

# PERILAKU DAN MOTIVASI KOMPLAIN KONSUMEN TERHADAP RESTORAN-RESTORAN DI SURABAYA

**Jonathan Sutanto, Binerco Gunawan, Sienny Thio**  
Manajemen Perhotelan Universitas Kristen Petra Surabaya, Indonesia

**Abstrak :** Penelitian ini ditunjukkan untuk menguji perilaku, motivasi komplain, serta korelasi antara perilaku komplain dengan usia, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan. Uji *mean* dilakukan untuk menguji tingginya perilaku komplain konsumen dan motivasi komplain konsumen dalam melakukan komplain dan uji *chi square* untuk menguji adanya korelasi antara perilaku komplain dengan usia, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan. Berdasarkan hasil tes dapat disimpulkan bahwa: (1) Perilaku menceritakan pengalaman dan motivasi mengekspresikan emosi yang mana ditunjukkan dari hasil *mean* yang paling tinggi. (2) Usia tidak berkorelasi dengan perilaku komplain, sedangkan jenis kelamin dan tingkat pendidikan memiliki korelasi.

**Kata Kunci :** Perilaku Komplain, Motivasi Komplain, Restoran

**Abstract :** This study is indicated for testing the behaviour, motivation of complaint and also correlation between complaint behaviour with age, gender, and education level. Mean test is done to search the complaint behaviour and customer's motivation in making complaint and chi square test is done to search the correlation between complaint behaviour with age, gender, and education level. The conclusions are: (1) Behaviour to tell the bad experience and motivation to express the emotion is shown by the highest mean score. (2) Age do not have the correlation with complaint behaviour, whereas gender and education level have the correlation.

**Keywords :** Complaint Behaviour, Complaint Motivation, Restaurant

Perkembangan zaman yang semakin modern menyebabkan perkembangan ragam usaha dan bisnis semakin berkembang terutama di bidang bisnis *food and beverage* di Jawa Timur. Hal ini dapat dilihat pada triwulan IV 2013 yang mana nilai Indeks Tendensi Bisnis pada sektor perdagangan, hotel, dan restoran (PHR) berada pada urutan ketiga sebesar 107,20 (Badan Pusat Statistik, 2014). Menurut Goniuz (2013) industri restoran di Surabaya, berkembang dan bertumbuh baik di dalam sebuah mal dan juga di jalan-jalan besar di Surabaya, mulai dari restoran dengan masakan Indonesia, Jepang, Cina, maupun Eropa.

Kepuasan konsumen sudah lama menjadi masalah dan perhatian bagi restoran, keluhan konsumen dapat memberikan kesempatan untuk perusahaan agar mampu memperbaiki kesalahan yang dihadapi selama memberikan pelayanan (Heung & Lam, 2003). Barlow (1996) mengatakan bahwa menjaga kepuasan konsumen menjadi kepentingan yang vital untuk meningkatkan pendapat restoran, selain itu keluhan dapat membantu perusahaan untuk menyadari masalah dan memperbaiki diri sendiri secara spontan dan tepat waktu.

Konsumen di beberapa negara maju, seperti Hongkong dan beberapa negara maju lainnya, sudah teredukasi dengan baik dan mengetahui haknya

sebagai konsumen untuk dapat memberikan masukan atau komplain melewati banyak cara seperti melewati restoran manajer ataupun media (Lam & Tang, 2003).

Stauss dan Neuhaus (1997) mengatakan ketidakpuasan yang menjadi dasar bagi konsumen dalam melakukan keluhan dibagi menjadi dua tipe. Ketidakpuasan pertama adalah *stable dissatisfaction*, yaitu konsumen yang cenderung tidak melakukan apa-apa dan berpikiran bahwa ekspektasi kepuasannya tidak akan terpenuhi. Ketidakpuasan kedua adalah *demanding dissatisfaction*, yaitu konsumen yang cenderung memberikan komplain atas ketidakpuasannya dan mengharapkan perbaikan. Melalui pandangan yang dikemukakan, pada dasarnya dapat dipahami bahwa keluhan yang disampaikan oleh konsumen kepada perusahaan sebenarnya diarahkan agar perusahaan melakukan upaya-upaya yang lebih optimal dan hal tersebut pada akhirnya justru berguna bagi perusahaan yang bersangkutan. Selain itu, keluhan konsumen juga dapat menunjukkan bahwa keluhan tersebut dapat mengarahkan konsumen pada perilaku keluhan tertentu.

Faktor demografi juga menjadi menjadi salah satu penyebab perilaku komplain konsumen, konsumen wanita lebih sering melakukan komplain (Kau et al., 1995) dan menurut Lewis (1983) wanita akan memberitahu kepada masyarakat mengenai ketidakpuasannya. Pernyataan tersebut ditentang oleh Manikas & Shea (1997), bahwa pria lebih banyak komplain daripada wanita. Heung & Lam (2003) menyatakan bahwa konsumen berusia 35-44 tahun merupakan konsumen yang paling sering melakukan komplain, serta perilaku dengan memperingati teman dan saudara merupakan perilaku yang paling sering dilakukan, dan mencari tindakan perbaikan dari pihak restoran merupakan motivasi komplain konsumen yang terbanyak,

Berdasarkan wawancara penulis dengan *supervisor* restoran “X” yang terletak pada mal di Surabaya, diketahui bahwa setiap bulannya akan ada kurang lebih 15-20 orang melakukan komplain disebabkan oleh berbagai alasan, terutama komplain dengan alasan kualitas produk yang mulai tidak baik, akan sangat banyak dijumpai pada hari-hari libur atau pada saat *peak hour*. Berdasarkan wawancara pendahuluan penulis pada tanggal 22 Maret 2014 dengan Sonny Pitoy (36 tahun) mengindikasikan bahwa beliau melakukan komplain karena merasa pelayanan yang diberikan oleh restoran “X” di Surabaya sangatlah pelan dan tidak memberikan pelayanan yang baik, oleh karena itu beliau memberikan komplain melalui formulir *guest comment* yang disediakan, kemudian beliau dengan mudah melupakan apa yang terjadi dan tidak mengungkit komplain tersebut untuk lebih lanjutnya.

## **TEORI PENUNJANG**

### **Perilaku Komplain Konsumen**

Penyebab komplain, Pride dan Ferrell (1997) mengungkapkan beberapa penyebab dari komplain konsumen, yaitu:

#### *1. Incomprehension of customer's expectations*

Tidak terpenuhinya seluruh harapan konsumen ketika konsumen membeli produk atau jasa, dalam hati konsumen terdapat sejumlah harapan sehingga ketika harapan tersebut tidak terpenuhi maka akan melahirkan komplain karena konsumen merasa kecewa.

## 2. *Wrong customer satisfaction standards*

Penyebab komplain konsumen juga bisa terjadi ketika perusahaan salah menetapkan standar kepuasan konsumen. Kesalahan dalam penetapan standar ini menyebabkan rendahnya *performance* dari produk atau jasa yang dijual sehingga menyebabkan konsumen melakukan komplain.

## 3. *Lack of expectation-performance*

Komplain konsumen juga disebabkan karena kinerja yang terlalu jauh dibandingkan dengan harapan konsumen. Kondisi ini menyebabkan konsumen melakukan komplain.

## 4. *Undelivered commitments*

Komplain konsumen juga disebabkan karena komitmen yang tidak dipenuhi oleh perusahaan. Ketika perusahaan memiliki jumlah komitmen, maka ketika komitmen tersebut tidak mampu dipenuhi bisa menyebabkan sebuah komplain.

Menurut Broadbridge dan Marshall (1995) mengindikasikan ada 3 opsi dalam perilaku komplain konsumen:

### 1. Personal

- a. Melupakan kejadian.
- b. Langsung komplain dengan staf yang bertugas.
- c. Memutuskan untuk tidak kembali ke restoran tersebut.

### 2. Sosial (Teman dan Keluarga)

- a. Menceritakan kepada teman tentang pengalaman yang buruk.
- b. Mempengaruhi teman untuk tidak datang ke restoran tersebut.

### 3. Sosial (Masyarakat)

- a. Komplain kepada agen konsumen.
- b. Menulis lewat surat kabar atau majalah tentang pengalaman yang buruk.
- c. Menggunakan jalur hukum.

## **Motivasi Komplain Konsumen**

Terdapat beberapa motivasi komplain konsumen, sebagaimana dinyatakan oleh Heung dan Lam (2003) yaitu terdapat empat tipe konsumen berdasarkan komplain yaitu:

1. Konsumen menginginkan upaya perbaikan.
2. Konsumen ingin memperoleh penjelasan.
3. Konsumen menginginkan permintaan maaf.
4. Konsumen ingin mengekspresikan rasa marah atas ketidakpuasannya.
5. Konsumen mencari kompensasi / ganti rugi dari pihak perusahaan / restoran.

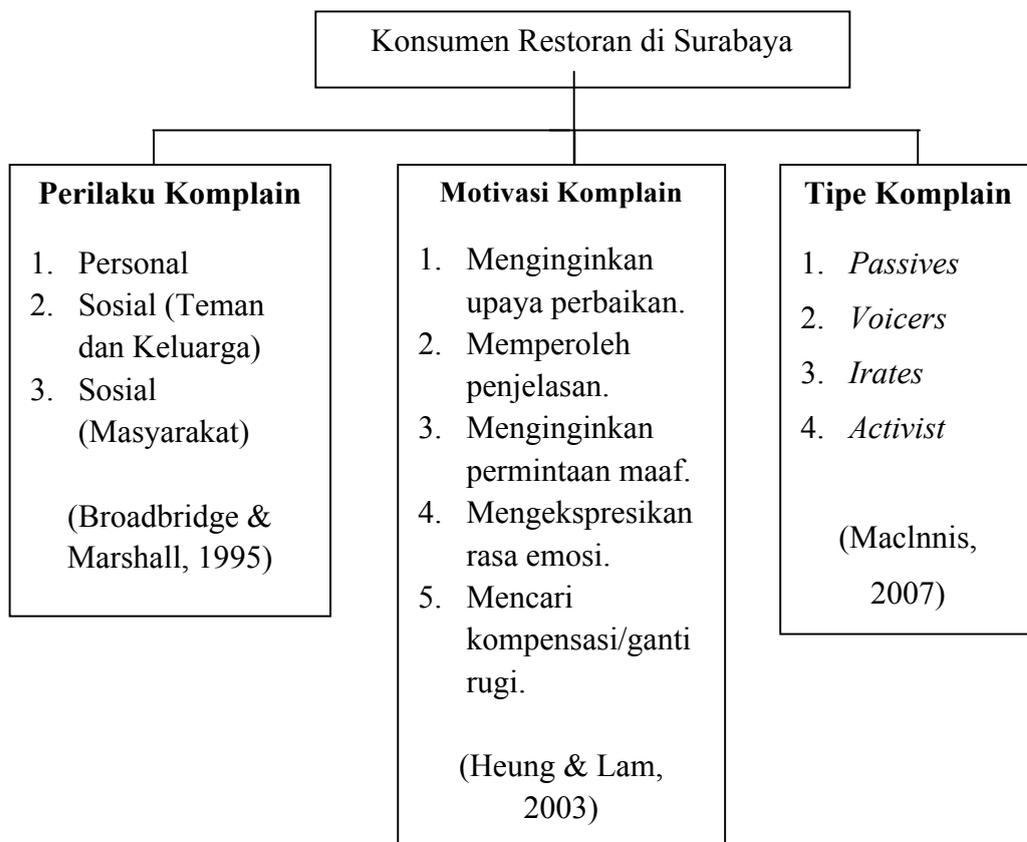
## **Tipe Komplain Konsumen**

Terdapat berbagai tipe perilaku komplain, sebagaimana dinyatakan oleh Hoyer dan MacInnis (2007) yaitu terdapat empat tipe konsumen berdasarkan komplain yaitu:

1. *Passives*, merupakan tipikal konsumen yang paling rendah tingkat komplainnya. Konsumen ini biasa memiliki kecenderungan pasif atau acuh terhadap kekecewaan yang dirasakan atas produk atau jasa perusahaan.

2. *Voicers*, merupakan tipikal konsumen yang melakukan komplain langsung kepada *retailer* atau *service provider*.
3. *Irates*, merupakan tipikal konsumen yang marah atas kekecewaan layanan dengan menyampaikan refrensi yang sifatnya negatif kepada orang lain, berhenti melakukan pembelian produk perusahaan, dan melakukan komplain kepada *provider*, tetapi tidak melalui pihak ketiga seperti media atau lembaga hukum.
4. *Activist*, merupakan tipikal konsumen yang melibatkan ketiga jenis tipe komplain di atas dan melampiaskan komplainnya juga pada pihak ketiga yaitu media atau lembaga hukum.

## KERANGKA PEMIKIRAN



## TUJUAN PENELITIAN

1. Mengidentifikasi perilaku komplain konsumen dalam melakukan komplain terhadap restoran-restoran di Surabaya
2. Mengetahui motivasi komplain konsumen berdasarkan motivasi pribadi dan sosial
3. Mengetahui tipe perilaku komplain konsumen terhadap restoran-restoran di Surabaya
4. Menilai korelasi antara aspek demografi (usia, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan) dengan perilaku komplain konsumen.

## **METODE PENELITIAN:**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif deskriptif dilakukan dengan tujuan utama untuk memberikan gambaran atau deskripsi tentang suatu keadaan secara objektif.

### **Gambaran Populasi**

Sekaran (2007) menyatakan bahwa populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin peneliti investigasi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah merasakan ketidakpuasan terhadap restoran-restoran di Surabaya.

## **Teknik Pengembangan / Pengumpulan Data**

### **Jenis dan Sumber Data**

Jenis data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang menggambarkan realita yang berbentuk angka, yang selanjutnya, akan digunakan untuk menjabarkan data kuantitatif yang ditransformasikan ke dalam angka atau skor.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sekaran (2007) data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi. Adapun data primer yang dikumpulkan adalah angket yang disebarakan kepada 100 masyarakat Surabaya yang pernah melakukan komplain terhadap restoran yang ada di Surabaya.

### **Metode Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode survei dengan menggunakan alat bantu kuesioner. Kuesioner ini akan dibagikan kepada 100 responden yang memenuhi kriteria sampel. Pembagian kuesioner ini menggunakan metode survei langsung yang berarti akan dibagikan secara langsung untuk diisi.

Skala yang dipakai mengacu pada skala *Likert*, merupakan teknik pengukuran sikap yang paling luas digunakan dalam riset pemasaran. Skala ini memungkinkan responden untuk mengekspresikan intensitas perasaan konsumen yang mana akan diberi skor, skor 1 = sangat tidak setuju, skor 2 = tidak setuju, skor 3 = antara setuju dan tidak setuju, skor 4 = setuju, skor 5 = sangat setuju.

## **Variabel dan Definisi Operasional Variabel**

Variabel adalah simbol dari suatu peristiwa, kegiatan, karakteristik atau atribut yang dapat diukur dan dapat dikategorikan (Cooper & Schindler, 2011). Definisi operasional variabel adalah definisi yang dibuat spesifik, sesuai dengan kriteria pengujian atau pengukuran, sehingga pembaca memiliki pengertian yang sama dengan penulis dalam memahami variabel yang diukur.

### **a. Perilaku Komplain Konsumen**

Perilaku komplain konsumen adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh konsumen ketika merasa tidak puas terhadap sebuah restoran-restoran di Surabaya. Adapun indikator empiriknya sebagai berikut :

#### **1. Personal**

- a. Melupakan kejadian.

- b. Menyampaikan komplain langsung dengan staf yang bertugas.
  - c. Memutuskan untuk tidak kembali ke restoran tersebut.
2. Sosial (Teman dan Keluarga)
- a. Menceritakan kepada teman tentang pengalaman yang buruk yang dialami di restoran-restoran di Surabaya.
  - b. Mempengaruhi teman / keluarga untuk tidak datang ke restoran tersebut.
3. Sosial (Masyarakat)
- a. Menulis pengalaman buruk yang dialami di restoran-restoran di Surabaya melalui media elektronik.
  - b. Menulis pengalaman buruk yang dialami di restoran-restoran di Surabaya melalui media cetak.
  - c. Menggunakan jalur hukum.
- b. Motivasi Komplain Konsumen
- Motivasi komplain konsumen adalah sebuah keinginan yang mendasari konsumen dalam melakukan sebuah komplain terhadap restoran-restoran di Surabaya. Adapun indikator empiriknya sebagai berikut:
1. Konsumen ingin memperoleh upaya perbaikan.
  2. Konsumen ingin memperoleh penjelasan.
  3. Konsumen butuh permintaan maaf.
  4. Konsumen butuh mengekspresikan rasa emosinya.
  5. Konsumen mencari kompensasi / ganti rugi.
- c. Tipe Komplain Konsumen
- Tipe komplain konsumen adalah sifat yang dimiliki oleh konsumen dalam melakukan komplain terhadap restoran-restoran di Surabaya. Adapun indikator empiriknya sebagai berikut:
1. *Passives*  
Tipikal konsumen yang paling rendah tingkat komplainnya. Konsumen ini biasanya memiliki kecenderungan pasif atau acuh terhadap kekecewaan yang dirasakan atas produk atau jasa dari restoran.
  2. *Voicers*  
Konsumen dengan tipikal ini adalah konsumen yang melakukan komplain langsung kepada pihak restoran.
  3. *Irates*  
Tipikal konsumen ini adalah konsumen yang marah atas kekecewaan layanan dengan menyampaikan referensi yang sifatnya negatif kepada orang lain, berhenti melakukan pembelian produk perusahaan, dan melakukan komplain kepada *provider*, tetapi tidak melalui pihak ketiga seperti media atau lembaga hukum.
  4. *Activist*,  
Tipikal konsumen yang melibatkan ketiga jenis tipe komplain di atas dan melampiaskan komplainnya juga pada pihak ketiga yaitu media atau lembaga hukum.

## **Teknik Analisis Data**

### **Analisa Deskriptif**

Analisis deskriptif merupakan metode analisis yang digunakan dengan tujuan untuk memperoleh gambaran obyektif mengenai obyek penelitian serta

untuk mengetahui seberapa banyak responden menyatakan hal yang sama terhadap suatu obyek pertanyaan (Malhotra, 2010). Teknik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan profil responden, agar dihasilkan penyajian data dalam bentuk tabel, grafik, ataupun diagram serta perhitungan pengukuran tendensi sentral (*mean*) dan penyebaran data (standar deviasi).

### **Top Two Boxes dan Bottom Two Boxes**

*Top two boxes* atau *bottom two boxes* membagi skala *Likert* 1-5 menjadi 2 kategori yang berbeda. Jawaban responden yang masuk dalam tingkatan setuju dan sangat setuju (jawaban 4 dan 5) masuk kedalam kategori *top two boxes*, sedangkan jawaban responden yang masuk ke dalam tingkatan tidak setuju dan sangat tidak setuju (jawaban 2 dan 1) masuk kedalam kategori *bottom two boxes*.

### **Analisa Korelasi / Chi Square Test**

Dalam menganalisa korelasi dalam penelitian ini, maka digunakan uji *chi square*. Menurut Kuncoro (2009), uji *chi-square* berguna untuk menguji hubungan dua buah variabel nominal dan mengukur kuatnya hubungan antara variabel yang satu dengan variabel nominal lainnya.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Deskripsi Profil Responden**

#### **Usia**

Berdasarkan hasil deskriptif responden, dapat diketahui bahwa sebanyak 34 orang atau 34% responden dalam penelitian ini berusia 36-45 tahun. Dapat dikatakan bahwa konsumen yang pernah merasa tidak puas dan melakukan komplain pada penelitian kali ini didominasi oleh responden dengan usia 36-45 tahun, dengan prosentasi sebanyak 34% dan responden berusia 46-55 tahun paling sedikit dalam melakukan komplain pada penelitian kali ini dengan prosentase hanya 11%.

#### **Jenis Kelamin**

Berdasarkan hasil deskriptif responden, dapat diketahui bahwa sebanyak 55% responden dalam penelitian ini berjenis kelamin wanita yang pernah melakukan komplain. Dapat dikatakan bahwa konsumen yang pernah merasakan ketidakpuasan dan pernah melakukan komplain terhadap restoran-restoran di Surabaya pada penelitian kali ini didominasi oleh konsumen yang berjenis kelamin wanita. Di samping itu, dalam penelitian ini terdapat pula 45% responden yang berjenis kelamin pria yang pernah melakukan komplain.

#### **Tingkat Pendidikan**

Berdasarkan hasil deskriptif responden, dapat diketahui bahwa sebanyak 62% responden dalam penelitian ini memiliki pendidikan terakhir setingkat S1 atau sederajat. Dapat dikatakan bahwa konsumen yang pernah merasakan ketidakpuasan dan melakukan komplain terhadap restoran-restoran di Surabaya pada penelitian kali ini didominasi oleh konsumen memiliki pendidikan terakhir setingkat S1 atau sederajat. Di samping itu, dalam penelitian ini terdapat pula 20% responden yang memiliki pendidikan terakhir setingkat Akademi atau Diploma,

12% responden yang memiliki pendidikan terakhir setingkat SMP atau SMU atau SMK, serta terdapat 6% responden yang memiliki pendidikan terakhir setingkat S2 atau S3.

### **Rata-Rata Makan di Restoran per Bulan**

Berdasarkan hasil deskriptif responden, dapat diketahui bahwa sebanyak 62% responden dalam penelitian ini makan di restoran rata-rata 5-8 kali setiap bulannya. Dapat dikatakan bahwa konsumen yang pernah merasakan ketidakpuasan dan melakukan komplain terhadap restoran-restoran di Surabaya pada penelitian kali ini didominasi oleh konsumen yang makan di restoran rata-rata 5-8 kali setiap bulannya. Di samping itu, dalam penelitian ini terdapat pula 18% responden yang makan di restoran rata-rata 1-4 kali setiap bulan, 15% responden yang makan di restoran rata-rata 8-12 kali setiap bulan, 5% responden yang makan di restoran rata-rata lebih dari 12 kali setiap bulannya.

### **Pekerjaan**

Berdasarkan hasil deskriptif responden, dapat diketahui bahwa sebanyak 45% responden dalam penelitian ini bekerja sebagai wiraswasta. Dapat dikatakan bahwa konsumen yang pernah merasakan ketidakpuasan dan melakukan komplain terhadap restoran-restoran di Surabaya pada penelitian kali ini didominasi oleh konsumen yang bekerja sebagai wiraswasta. Di samping itu, dalam penelitian ini terdapat pula 34% responden yang bekerja sebagai pegawai swasta, 11% responden yang berstatus mahasiswa atau pelajar, serta terdapat 10% responden yang bekerja sebagai profesional (seperti: akuntan, dokter, dll.).

### **Uang Saku atau Pendapatan per Bulan**

Berdasarkan hasil deskriptif responden, dapat diketahui bahwa sebanyak 37% responden dalam penelitian ini memiliki uang saku atau pendapatan sebesar Rp Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000 dan terdapat juga 37% responden dalam penelitian ini yang memiliki uang saku atau pendapatan sebesar Rp 10.000.001 - Rp 20.000.000. Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa konsumen yang pernah merasakan ketidakpuasan dan melakukan komplain terhadap restoran-restoran di Surabaya pada penelitian kali ini didominasi oleh konsumen yang memiliki uang saku atau pendapatan sebesar Rp 5.000.0001 - Rp 10.000.000 dan Rp 10.000.001 - Rp 20.000.000. Di samping itu, dalam penelitian ini terdapat pula 18% responden yang memiliki uang saku atau pendapatan sebesar lebih dari Rp 20.000.000, 7% responden yang memiliki uang saku atau pendapatan sebesar Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000, 1% responden yang memiliki uang saku atau pendapatan sebesar kurang dari Rp 2.000.000.

### **Tipe Perilaku Konsumen**

Berdasarkan hasil deskriptif responden, dapat diketahui bahwa sebanyak 51% responden dalam penelitian ini memiliki tipe perilaku komplain yang berupa menceritakan pengalaman buruk dengan orang lain dan tidak melakukan pembelian berikutnya. Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa konsumen yang pernah merasakan ketidakpuasan dan melakukan komplain terhadap restoran-restoran di Surabaya pada penelitian kali ini didominasi oleh konsumen yang memiliki tipe perilaku komplain yang berupa menceritakan pengalaman buruk

dengan orang lain dan tidak melakukan pembelian berikutnya. Di samping itu, terdapat 28% responden memiliki tipe perilaku komplain yang berupa melakukan komplain langsung kepada restoran, 17% responden responden yang memiliki tipe perilaku komplain yang berupa mengabaikan rasa kekecewaan, serta terdapat 4% responden yang memiliki tipe perilaku komplain yang berupa melakukan komplain melalui pihak ketiga (media/jalur hukum).

### **Hasil Evaluasi Nilai Mean Perilaku Komplain**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa variabel perilaku komplain memiliki nilai *mean* yang tergolong sedang yaitu sebesar 3,56. Hal ini menunjukkan bahwa responden tidak terlalu sering dalam melakukan komplain atau kadang-kadang melakukan komplain. Dapat dilihat pula bahwa pernyataan menceritakan kepada teman/keluarga tentang pengalaman buruk yang dialami di restoran di Surabaya, merupakan pernyataan variabel perilaku komplain yang memiliki nilai *mean* paling tinggi di antara pernyataan-pernyataan lain yang mewakili variabel perilaku komplain (dengan nilai *mean* sebesar 3,86). Tindakan melupakan kejadian yang membuat tidak puas merupakan tindakan yang paling jarang dilakukan oleh responden pada penelitian kali ini dan memiliki nilai *mean* terendah yaitu sebesar 3,24.

### **Motivasi Komplain**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui variabel motivasi komplain memiliki nilai *mean* yang tergolong sedang yaitu sebesar 3,49. Hal ini menunjukkan bahwa responden tidak terlalu memiliki motivasi yang tinggi terhadap melakukan komplain berdasarkan variabel komplain. Dapat dilihat pula bahwa variabel komplain karena butuh mengekspresikan rasa emosi, merupakan pernyataan variabel motivasi komplain yang memiliki nilai *mean* paling tinggi di antara pernyataan-pernyataan lain yang mewakili variabel motivasi komplain (dengan nilai *mean* sebesar 3,53). Hal ini menunjukkan bahwa motivasi komplain dari konsumen restoran di Surabaya pada penelitian kali ini mengarah pada upaya untuk mengekspresikan rasa emosi konsumen tersebut. Sedangkan motivasi komplain karena ingin mencari kompensasi / ganti rugi merupakan motivasi yang terendah pada penelitian kali ini dengan nilai *mean* sebesar 3,45.

### **Hasil Uji *Chi Square***

#### **Usia dengan Perilaku Konsumen**

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat diketahui tidak ada indikator perilaku komplain yang memiliki nilai *pearson chi square* yang  $<0,05$ . Maka tidak ada satu pun dari 8 indikator perilaku komplain yang ada, memiliki korelasi dengan usia.

#### **Jenis Kelamin dengan Perilaku Konsumen**

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat diketahui adanya 2 indikator perilaku komplain dari 8 indikator yang memiliki nilai *pearson chi square*  $<0,05$ . Maka jenis kelamin memiliki korelasi yang terhadap perilaku komplain konsumen, khususnya terkait dengan perilaku komplain yang berupa melupakan

kejadian dan menceritakan kepada teman/keluarga tentang pengalaman yang buruk yang dialami di restoran di Surabaya.

### **Tingkat Pendidikan dengan Perilaku Konsumen**

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat diketahui adanya 3 indikator perilaku komplain dari 8 indikator yang memiliki nilai *pearson chi square* <0,05, Maka tingkat pendidikan memiliki korelasi terhadap perilaku komplain konsumen, khususnya perilaku komplain yang berupa menceritakan kepada teman/keluarga tentang pengalaman yang buruk yang dialami di restoran di Surabaya, mempengaruhi teman/keluarga untuk tidak datang ke restoran tersebut, dan menggunakan jalur hukum.

### **Hasil Analisis Top Two Boxes dan Bottom Two Boxes**

#### **Perilaku Komplain**

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa perilaku yang memiliki nilai tertinggi atau paling sering dalam melakukan komplain adalah perilaku menceritakan kepada teman/keluarga tentang pengalaman buruk yang dialami di restoran di Surabaya (73%) dan diikuti oleh perilaku memutuskan untuk tidak kembali ke restoran tersebut. Sedangkan perilaku terendah atau yang paling jarang dilakukan adalah melupakan kejadian yang membuat tidak puas dengan prosentase hanya sebesar 30%.

#### **Motivasi Komplain**

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa prosentase netral lebih mendominasi daripada prosentase *top two boxes* dan *bottom two boxes*, hal ini mengidentifikasi bahwa responden belum mengetahui secara pasti alasan responden dalam melakukan komplain.

### **Pembahasan**

Menceritakan kepada teman/keluarga tentang pengalaman buruk yang dialami di restoran di Surabaya, merupakan pernyataan variabel perilaku komplain yang memiliki nilai *mean* paling tinggi di antara pernyataan-pernyataan lain yang mewakili variabel perilaku komplain (dengan nilai *mean* sebesar 3,86). Hal ini menunjukkan bahwa perilaku komplain dari konsumen restoran di Surabaya mengarah pada upaya untuk menceritakan kepada teman/keluarga tentang pengalaman buruk yang dialami di restoran. Dengan demikian, berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan diolah, maka rumusan masalah pertama dalam penelitian ini dapat terjawab. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan Heung dan Lam (2003), dimana pada penelitian tersebut, perilaku komplain konsumen mengarah pada upaya untuk meminta upaya perbaikan dari manajemen restoran. Perbedaan dapat terjadi, karena ada perbedaan lokasi penelitian, sehingga hal-hal yang mendorong perilaku komplain konsumen serta bentuk perilaku komplain konsumen tersebut juga dapat berbeda.

Komplain karena butuh mengekspresikan rasa emosi, merupakan pernyataan variabel motivasi komplain yang memiliki nilai *mean* paling tinggi di antara pernyataan-pernyataan lain yang mewakili variabel motivasi komplain (dengan nilai *mean* sebesar 3,53). Hal ini menunjukkan bahwa motivasi komplain dari konsumen restoran di Surabaya memang mengarah pada upaya untuk

mengekspresikan rasa emosi. Dengan demikian, berdasarkan hasil penelitian ini, maka rumusan masalah kedua dalam penelitian ini dapat terjawab.

Terkait dengan rumusan masalah ketiga dalam penelitian ini, dapat dikatakan bahwa tipe perilaku komplain konsumen mengarah pada upaya-upaya menceritakan pengalaman buruk dengan orang lain dan tidak melakukan pembelian berikutnya. Dengan demikian, rumusan masalah ketiga dalam penelitian dapat terjawab dan data yang didapat dapat semakin mendukung hasil penelitian mengenai perilaku dan motivasi komplain konsumen yang telah diteliti pada penelitian ini.

Usia tidak memiliki korelasi yang signifikan terhadap perilaku komplain konsumen dalam penelitian ini. Hal tersebut dapat dipahami, sebab tidak satupun nilai uji *chi square* yang menunjukkan nilai  $< 0,05$ . Pada penelitian ini, mayoritas responden yang diteliti berusia 36-45 tahun, hal tersebut menunjukkan gambaran bahwa konsumen yang melakukan komplain didominasi oleh konsumen yang berusia 36-45 tahun. Hasil penelitian pada konteks ini secara keseluruhan berbeda dengan hasil penelitian Heung dan Lam (2003), dimana pada penelitian tersebut konsumen yang berusia muda (18-24 tahun) memiliki korelasi terhadap perilaku komplain konsumen.

Jenis kelamin memiliki korelasi yang signifikan terhadap perilaku komplain konsumen, khususnya terkait dengan perilaku komplain yang berupa melupakan kejadian dan menceritakan kepada teman/keluarga tentang pengalaman yang buruk yang dialami di restoran di Surabaya. Pada penelitian ini, mayoritas responden adalah wanita. Hasil penelitian pada konteks ini secara keseluruhan sama dengan hasil penelitian Heung dan Lam (2003), dimana pada penelitian tersebut konsumen wanita memiliki korelasi terhadap perilaku komplain konsumen.

Tingkat pendidikan memiliki korelasi yang signifikan terhadap perilaku komplain konsumen, khususnya perilaku komplain yang berupa menceritakan kepada teman/keluarga tentang pengalaman yang buruk yang dialami di restoran di Surabaya, mempengaruhi teman/keluarga untuk tidak datang ke restoran tersebut, dan menggunakan jalur hukum.

Pada penelitian ini, mayoritas responden memiliki pendidikan terakhir setingkat S1 atau sederajat. Pada penelitian kali ini menunjukkan bahwa konsumen yang melakukan komplain memiliki latar belakang pendidikan yang baik. Hasil penelitian pada konteks ini secara keseluruhan sama dengan hasil penelitian Heung dan Lam (2003), dimana pada penelitian tersebut konsumen dengan latar belakang yang baik memiliki korelasi yang signifikan terhadap perilaku komplain konsumen. Berdasarkan pada penjelasan yang telah dipaparkan, maka dapat dipahami bahwa rumusan masalah keempat dalam penelitian ini dapat terjawab.

Perilaku dan motivasi komplain dari konsumen dapat terjadi karena berbagai alasan. Menurut Pride dan Ferrell (1997), komplain yang dilakukan konsumen dapat terjadi dikarenakan beberapa alasan, yaitu:

1. *Incomprehension of customer's expectations*
2. *Wrong customer satisfaction standards*
3. *Lack of expectation-performance*
4. *Undelivered commitments*

Sehingga tidak menutup kemungkinan pula dari empat alasan yang menyebabkan konsumen melakukan komplain, terjadi kombinasi dari beberapa alasan dan hal tersebut tentunya dapat meningkatkan tingkat komplain konsumen

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa hal berikut ini:

Dari hasil penelitian ini, sebagian besar responden berjenis kelamin wanita dan mayoritas responden berusia 36-45 tahun. Sehingga mayoritas tingkat pendidikan terakhir responden adalah Strata 1 (S1) atau sederajat, serta memiliki pekerjaan sebagai wiraswata. Responden pada penelitian ini rata-rata perbulannya untuk pergi makan di restoran didominasi dengan 5-8 kali dalam 1 bulan, hal tersebut dikarenakan karena mayoritas pendapat responden pada penelitian ini sebesar Rp. 5.000.000,- hingga Rp 20.000.000,-.

Berdasarkan analisa *mean*, dapat disimpulkan bahwa perilaku komplain yang ditunjukkan oleh masyarakat Surabaya dalam melakukan komplain terhadap restoran-restoran yang ada di Surabaya adalah menceritakan kepada teman atau keluarga tentang pengalaman buruk yang dialami di restoran di Surabaya. Sedangkan pada segi motivasi komplain, masyarakat Surabaya adalah komplain karena butuh mengekspresikan rasa emosi.

Berdasarkan analisa *top two boxes* dan *bottom two boxes*, dapat disimpulkan bahwa responden setuju terhadap perilaku menceritakan kepada teman atau keluarga tentang pengalaman buruk yang dialami di restoran di Surabaya, sedangkan perilaku melupakan kejadian yang membuat tidak puas merupakan hal yang paling jarang dilakukan. Pada analisa *top two boxes* dan *bottom two boxes* pada variabel motivasi komplain dapat disimpulkan bahwa responden masih belum mengetahui secara pasti alasan mereka melakukan komplain, karena nilai netral yang didapat lebih banyak daripada nilai *top two boxes* dan *bottom two boxes*-nya.

Usia tidak memiliki korelasi terhadap perilaku komplain konsumen dalam penelitian ini. Jenis kelamin memiliki korelasi terhadap perilaku komplain konsumen, khususnya terkait dengan perilaku komplain yang berupa melupakan kejadian dan perilaku menceritakan kepada teman/keluarga tentang pengalaman yang buruk yang dialami di restoran di Surabaya. Di samping itu, tingkat pendidikan memiliki korelasi terhadap perilaku komplain konsumen, khususnya perilaku komplain yang berupa menceritakan kepada teman/keluarga tentang pengalaman yang buruk yang dialami di restoran di Surabaya, mempengaruhi teman/keluarga untuk tidak datang ke restoran tersebut, dan perilaku menggunakan jalur hukum.

Berdasarkan analisa mengenai tipe perilaku komplain konsumen dengan menggunakan metode *ranking*, maka dapat disimpulkan bahwa masyarakat Surabaya memiliki tipe *irates*, yaitu menceritakan pengalaman buruk dengan orang lain dan tidak melakukan pembelian berikutnya.

### **Saran**

Beberapa saran yang dapat diberikan melalui penelitian ini bagi restoran-restoran yang ada di Surabaya:

Restoran-restoran di Surabaya disarankan dapat menciptakan standar operasional yang lebih baik meliputi kualitas layanan dan kualitas produk yang disajikan kepada konsumen membuat konsumen puas dan tidak melakukan komplain.

Apabila memang terjadi kesalahan dan komplain, restoran-restoran di Surabaya sebaiknya segera memberikan respon atau tanggapan terhadap kesalahan yang dibuat dan komplain yang muncul. Restoran-restoran perlu memiliki karyawan representatif yang kompeten untuk melayani komplain atau perlu segera memberi permintaan maaf dan kompensasi yang layak apabila memang diperlukan jika terjadi komplain. Tujuan dari upaya ini adalah supaya konsumen tidak terpancing untuk menceritakan pengalaman buruknya kepada teman, keluarga, ataupun pihak-pihak lainnya dan segera mendapatkan *service recovery* yang memuaskan.

Perlu dipertimbangkan pula suatu opsi dimana pemilik restoran juga perlu turun tangan apabila ada komplain dari konsumen, mengingat komplain terhadap restoran muncul dari konsumen dengan berbagai latar belakang pendidikan.

Untuk penelitian lebih lanjut, dapat diteliti mengenai pengaruh antara variabel usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan juga aspek-aspek demografis lainnya dengan perilaku dan motivasi komplain konsumen terhadap restoran-restoran di Surabaya.

#### **DAFTAR PUSTAKA:**

- Gonius, N. (2013). Studi deskriptif tentang customer complaints di restoran WOK noodles di galaxy mall surabaya, *Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Jurusan Manajemen Layanan Pariwisata*.
- Badan resmi statistik. (2014, Februari 5). *Badan Pusat Statistik, No. 17/02/Th.XVII*
- Heung, V.C.S. and Lam, T. (2003). "Customer complaint behaviour towards hotel restaurant services", *International of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 15 No. 5, pp. 283-289
- Barlow, J.M. (1996). *A complaint is a gift*, Time Management International A/S, New York, NY.
- Broadbrige, A. and Marshall, J. (1995). "Consumer complaint behaviour : the case of electrical goods", *International Journal of Retail and Distribution Management*, Vol. 23 No. 9, pp. 8-18.
- Cooper, D.R. & Schindler, P. S. (2011). *Business research method*. United States : McGraw-Hill.
- Hoyer, W.D and MacInnis, D.J. (2007). *Customer behaviour*, 4<sup>th</sup> Ed., Houghton Mifflin Co : Boston, p. 289.

- Lam, T. and Tang, V. (2003). "Recognizing customer complaint behaviour : the case of hong kong hotel restaurant", *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol. 14, No. 1, pp. 69-86
- Sekaran, Uma. (2007). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, 4th ed., Vol. 2. (Kwan Men Yon, Trans.). Jakarta: Salemba Empat.
- Stauss, B. And Neuhaus, P. (1997). "The qualitative satisfaction model", *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 8, No. 3, pp. 235-249.
- Kau, A.K., Richmond, D. And Han, S. (1995). "Determinants of consumer complaint behaviour : a study of Singapore consumers", *Journal of International Consumer Marketing*, Vol. 8 No. 2, pp. 59-76.
- Lewis, R.C. (1983). "When guest complain", *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Vol. 24, No. 2, pp. 23-32.
- Manikas, P.A. and Shea, L.J. (1997). "Hotel complaint behaviour and resolution : a content analysis", *Journal of Travel Research*, Vol. 36 No. 2, pp. 68-73.
- Kuncoro, M. (2009). *Metode riset untuk bisnis dan ekonomi: Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis*, 3rd ed. Jakarta: Erlangga.
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing research: an applied orientation* (6th ed.). USA: Prentice Hall.
- Pride, W.M. Ferrell O.C. (1997), *Marketing : Concepts and Strategies*, Houghton Mifflin Co : Boston, p.10