpengaruh terhadap perilaku mengeluh pengguna mobil Suzuki.

REFERENSI

- Artanti, Yessy dan Lestari Ningsih. 2010. Pengaruh Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Muamalat Indonesia,Tbk. Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Perantara (Studi pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Surabaya). *Benefit Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 14(2), h: 66-74
- Bodey, Kelli and Debra Grace. 2006. Segmenting servis “complainers” and “non-complainer” on the basis of consumer characteristics. *Journal of Servis Marketing*. 20, pp: 178-187
- Chang, Chiao-Chen and Yang-Chieh Chin. 2011. Comparing consumer complaint responses to online and offline environment. *Internet Research*, 21(2), pp: 124-137
- Donoghue, Sune and Helen M de Klerk. 2006. Dissatisfied consumers’ complaint behaviour concerning product failure of major electrical household appliances – a conceptual framework. *Journal of Family Ecologi and Consumer Sciences*. 33, pp: 0378-5254
- Ferguson, Graham and Ian Phau. 2012. A cross-national investigation of university students’complaining behaviour andattitudes to complaining. *Journal of International Education in Business*, 5(1), pp: 50-70.
- Fernandes, Daniel von der Heyde and Cristiane Pizzutti dos Santos. 2008. The Antecedents of the Consumer Complaining Behavior (CCB).*Advances in Consumer Research*. 35, pp: 584-591

- Huppertz, John W. 2007. Firms' complaint handling policies and consumer complaint voicing. *Journal of Consumer Marketing*, 24(7), pp: 428-437.
- Lerman, Dawn. 2006. Consumer politeness and complaining behavior. *Journal of Services Marketing*, 20(2), pp: 92-100
- Lutek, Agnieszka Sitko., Supakij Chuanchareon., Arkhom Sukpitikul., and Kongkiti Phusavat. 2010. Applying social network analysis on customer complaint handling. *Industrial Management or Data Systems*. 110(9), pp: 1402-1419
- Mahayudin, Nurzatul Hakimah bt Mahmud., Sharifah Azizah Haron., and Benjamin Chan Yin Fah. 2010. Unpleasant Market Experience and Consumer Complaint Behavior. *Asian Social Science*, 6(5), pp: 63-69.
- Matos, Celso Augusto De., Carlos Alberto ., Ricardo Teixeira Veiga., and Valter Afonso Vieira. 2009. Consumer Reaction to Service Failure and Recovery: The Moderating Role of Attitude Toward Complaining. *International Journal of Services Marketing*, 23 (7), pp: 462–475.
- Mousavi, Masoud and Mohammad Rahim Esfidani. 2013. A Comprehensive Model of Customers' Complaint Behavior. *Internasional Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. 3(5), pp: 2222-6990
- Nimako, Simin Gyasi. 2012. Customer Dissatisfaction and Complaining Responses Towards Mobile Telephony Services. *The African Journal of Information System*, 4(3), pp: 84-99.
- Sleiman, Shakir. 2011. Recognizing Customer Complaint Behavior in a Restaurant. *Journal of Behavioural Science and Psychology*. 1.1 (3).
- Sumarwan, Ujung, 2004. Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Bogor Selatan. Ghalia Indonesia.
- Svari, Sander., Terje Slatten., Goran Svensson., and Bo Edvardsson. 2011. A SOS construct of negative emotions in customers' service experience (CSE) and service recovery by firms (SRF). *Journal of Services Marketing*. 25(5), pp: 323-335
- Velazquez, Beatriz Moliner., Maria Fuentes Blasco., Irene Gil Saura., and Gloria Berenguer Contrí. 2010. Causes for complaining behaviour intentions: the moderator effect of previous customer experience of the restaurant. *Journal of Services Marketing*, 24(7), pp: 532-545.

Mini, Vera M. 2010. Pengaruh Pengalaman Konsumen Pada Sikap, Persepsi, Dan Perilaku Yang Ditampilkan Saat Mengalami Ketidakpuasan Atau Keluhan: Studi Kasus Pdam Di Kota Brebes. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(3), h: 221-238.