

# PERILAKU PASCA KEGAGALAN LAYANAN DILIHAT DARI VARIABEL DEMOGRAFI DAN BUDAYA

Eka Kartika <sup>1</sup>

Ni Wayan Sri Suprapti <sup>2</sup>

I Nyoman Dayuh Rimbawan <sup>3</sup>

<sup>1</sup> Fakultas Ekonomi Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia  
e-mail: [eka4bogh@gmail.com](mailto:eka4bogh@gmail.com) / telp: +62 813 37340882

<sup>2</sup> Fakultas Ekonomi Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia  
e-mail: [cening\\_prapti@yahoo.com](mailto:cening_prapti@yahoo.com) / telp: +62 8123890565

<sup>3</sup> Fakultas Ekonomi Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia  
e-mail: [dayuhrimbawan@yahoo.com](mailto:dayuhrimbawan@yahoo.com) / telp: +62 8123984347

## ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui hubungan antara karakteristik demografi dan budaya dengan perilaku pasca kegagalan layanan hotel berbintang di Kabupaten Badung. Data dikumpulkan dari 60 responden dengan budaya kolektivis dan 60 responden dengan budaya individualis. Data dianalisis menggunakan uji *chi-square* dan tabel silang. Hasil penelitian mengungkapkan pelanggan dengan pendidikan tinggi, penghasilan tinggi, serta yang berlatar belakang budaya individualis, cenderung melakukan komplain dalam menindaklanjuti kegagalan layanan. Pelanggan kolektivis yang berpendidikan rendah cenderung melakukan komplain dengan cara bercerita melalui media online. Pelanggan individualis cenderung melakukan komplain langsung kepada manajer hotel. Pelanggan kolektivis cenderung beralih ketika mengalami kegagalan layanan. Pelanggan kolektivis yang tidak komplain, dipengaruhi oleh faktor budaya mereka yang tidak terbiasa melakukan komplain. Pelanggan Individualis tidak komplain karena sikap apatis terhadap tindakan komplain bahwa komplain tidak menyelesaikan masalah.

**Kata kunci :** *Perilaku pasca kegagalan layanan, budaya kolektivis, budaya individualis.*

## ABSTRAK

This study is aimed to determine the customer behavior after a service failure seen from demographic and cultural characteristic of the customer of star hotels in the area of Badung. The data collected from 60 customers with individualist cultural background and 60 customers with collectivist cultural background. *Chi-square test* and *cross tab analysis* were used to process the data. Research revealed customers with high education, high income, and individualist cultural background are more likely to complaint to follow up a service failure. Collectivist customers with low education are tends to complaint via online media. Individualist customers are tends to complaint directly to the hotel manager. Collectivist customers tends to switch hotel when they faced a service failure. Cultural factor (not use to do complaint) is behind the decision of the collectivist customers whom not complaint. Individualist customers whom not complaint believed that complaint won't solve the problem.

**Keywords:** *Post service failure behavior, collectivist culture, individualist culture.*

## **PENDAHULUAN**

Bali merupakan salah satu tujuan wisata favorit bagi wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara, karena itu industri pariwisata menjadi tulang punggung perekonomian di Bali. Untuk dapat memajukan industri pariwisata dibutuhkan fasilitas pendukung salah satunya hotel. Perhotelan di Bali, khususnya di Kabupaten Badung mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hotel-hotel berbintang di Kabupaten Badung berlomba-lomba untuk memberikan fasilitas dan pelayanan yang terbaik untuk dapat mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan menarik pelanggan baru.

Pada umumnya hotel berbintang dihuni oleh wisatawan yang berasal dari berbagai segmen baik pelanggan asing maupun pelanggan domestik dengan ekspektasi yang berbeda sehingga fasilitas dan layanan hotel juga dirasakan dan dipersepsikan berbeda oleh masing-masing pelanggan. Setiap hotel berbintang umumnya memberikan berbagai layanan dan fasilitas yang baik agar pelanggan merasa nyaman. Sementara itu, tidak semua layanan dan fasilitas yang telah diberikan pihak hotel diterima dengan baik oleh pelanggannya sehingga masih banyak pelanggan yang merasa tidak puas dan akhirnya mengeluh. Meskipun berbagai SOP telah ditetapkan, namun karena dalam proses penyerahan jasa melibatkan interaksi yang tinggi antara pelanggan dan karyawan terutama pada sesi kunjungan yang padat, maka terjadinya keagalan layanan merupakan suatu hal yang tak dapat dihindarkan sepenuhnya. Karena itu, sangat penting bagi para pelaku bisnis perhotelan untuk memahami perilaku konsumen. Berbagai literatur menyebutkan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor,

diantaranya faktor geografis, demografis, psikologis, psikografis, dan sosial budaya (Schiffman dan Kanuk, 2008:42).

Perilaku pelanggan hotel berbintang di Kabupaten Badung yang kecewa dan menyampaikan keluhan juga berhubungan dengan berbagai faktor tersebut. Lovelock dan Wirtz (2007:393) memaparkan bahwa orang dengan keadaan sosial ekonomi yang lebih tinggi lebih mungkin menyampaikan keluhan dibandingkan dengan tingkat yang lebih rendah. Temuan ini didukung oleh hasil penelitian Ndubisi, *et al.* (2006) yang menyatakan bahwa pelanggan perbankan di Malaysia dengan penghasilan rendah cenderung untuk tidak menyampaikan keluhannya sedikitpun. Pelanggan yang komplain atau menyampaikan keluhan memiliki karakteristik tertentu seperti pendidikan yang lebih baik, pendapatan yang lebih tinggi, dan keterlibatan sosial yang lebih besar telah memberikan mereka kepercayaan diri, pengetahuan, dan motivasi untuk berbicara ketika mereka menghadapi masalah.

Hasil studi lainnya yang juga mendukung temuan tersebut diantaranya, Liu dan McClure (2001) menyebutkan bahwa kosumen dengan budaya yang berbeda memiliki berbagai jenis perilaku keluhan dan niat yang berbeda. Eric, *et al.* (2007) menyimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara kebangsaan responden dan perilaku keluhannya. Trianasari (2006) menemukan perilaku penyampaian keluhan yang berbeda antara pelanggan asal Australia dan pelanggan asal Jepang. Hasil studi yang dilakukan Erdogan, *et al.* (2011) menunjukkan bahwa responden Cina cenderung menyebarkan *negative word of*

*mouth*, sedangkan responden Amerika cenderung menyuarkan keluhannya melalui pihak ketiga.

Keluhan konsumen adalah ekspresi dari ketidakpuasan, pada saat yang sama keluhan konsumen memberikan kesempatan bagi manajemen untuk merespon keluhan sedemikian rupa sehingga dapat mengurangi ketidakpuasan dan mendorong bisnis berulang. Dengan demikian, sangat penting bagi manajemen hotel berbintang di Kabupaten Badung untuk memperoleh informasi tentang pelanggan yang kecewa sebagai dasar untuk melakukan evaluasi terhadap berbagai kebijakan yang berhubungan dengan penanganan keluhan dan mendapatkan kesempatan kedua untuk mengembalikan kepercayaan pelanggan agar tidak berpaling kepada pesaing.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara masing-masing variabel (usia, jenis kelamin, pendidikan, penghasilan, dan latar belakang budaya) dengan perilaku pasca kegagalan layanan hotel berbintang di Kabupaten Badung.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Badung dan pengumpulan data dilakukan pada bulan Februari 2013 dengan mengambil subyek konsumen individu. Variabel prediktor (X) dalam penelitian ini adalah karakteristik demografi dan budaya yang terdiri dari usia, jenis kelamin, pendidikan, penghasilan dan latar belakang budaya. Variabel respon merupakan variabel yang menjadi akibat atau *output* (hasil) karena adanya variabel *input*. Variabel respon (Y) dalam penelitian ini adalah perilaku pasca kegagalan layanan. Penelitian ini

merupakan *field experimental study* yaitu studi uji coba lapangan dengan menggunakan intervensi dari pihak peneliti yang dimaksudkan agar fenomena yang dikehendaki segera tampak. Intervensi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah skenario kegagalan layanan dalam kuesioner penelitian.

### **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan hotel berbintang di Kabupaten Badung. Wisatawan yang berlatar belakang budaya kolektivis dan individualis yang pernah mengalami kegagalan layanan maupun yang belum pernah, masuk kedalam anggota sampel karena dalam penelitian ini responden dikondisikan pernah mengalami kegagalan layanan hotel berbintang seperti yang dirancang pada skenario kegagalan layanan dalam kuesioner.

Sekaran dan Bougie (2010:296) menyatakan bahwa ketika sampel dipecah menjadi beberapa sub-sampel (misalnya, laki-laki/perempuan, junior/senior, dan lain-lain), maka ukuran sampel minimum yang diperlukan adalah 30 untuk masing-masing kategori. Variabel prediktor yang diteliti dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua kategori. Dengan demikian, merujuk kepada pernyataan Sekaran dan Bougie tersebut, jumlah sampel minimum dalam penelitian ini sebesar  $60 = (30 \times 2)$ . Sehingga total sampel pelanggan yang berlatar belakang budaya kolektivis dan individualis dalam penelitian ini berjumlah 120 sampel.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *chi-square test* dengan uji tabel  $r \times k$ . *Chi-square test* digunakan untuk menguji hipotesis komparatif (Sugiyono, 2010 : 313). Tabel silang digunakan untuk melihat sifat

hubungan antara perilaku pasca kegagalan layanan dan perilaku pasca kegagalan layanan dengan masing-masing sub variabel demografi dan budaya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hubungan Antara Karakteristik Demografi dan Budaya dengan Perilaku Pasca Kegagalan Layanan

Responden mempunyai penilaian dan tindakan yang berbeda dalam merespon kegagalan layanan. Sebagian besar responden menindaklanjuti kegagalan layanan dengan komplain, dan hanya sedikit yang tidak komplain. Untuk menguji perbedaan perilaku pasca kegagalan layanan tersebut, dilakukan analisis dengan uji *chi-square* yang hasilnya disajikan dalam Tabel 1.

**Tabel 1 Hasil Uji *Chi-Square* untuk Karakteristik Demografi dan Budaya dengan Perilaku Pasca Kegagalan Layanan**

No	Karakteristik	Nilai <i>Chi-Square</i>	Nilai <i>Probability</i>	Keterangan
1	Usia	0,001	0,970	H1 tidak terdukung
2	Jenis Kelamin	0,263	0,608	H2 tidak terdukung
3	Pendidikan	39,030	0,000	H3 terdukung
4	Penghasilan	59,514	0,000	H4 terdukung
5	Latar belakang budaya	7,566	0,006	H5 terdukung

Sumber: Hasil analisis data

Dua hipotesis pertama dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: "Terdapat hubungan yang signifikan antara usia pelanggan dengan perilaku pasca kegagalan layanan hotel berbintang di Kabupaten Badung"; "Terdapat hubungan yang signifikan antara jenis kelamin pelanggan dengan perilaku pasca kegagalan layanan hotel berbintang di Kabupaten Badung". Berdasarkan Tabel 1 hasil uji variabel usia dan jenis kelamin tidak mendukung H1 dan H2 dalam penelitian ini dengan nilai probability masing-masing 0,970 dan 0,608 ( $p > 0,05$ ). Artinya tidak

terdapat hubungan yang signifikan antara usia dan jenis kelamin pelanggan dengan perilaku pasca kegagalan layanan hotel berbintang di Kabupaten Badung. Berdasarkan temuan tersebut, H1 dan H2 dalam penelitian ini ditolak.

Hipotesis 3, 4 dan 5 dalam penelitian ini adalah ” Terdapat hubungan yang signifikan antara pendidikan pelanggan dengan perilaku pasca kegagalan layanan hotel berbintang di Kabupaten Badung”; ”Terdapat hubungan yang signifikan antara penghasilan pelanggan dengan perilaku pasca kegagalan layanan hotel berbintang di Kabupaten Badung”; ”Terdapat hubungan yang signifikan antara latar belakang budaya pelanggan dengan perilaku pasca kegagalan layanan hotel berbintang di Kabupaten Badung”.

Hasil uji *chi-square* untuk variabel pendidikan, penghasilan dan latar belakang budaya diketahui mendukung hipotesis 3, 4, dan 5 dengan nilai probability masing-masing 0,000 ( $p < 0,05$ ). Artinya terdapat hubungan yang signifikan antara pendidikan, penghasilan dan latar belakang budaya pelanggan dengan perilaku pasca kegagalan layanan hotel berbintang di Kabupaten Badung. Berdasarkan temuan tersebut maka H3, H4 dan H5 dalam penelitian ini diterima. Hubungan antara ketiga variabel yang signifikan dengan perilaku pasca kegagalan layanan dijelaskan dalam Tabel 2.

Berdasarkan Tabel 2 dapat disimpulkan bahwa pelanggan yang berpendidikan tinggi, penghasilan tinggi serta pelanggan yang berlatar belakang budaya individualis cenderung melakukan komplain dalam menindaklanjuti kegagalan layanan.

**Tabel 2 Hubungan Antara variabel Pendidikan, Penghasilan dan Latar belakang budaya dengan Perilaku Pasca Kegagalan Layanan**

No	Karakteristik	Komplain		Total (%)
		Ya (%)	Tidak (%)	
1	Pendidikan:			
	Rendah ( $\leq$ SMA)	46,4	53,6	100,0
	Tinggi (Perguruan Tinggi)	95,7	4,3	100,0
	Penghasilan:			
2	Menengah ke bawah	42,4	57,6	100,0
	Tinggi	100,0	0,0	100,0
3	Latar belakang Budaya:			
	Kolektivis	75,0	25,0	100,0
	Individualis	93,3	6,7	100,0

Sumber: Hasil analisis data

### **Hubungan Antara Karakteristik Demografi dan Budaya dengan Perilaku Keluhan Pelanggan**

Setelah diketahui perbedaan perilaku pasca kegagalan layanan, semua responden yang memutuskan untuk komplain diminta untuk memilih tindakan komplain apa yang akan dilakukan melalui sepuluh butir pernyataan yang termasuk dalam perilaku keluhan pelanggan. Hasil uji *chi-square* kelima variabel penelitian terhadap empat perilaku keluhan pelanggan tersaji dalam Tabel 3.

Hasil uji *chi-square* pada tabel 3 menyatakan bahwa variabel latar belakang budaya tercatat signifikan terhadap empat perilaku keluhan pelanggan yaitu komplain langsung kepada manajer hotel; menyampaikan masalah melalui media online; tetap menginap dan beralih pada kunjungan berikutnya; menyarankan orang lain untuk tidak menggunakan hotel yang membuatnya kecewa, dengan nilai signifikansi masing-masing  $< 0,05$ . Artinya terdapat hubungan yang signifikan antara latar belakang budaya pelanggan dengan aksi

komplain tersebut. Hubungan antara latar belakang budaya pelanggan dengan aksi komplain tersebut dijelaskan dalam Tabel 4.

**Tabel 3 Hasil Uji *Chi-square* antara Karakteristik Demografi dan Budaya dengan Perilaku Keluhan Pelanggan**

Perilaku Keluhan Pelanggan	Usia		Jenis Kelamin		Pendidikan		Penghasilan		Budaya	
	Chi-square	Sig	Chi-square	Sig	Chi-square	Sig	Chi-square	Sig	Chi-square	Sig
Komplain langsung pada manajer hotel	1,096	0,295	0,153	0,696	0,777	0,378	0,847	0,358	6,546	0,011
Menyampaikan masalah melalui media online	1,750	0,186	2,874	0,090	4,487	0,034	0,002	0,968	5,251	0,022
Tetap menginap dan Beralih ke hotel lain pada kunjungan berikutnya	0,003	0,955	0,788	0,375	1,013	0,314	3,416	0,065	9,842	0,002
Menyarankan orang lain untuk tidak menggunakan hotel yang membuatnya kecewa	2,417	0,120	0,498	0,480	1,013	0,314	1,066	0,302	6,105	0,013

Sumber: Hasil analisis data

Variabel pendidikan diketahui mempunyai nilai *chi-square* sebesar 4,484 terhadap satu perilaku keluhan pelanggan yaitu menyampaikan masalah melalui media online, dengan nilai signifikansi sebesar 0,034 (<0,05). Artinya terdapat hubungan yang signifikan antara pendidikan pelanggan dengan perilaku keluhan menyampaikan masalah melalui media online. Hubungan antara variabel pendidikan dengan perilaku keluhan tersebut dijelaskan dalam Tabel 5.

Tabel 4 menjelaskan bahwa aksi komplain dengan menyampaikan keluhan langsung kepada manajer hotel lebih banyak dipilih oleh pelanggan yang berlatar belakang budaya individualis yaitu sebesar 100 persen. Menyampaikan masalah melalui media online lebih banyak dilakukan oleh pelanggan yang berlatar belakang budaya kolektivis yaitu sebesar 62,2 persen.

**Tabel 4 Hubungan Latar Belakang Budaya dengan Perilaku Keluhan Pelanggan**

Perilaku Keluhan Pelanggan	Variabel Latar Belakang Budaya				Total
	Kolektivis		Individualis		
	Jawaban YA (%)	Jawaban TIDAK (%)	Jawaban YA (%)	Jawaban TIDAK (%)	
Komplain langsung pada manajer hotel	88,9	11,1	100,0	0,0	100
Menyampaikan masalah melalui media online	62,2	37,8	39,3	60,7	100
Tetap menginap dan Beralih ke hotel lain pada kunjungan berikutnya	31,1	68,9	62,5	37,5	100
Menyarankan orang lain untuk tidak menggunakan hotel yang membuatnya kecewa	62,2	37,8	37,5	62,5	100

Sumber: Hasil analisis data

Pelanggan yang tetap menginap dan hanya akan beralih ke hotel lain pada kunjungan berikutnya diketahui lebih banyak berlatar belakang budaya individualis yaitu sebesar 62,5 persen. Pelanggan berlatar belakang budaya kolektivis diketahui juga lebih aktif dalam menyarankan orang lain agar tidak menggunakan jasa hotel yang membuatnya kecewa yaitu sebesar 62,2 persen.

**Tabel 5 Hubungan Variabel Pendidikan dengan Perilaku Keluhan Pelanggan**

Perilaku Keluhan Pelanggan	Variabel Pendidikan				Total
	Pendidikan rendah		Pendidikan Tinggi		
	Jawaban YA (%)	Jawaban TIDAK (%)	Jawaban YA (%)	Jawaban TIDAK (%)	
Menyampaikan masalah melalui media online	76,9	23,1	45,5	54,5	100

Sumber: Hasil analisis data

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa pelanggan yang berpendidikan rendah lebih banyak melakukan keluhan aksi publik dengan cara bercerita melalui media online sebagai tindak lanjut atas kegagalan layanan yang dialaminya, yaitu sebesar 76,9 persen.

## Hubungan Antara Karakteristik Demografi dan Budaya dengan Alasan Pelanggan yang tidak komplain

Dalam penelitian ini dirumuskan tiga alasan perilaku tidak komplain yang terdiri dari tiga pernyataan dalam kuesioner yaitu komplain membuat saya merasa tidak nyaman; komplain tidak akan menyelesaikan masalah; komplain bukan merupakan kebiasaan saya. Ketiga pernyataan ini dikaitkan dengan variabel penelitian dan dianalisis dengan uji *chi-square* dan tabel silang yang hasilnya dibahas pada Tabel 6.

**Tabel 6 Hasil Uji *Chi-Square* Antara Karakteristik Demografi dan Budaya dengan Alasan Pelanggan yang tidak komplain**

Alasan Tidak Komplain	Usia		Jenis Kelamin		Pendidikan		Penghasilan		Budaya	
	Chi-square	Sig	Chi-square	Sig	Chi-square	Sig	Chi-square	Sig	Chi-square	Sig
Komplain membuat saya merasa tidak nyaman	0,277	0,599	0,277	0,599	4,421	0,035	19	-	10,978	0,001
Komplain tidak akan menyelesaikan masalah	0,038	0,845	0,038	0,845	5,630	0,018	19	-	5,630	0,018
Komplain bukan merupakan kebiasaan saya	1,360	0,243	1,360	0,243	6,193	0,013	19	-	14,187	0,000

Sumber: Hasil analisis data

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa dari kelima variabel yang diuji terhadap masing-masing pernyataan, hanya dua variabel yaitu pendidikan dan latar belakang budaya yang menunjukkan hubungan yang signifikan dengan nilai masing-masing kurang dari 0,05. Artinya terdapat hubungan yang signifikan antara pendidikan dan latar belakang budaya pelanggan dengan alasan tidak komplain. Hubungan antara variabel pendidikan dan latar belakang budaya dengan alasan tidak komplain dijelaskan dalam Tabel 7 dan Tabel 8.

**Tabel 7 Hubungan Pendidikan dengan Alasan Pelanggan yang Tidak Komplain**

Alasan Tidak Komplain	Variabel Pendidikan				Total
	Pendidikan Rendah		Pendidikan Tinggi		
	Jawaban Setuju (%)	Jawaban Tidak Setuju (%)	Jawaban Setuju (%)	Jawaban Tidak Setuju (%)	
Komplain membuat saya merasa tidak nyaman	80,0	20,0	25,0	75,0	100,0
Komplain tidak akan menyelesaikan masalah	33,3	66,7	100,0	0,0	100,0
Komplain bukan merupakan kebiasaan saya	86,7	13,3	25,0	75,0	100,0

Sumber: Hasil analisis data

**Tabel 8 Hubungan Latar Belakang Budaya dengan Alasan Pelanggan yang Tidak Komplain**

Alasan Tidak Komplain	Variabel Latar Belakang Budaya				Total
	Kolektivis		Individualis		
	Jawaban Setuju (%)	Jawaban Tidak Setuju (%)	Jawaban Setuju (%)	Jawaban Tidak Setuju (%)	
Komplain membuat saya merasa tidak nyaman	86,7	13,3	0,0	100,0	100,0
Komplain tidak akan menyelesaikan masalah	33,3	66,7	100,0	0,0	100,0
Komplain bukan merupakan kebiasaan saya	93,3	6,7	0,0	100,0	100,0

Sumber: Hasil analisis data

Berdasarkan Tabel 7 dan Tabel 8 dinyatakan bahwa alasan tidak komplain yang berhubungan dengan rasa tidak nyaman paling banyak dipilih oleh responden yang berpendidikan rendah dan responden berlatar belakang budaya kolektivis yaitu masing-masing sebesar 80 persen dan 86,7 persen. Responden yang berpendidikan tinggi dan responden individualis lebih banyak tidak komplain karena sikap apatis terhadap tindakan komplain yaitu masing-masing sebesar 100 persen. Responden yang tidak komplain karena alasan kebiasaan lebih banyak dipilih oleh responden yang berpendidikan rendah dengan latar belakang budaya kolektivis yaitu sebesar 86,7 persen dan 93,3 persen.

## **Pembahasan Hasil Penelitian**

Variabel usia menunjukkan koefisien *chi-square* sebesar 0,001 dengan *probability* 0,970 ( $p > 0,05$ ) yang berarti tidak mendukung hipotesis 1, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara usia pelanggan dengan perilaku pasca kegagalan layanan. Dengan kata lain, baik pelanggan yang berusia lebih muda maupun lebih tua perilakunya relatif sama dalam menindaklanjuti kegagalan layanan. Temuan ini tidak mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Eric, *et al.* (2007) yang menyimpulkan bahwa semakin tua usia responden perilaku keluhannya cenderung mengarah kepada aksi publik.

Variabel jenis kelamin menunjukkan koefisien *chi-square* sebesar 0,263 dengan *probability* 0,608 ( $p > 0,05$ ) diketahui tidak mendukung hipotesis 2. Dengan demikian, dinyatakan bahwa tidak hubungan yang signifikan antara jenis kelamin pelanggan dengan perilaku pasca kegagalan layanan. Dengan kata lain, perilaku pelanggan laki-laki dan perempuan dalam menindaklanjuti kegagalan layanan cenderung tidak berbeda. Temuan ini tidak mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yuza (2008) dengan uji korelasi spearman menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara jenis kelamin responden dengan tindakan komplain ( $p < 0,05$ ).

Variabel pendidikan menunjukkan koefisien *chi-square* sebesar 39,030 dengan *probability* sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ) menerangkan bahwa H3 terdukung. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pendidikan pelanggan dengan perilaku pasca kegagalan layanan. Dengan kata

lain, perilaku pelanggan yang berpendidikan tinggi dalam menindaklanjuti kegagalan layanan berbeda dengan pelanggan yang berpendidikan rendah. Temuan ini mengkonfirmasi temuan studi sebelumnya yang dilakukan oleh Eric, *et al.* (2007) dengan teknik analisis *chi-square* mengungkapkan bahwa konsumen dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung lebih aktif menyuarakan keluhannya dalam bentuk aksi publik.

Hasil analisis variabel penghasilan menunjukkan koefisien *chi-square* sebesar 59,514 dengan *probability* 0,000 ( $p < 0,05$ ) menerangkan bahwa H4 terdukung. Artinya terdapat hubungan yang signifikan antara penghasilan pelanggan dengan perilaku pasca kegagalan layanan. Dengan kata lain, pelanggan yang berpenghasilan tinggi menindaklanjuti kegagalan layanan secara berbeda dengan pelanggan yang berpenghasilan rendah. Hasil studi ini mengungkapkan persamaan dengan hasil studi sebelumnya yang dilakukan oleh Ndubisi, *et al.* (2006), salah satu variabel yang diteliti adalah tingkat penghasilan, hasil studinya menunjukkan bahwa pelanggan dengan tingkat penghasilan yang lebih tinggi lebih cenderung untuk menyampaikan keluhannya langsung ke perusahaan daripada pelanggan yang berpenghasilan rendah.

Variabel latar belakang budaya menunjukkan koefisien *chi-square* sebesar 7,566 dengan *probability* 0,006 ( $p < 0,05$ ) menerangkan bahwa H5 terdukung. Artinya terdapat hubungan yang signifikan antara latar belakang budaya pelanggan dengan perilaku pasca kegagalan layanan. Pelanggan yang berlatar belakang budaya individualis lebih cenderung menyuarakan keluhannya (komplain) ketika menghadapi kegagalan layanan. Dengan demikian, temuan ini

mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Trianasari (2006) menyebutkan bahwa wisatawan Australia tergolong individualis cenderung untuk menyuarkan langsung keluhannya secara internal.

Adapun hasil penelitian yang memperluas bahasan dalam penelitian ini berkaitan dengan perilaku keluhan pelanggan. Variabel pendidikan diketahui berhubungan dengan satu perilaku keluhan pelanggan yaitu menyampaikan masalah melalui media online. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pelanggan yang berpendidikan rendah cenderung melakukan aksi tersebut ketika menghadapi kegagalan layanan dibandingkan dengan pelanggan yang berpendidikan tinggi yang lebih banyak melakukan tindakan komplain langsung kepada manajer hotel, tindakan ini termasuk kedalam aksi publik dalam perilaku keluhan pelanggan. Temuan ini mendukung hasil studi sebelumnya yang dilakukan oleh Eric, *et al.* (2007) yang menyimpulkan bahwa konsumen dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung mengambil tindakan keluhan bentuk publik.

Variabel latar belakang budaya diketahui mempunyai hubungan yang signifikan terhadap empat perilaku keluhan pelanggan. Pelanggan yang berlatar belakang budaya individualis cenderung komplain dengan cara menyampaikan keluhan langsung kepada manajer hotel. Pelanggan yang berlatar belakang kolektivis gemar bercerita melalui media online sebagai tindakan komplainnya atas kegagalan layanan. Pelanggan yang berlatar belakang budaya kolektivis juga diketahui cenderung langsung beralih ke hotel lain ketika mengalami kegagalan layanan hotel dibandingkan dengan pelanggan individualis yang cenderung tidak

beralih. Temuan ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Chen-yu, *et al.* (2005) yang menyatakan bahwa pelanggan Korea cenderung beralih ke toko lain ketika mengalami ketidakpuasan. Menurut Ferguson, *et al.* (2012) siswa Indonesia cenderung kurang setia kepada Universitas dan mudah beralih dibandingkan siswa Australia. Pelanggan kolektivis diketahui sangat melindungi kelompoknya dengan memperingati teman dan keluarganya untuk tidak menggunakan jasa hotel yang telah mengecewakannya. Temuan tersebut mendukung hasil studi sebelumnya yang dilakukan oleh Erdogan, *et al.* (2011) yang menyatakan bahwa pelanggan Cina cenderung menyebarkan *negative word of mouth* ketika mengalami kegagalan layanan.

Selanjutnya hasil penelitian penelitian juga ini mengungkapkan alasan dari sebagian responden yang memutuskan tidak komplain meskipun mengalami kegagalan layanan. Pelanggan kolektivis yang tidak komplain disebabkan oleh faktor budaya mereka yang berkaitan dengan kebiasaan sehari-hari. Pelanggan kolektivis tidak terbiasa melakukan komplain, sehingga ketika dihadapkan dengan kegagalan layanan, mereka cenderung sungkan untuk melakukan komplain karena bukan merupakan kebiasaan mereka. Lain halnya dengan semua pelanggan individualis yang tidak komplain, terungkap bahwa sikap skeptis terhadap tindakan komplain menyebabkan mereka memilih untuk tidak komplain meskipun mengalami kegagalan layanan.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan yang berpendidikan tinggi,

berpenghasilan tinggi, dan berlatar belakang budaya individualis lebih cenderung menyuarkan keluhan (komplain) dalam menindaklanjuti kegagalan layanan hotel berbintang. Pelanggan kolektivistis yang berpendidikan rendah lebih cenderung melakukan keluhan aksi publik dengan cara bercerita melalui media online. Pelanggan individualis lebih cenderung melakukan keluhan aksi publik dengan menyampaikan keluhan langsung kepada manajer hotel. Pelanggan individualis juga diketahui masih lebih setia dibandingkan pelanggan kolektivistis yang cenderung langsung beralih ketika mengalami kegagalan layanan. Pelanggan kolektivistis yang tidak komplain, dipengaruhi oleh faktor budaya mereka yang tidak terbiasa melakukan komplain. Pelanggan individualis tidak komplain karena sikap apatis terhadap tindakan komplain bahwa komplain tidak menyelesaikan masalah.

Hasil studi ini mempunyai implikasi yang besar bagi manajemen hotel berbintang yang kinerjanya berbasis kepada interaksi pemberi dan penerima jasa (*people*), prosedur dalam penyampaian layanan (*process*), dan penciptaan produktivitas yang sejalan dengan kualitas layanan (*productivity and quality*). Untuk itu, sebaiknya manajemen hotel berbintang khususnya di Kabupaten Badung terus menggali pemahaman tentang perilaku konsumen secara menyeluruh. Manajemen hotel berbintang harus peka terhadap setiap keluhan yang disampaikan pelanggan dan segera menyelesaikan dengan solusi terbaik agar mengembalikan kepercayaan pelanggan sehingga berhasil mempertahankan mereka sebagai pelanggan setia. Manajemen hotel berbintang dapat melatih karyawan untuk mengamati pelanggan yang kelihatan tidak puas dan mencoba

mengetahui masalahnya dengan pendekatan yang sopan, ramah dan memberikan kesan bahwa pihak hotel terbuka dalam menyelesaikan masalah dan kepuasan pelanggan adalah yang terpenting.

## DAFTAR RUJUKAN

- Chen-Yu, J., Keum-Hee, H. 2006. "How Do Dissatisfied Apparel Consumers Respond? A Comparison of College Students in the U. S. and South Korea". *Journal of Family and Consumer Sciences*, Vol. 98.No.3.2006 *JFCS*
- Eric, W.T., Vincent, C.S., Wong, Y.H. Chan, K.Y. 2007. "Consumer complaint behaviour of Asians and non-Asians about hotel services: An empirical analysis". *European Journal of Marketing*, Vol. 41 Iss: 11 pp. 1375 – 1391
- Erdogan H., Norman, A. 2011. "Comparing Chinese and American attitudes towards complaining". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 23 Iss: 3 pp. 327 – 343
- Ferguson, G., Ian, P. 2012. "A cross-national investigation of university students' complaining behaviour and attitudes to complaining". *Journal of International Education in Business*, Vol. 5 Iss: 1, pp.50 – 70
- Kotler, Philip., Amstrong, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lovelock, C., Wirtz, J. 2007. *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. Sixth Editionn, Singapore: Prentice Hall.
- Lovelock, C. H. dan L. K. Wright. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Bahasa Indonesia. PT. Intermedia. Jakarta
- Liu, R.R., McClure, P. 2001. "Recognizing cross-cultural differences in consumer complaint behavior and intentions: an empirical examination". *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 18 No. 1, pp.54-74.
- Ndubisi, N.O., Ling, T.Y. 2006. "Complaint behaviour of Malaysian consumers". *Management Research News*, Vol. 29 Iss: 1 pp. 65 – 76

- Suprpti, N.W.S. 2010. *Perilaku Konsumen: Pemahaman Dasar dan Aplikasinya Dalam Strategi Pemasaran*. Denpasar: Udayana University Press.
- Schiffman, L., Kanuk, L.L. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi: Tujuh. Indeks.
- Sekaran, Uma., Bougie, Roger. 2010. *Research Methods For Business – A Skill-Building Approach*. Fifth Edition. Wiley: UK.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Penerbit AlfaBeta.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service.
- Trianasari. 2006. “Pengaruh Budaya Nasional dan Kegagalan Layanan terhadap Perilaku Keluhan Konsumen (Studi Terhadap Wisatawan Australia dan Jepang di Beberapa Hotel Berbintang Tiga Di Kabupaten Badung)”. *Tesis Program Manajemen Pasca Sarjana Universitas Udayana. Denpasar*.
- Yuza, A. 2008. “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Tanggapan Perusahaan Pasca Tindakan Komplain Melalui Media Massa Kompas”. *Skripsi Fakultas Pertanian IPB*.