

PENGARUH SIKAP DAN PENGALAMAN MENGELUH TERHADAP PERILAKU KELUHAN PELANGGAN PDAM KOTA DENPASAR

Ida Bagus Gede Dhana Iswara¹
A. A. G. Agung Artha Kusuma²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia
e-mail: ibgededhanaiswara@gmail.com / tlp: 085792777097

ABSTRAK

Perilaku keluhan pelanggan dalam konsep pemasaran didefinisikan sebagai fungsi ketidakpuasan, yang merupakan hasil negatif dan ketidaksesuaian harapan pembelian. Agar perilaku keluhan pelanggan menurun, suatu perusahaan perlu memperhatikan sikap dan pengalaman mengeluh. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji pengaruh sikap dan pengalaman mengeluh terhadap perilaku keluhan pelanggan. Penelitian ini dilakukan di PDAM Kota Denpasar. Sampel yang diambil sebanyak 100 orang, diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dengan kuesioner dan teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap mengeluh berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku keluhan pelanggan, ini berarti semakin tinggi sikap mengeluh maka perilaku keluhan pelanggan pun meningkat. Pengalaman mengeluh memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap perilaku keluhan pelanggan, menunjukkan bahwa semakin banyak pengalaman mengeluh maka perilaku keluhan pelanggan semakin menurun.

Kata kunci: sikap, pengalaman, perilaku keluhan pelanggan

ABSTRACT

Customer complaint behavior in the marketing concept is defined as a function of dissatisfaction, which is a negative result and mismatch of purchase expectation. In order to decrease customer complaint behavior, a company needs to pay attention to the attitude and experience complained. The purpose of this study was to assess the effect of attitude and experience complained toward customer complaint behavior. This research was conducted in PDAM Denpasar City. Samples were taken of 100 people with purposive sampling method. Data were collected by questionnaire and analysis techniques used were multiple linear regression. The results showed that the attitude complained significant positive on the customer complaint behavior, this means that the higher attitude complained the customer complaint behavior increased. The experience complained has no significant effect on the customer complaint behavior, suggesting that the more experience complained the customer complaint behavior decreased.

Keywords: attitude, experience, customer complaint behavior

PENDAHULUAN

Semakin meningkatnya jumlah penduduk, membuat kebutuhan masyarakat akan air bersih juga meningkat. Selain untuk minum, air juga dipergunakan untuk memasak, mencuci, mandi, dan membersihkan kotoran yang ada di sekitar rumah. Air juga digunakan untuk keperluan industri, pertanian, pemadam kebakaran, tempat rekreasi, transportasi, dan lain-lain. Penyediaan air bersih untuk masyarakat mempunyai peranan yang sangat penting dalam meningkatkan kesehatan lingkungan atau masyarakat, yakni dalam menurunkan angka penderita penyakit, khususnya yang berhubungan dengan air, dan berperan dalam meningkatkan standar atau taraf hidup masyarakat.

Salah satu penyedia air bersih yang terletak di Bali adalah Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Denpasar. PDAM Kota Denpasar sebagai salah satu alternatif penyedia air bersih, selain air tanah (air yang terdapat dalam lapisan tanah atau bebatuan di bawah permukaan tanah), harus mampu meningkatkan pelayanan air bersih untuk masyarakat. Sebab penyediaan air bersih masih sangat diperlukan untuk kehidupan sekarang dan kehidupan yang akan datang.

Sampai saat ini, pelayanan air bersih untuk masyarakat Kota Denpasar masih dihadapkan beberapa permasalahan yang cukup kompleks dan sampai saat ini belum dapat diatasi sepenuhnya. Berikut ini jumlah keluhan pelanggan yang dikeluarkan PDAM Kota Denpasar Tahun 2014 berdasarkan jenis keluhan, seperti yang disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1.
Data Tingkat Keluhan Pelanggan PDAM Kota Denpasar Tahun 2014
Berdasarkan Jenis Keluhan

No.	Jenis Keluhan	Jumlah Keluhan
1	<i>Water meter</i> mati	37
2	<i>Water meter</i> rusak	50
3	Air kecil	474
4	Air mati	1.955
5	Air keruh	103
6	Keran yang ada di sebelah <i>water meter</i> (BGV)	1.015
7	Bocor sebelum/setelah <i>water meter</i>	1.369
8	Pipa bocor	2.127
9	Lain-lain distribusi	10
10	Angkat <i>path box</i>	2
11	Pipa melintang	7
12	Pengaspalan	1
13	Curi air	2
14	Air yang bisa diminum di tempat umum (AMO)	0
15	Air tangki	58
16	Perubahan golongan	139
17	Kaca kabur	11
18	Kaca pecah	4
19	<i>Water meter</i> hilang	148
20	<i>Water meter</i> hanya terlihat di permukaan	1
21	<i>Water meter</i> tertanam seluruhnya	0
22	<i>Water meter</i> terbalik	0
23	Lain-lain <i>water meter</i>	5
24	Pemakaian tinggi	19
25	<i>Water meter</i> di bawah permukaan tanah	0
26	<i>Water meter</i> tidak diketahui letaknya	0
27	<i>Water meter</i> dalam ruangan	0
28	<i>Water meter</i> di tempat sulit	0
Jumlah		7.537

Sumber: PDAM Kota Denpasar, 2015

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat keluhan pelanggan PDAM Kota Denpasar tahun 2014 terdiri dari berbagai jenis keluhan. Jenis keluhan tertinggi ditunjukkan pada keluhan “pipa bocor” sebanyak 2.127 keluhan, ini berarti mayoritas pelanggan PDAM Kota Denpasar mengeluh karena adanya pipa yang bocor. Jenis keluhan terendah ditunjukkan pada keluhan “pengaspalan” dan “*water meter* hanya terlihat di permukaan” masing-masing sebanyak 1 keluhan, ini berarti minoritas pelanggan PDAM Kota Denpasar mengeluh karena adanya pengaspalan

atau *water meter* hanya terlihat di permukaan. Kemudian jumlah keluhan berdasarkan jenis keluhannya, yaitu sebanyak 7.537 keluhan.

Menanggapi keluhan dari pelanggan tersebut, hendaknya pihak PDAM Kota Denpasar mengajukan permintaan maaf dan melakukan tindakan yang responsif sesegera mungkin dalam memperbaiki pelayanannya kepada pelanggan. Kemudian untuk meminimalisir terjadinya keluhan yang dilakukan oleh pelanggan, maka pihak PDAM Kota Denpasar perlu menilai dan memahami akar penyebab masalahnya. Jika keluhan merupakan hal yang kompleks atau tidak dapat diatasi segera, maka penyelidikan perlu dilakukan, sehingga kedepannya jumlah keluhan pelanggan PDAM Kota Denpasar akan semakin menurun.

Fokus utama studi perilaku keluhan pelanggan pada tahun ini telah menyebar dengan cepat pada bisnis jasa di seluruh dunia (Ashraf *et al.*, 2013). Mengerti tentang cara yang pelanggan lakukan saat mengeluh lebih penting dari teori, manajerial, dan perspektif kebijakan publik (Manuaba dan Warmika, 2014). Jika perusahaan dapat belajar ini, mereka dapat menawarkan solusi yang efektif dan efisien yang lebih mungkin disambut oleh pelanggan mereka (Ekiz dan Au, 2011). Dari fenomena tersebut, maka studi perilaku keluhan pelanggan masih sangat relevan saat ini untuk bisnis dan penelitian akademis.

Perilaku keluhan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa variabel diantaranya adalah sikap mengeluh (Rizwan *et al.*, 2013; Putra dan Giantari, 2014), pengalaman mengeluh (Rizwan *et al.*, 2013), loyalitas pelanggan (Kitapci dan Dortyol, 2009; Rizwan *et al.*, 2013), ketidakpuasan (Putra dan Wardana, 2014; Nityawan dan Ardani, 2014), dan lain sebagainya. Penelitian ini dikaji tentang

pengaruh variabel sikap mengeluh dan pengalaman mengeluh terhadap perilaku keluhan pelanggan.

Penelitian ini dilakukan di Kota Denpasar karena masih ada ketidakkonsistenan dalam penurunan jumlah keluhan pelanggan PDAM Kota Denpasar setiap bulannya. Hal ini ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2.
Data Tingkat Keluhan Pelanggan PDAM Kota Denpasar Tahun 2014
Berdasarkan Bulan

Bulan	Jumlah Keluhan
Januari	630
Februari	517
Maret	498
April	460
Mei	512
Juni	675
Juli	577
Agustus	763
September	805
Oktober	796
November	775
Desember	529
Jumlah	7.537

Sumber: PDAM Kota Denpasar, 2015

Tabel 2 menunjukkan bahwa, tingkat keluhan setiap bulannya selama tahun 2014 terdiri dari 630 keluhan pada bulan Januari, 517 keluhan pada bulan Februari, 498 keluhan pada bulan Maret, 460 keluhan pada bulan April, 512 keluhan pada bulan Mei, 675 keluhan pada bulan Juni, 577 keluhan pada bulan Juli, 763 keluhan pada bulan Agustus, 805 keluhan pada bulan September, 796 keluhan pada bulan Oktober, 775 keluhan pada bulan November, dan 529 keluhan pada bulan Desember. Jumlah keluhan tertinggi ditunjukkan pada bulan September sebanyak 805 keluhan, ini berarti mayoritas pelanggan PDAM Kota Denpasar mengeluh pada bulan September. Jumlah keluhan terendah terjadi pada bulan Maret sebanyak 498 keluhan, ini berarti minoritas pelanggan PDAM Kota

Denpasar mengeluh pada bulan Maret. Maka penelitian tentang perilaku keluhan pelanggan ini perlu untuk dilakukan di Kota Denpasar.

Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu 1) Untuk mengkaji pengaruh sikap mengeluh terhadap perilaku keluhan pelanggan PDAM Kota Denpasar; dan 2) Untuk mengkaji pengaruh pengalaman mengeluh terhadap perilaku keluhan pelanggan PDAM Kota Denpasar. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu referensi bagi suatu penelitian atau karya tulis untuk memberikan pemahaman, gambaran, dan wawasan dalam bidang ilmu manajemen pemasaran, khususnya yang berhubungan dengan sikap mengeluh, pengalaman mengeluh, dan perilaku keluhan pelanggan. Disisi lain, diharapkan dapat memberikan masukan dan pertimbangan kepada PDAM Kota Denpasar, sehingga kedepannya mampu memberikan pelayanan yang lebih baik lagi kepada pelanggannya.

Sikap adalah predisposisi yang dipelajari untuk merespon suatu obyek atau sekelompok obyek dalam suatu cara yang menyenangkan atau tidak menyenangkan secara konsisten (Suprapti, 2010:136). Sikap ini dikonseptualisasikan sebagai pengaruh kebaikan atau keburukan secara keseluruhan dari mengeluh kepada penjual dan tidak spesifik untuk bagian tertentu dari ketidakpuasan (Anggraini, 2013). Sikap mengeluh didefinisikan sebagai kecenderungan pelanggan yang merasakan ketidakpuasan untuk mencari ganti rugi dari perusahaan (Putra dan Wardana, 2014). Ada hanya beberapa pelanggan yang memilih untuk melaporkan ketidakpuasan dengan produk atau jasa langsung ke perusahaan dan meminta untuk perbaikan (Huanjuan, 2012).

Prasetijo dan Ihalauw (2004:104) menyatakan bahwa, sikap terdiri dari lima konsep berikut, yaitu 1) Obyek. Dalam bersikap, ada obyek yang disikapi. Obyek di sini mempunyai arti yang luas seperti: *issues* (masalah, pokok persoalan), tindakan, perilaku, cara kerja, orang atau peristiwa. Dalam konteks perilaku pelanggan, obyek dapat diartikan sebagai kategori produk, *brand* (merek), *service* (jasa), iklan, harga, penyalur, dan sebagainya; 2) Sikap adalah suatu predisposisi yang dipelajari (*learned predisposition*). Predisposisi disebut juga kecenderungan umum. Dalam sikap, ada kecenderungan umum yang dipelajari atau dibentuk dan karena itu sikap memiliki kualitas motivasional yang dapat mendorong pelanggan kepada suatu perilaku tertentu. Dalam terapan pemasaran, sikap yang relevan terhadap perilaku beli terbentuk dari pengalaman langsung menggunakan produk, dari informasi yang diperoleh dari orang lain atau dari media massa; 3) Sikap itu konsisten. Secara relatif, sikap selalu konsisten dengan perilaku yang diperlihatkannya. Bahkan sikap itu resisten terhadap perubahan. Sekali sikap terbentuk, tak mudah untuk mengubahnya. Hal ini penting dipahami karena walaupun resisten terhadap perubahan, sikap bisa berubah, tetapi sulit; 4) Sikap terjadi dalam suatu situasi. Situasi adalah peristiwa atau keadaan pada saat pengamatan. Situasi ini mempengaruhi hubungan antara sikap dan perilaku. Contohnya sikap seseorang terhadap suatu universitas positif sekali, dia selalu memimpikan untuk dapat belajar di sana, tetapi karena anggaran sempit, universitas lokal di kota sendiri boleh juga. Sikap seseorang tersebut tampaknya positif terhadap universitas itu dikondisikan oleh situasi; 5) Sikap itu terarah dan mempunyai intensitas tertentu. Dikatakan terarah karena sikap menyebabkan

orang mempunyai pandangan negatif atau positif terhadap obyek sikap. Seberapa besar ketidaksukaannya atau kesukaannya terhadap obyek sikap dinyatakan oleh intensitas sikap itu.

Pengalaman buruk akan menyebabkan perasaan negatif dan pengalaman yang baik akan menimbulkan perasaan positif, yang mana diantara dua pengalaman tersebut akan menghasilkan perilaku keluhan, salah satunya untuk laporan baik atau buruk (Mahayudin *et al.* (2010). Pelanggan yang mempunyai pengalaman yang tidak menyenangkan pasca pembelian mengakibatkan pelanggan mengeluh (Chandra dan Jatra, 2014). Pengalaman mengeluh didefinisikan sebagai kemungkinan bahwa, seseorang akan mengeluh lagi untuk penyedia layanan yang sama kepada siapa ia telah mengeluh sebelumnya dalam kasus ketidakpuasan (Ashraf *et al.*, 2013).

Para peneliti perilaku pelanggan telah mempelajari tanggapan pelanggan terhadap pengalaman konsumsi tidak memuaskan selama bertahun-tahun (Donoghue dan Klerk, 2006). Namun, keluhan tidak selalu berasal dari ketidakpuasan dan ketidakpuasan tidak selalu menyebabkan terjadinya keluhan; ini menunjukkan bahwa, ketidakpuasan diperlukan, tetapi tidak cukup, penyebab untuk pelanggan mengeluh (Tam dan Chiew, 2012; Mousavi dan Esfidani, 2013).

Selain ketidakpuasan, kegagalan layanan juga dapat menyebabkan terjadinya keluhan. Ketika pengalaman kegagalan layanan selama tahap proses konsumsi, pelanggan biasanya mengharapkan penjelasan tentang apa yang salah bersamaan dengan jaminan bahwa, kegagalan layanan seperti itu tidak akan terjadi lagi (Petzer dan Mostert, 2012). Rizwan *et al.* (2013) menekankan bahwa, jika

pelanggan berjalan melalui pengalaman yang tidak dapat diterima di zona toleransi, ini akan mengakibatkan frustrasi pelanggan dan meningkatkan tingkat kemungkinan untuk mengeluh.

Perilaku keluhan pelanggan dalam konsep pemasaran didefinisikan sebagai fungsi dari ketidakpuasan, yang merupakan hasil negatif dan ketidaksesuaian harapan pembelian (Kitapci dan Dortyol, 2009). Keluhan biasanya muncul ketika ada jarak antara apa yang dijanjikan kepada pelanggan dengan realitas yang diterima oleh mereka (Perdana dan Sukaatmadja, 2015). Pelanggan mungkin mengeluh tentang beberapa atribut produk atau dimensi kualitas layanan yang dianggap tidak memuaskan (Mensah, 2012).

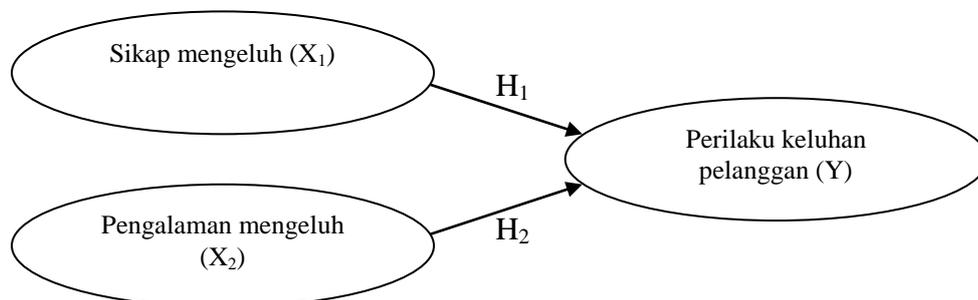
Perilaku keluhan adalah salah satu respon untuk ketidakpuasan pelanggan (Jugwanth dan Ellis, 2013). Ngai *et al.* (2007) memaparkan bahwa, ada tiga jenis perilaku mengeluh yang dapat ditemukan ketika terjadi ketidakpuasan, yaitu: *voice responses*, *private responses*, dan *third-party responses*. Hanya 5-10 persen dari pelanggan yang tidak puas biasanya mengeluh, sisanya mungkin memiliki pengalaman layanan yang menyenangkan (Jugenissova *et al.*, 2014).

Pengetahuan tentang keluhan pelanggan akan membantu pengelola perusahaan memperhatikan dan memecahkan masalah yang timbul (Foedjiawati dan Samuel, 2007). Selanjutnya, kepuasan pelanggan, perilaku keluhan, dan loyalitas daripada disonansi kognitif telah menjadi titik fokus yang menarik dalam perilaku pelanggan (Salzberger dan Koller, 2010). Mempelajari tingkah laku pelanggan tentunya bukan hal yang mudah karena pelanggan adalah manusia yang

setiap individunya mempunyai perbedaan tingkah laku, hal tersebut juga berlaku untuk perilaku keluhan pelanggan (Dewi dan Nurcaya, 2015).

Perilaku keluhan pelanggan adalah salah satu bentuk yang paling penting dari umpan balik pelanggan dan diwujudkan dalam berbagai cara (Taghizadeh dan Panahi, 2013). Keluhan pelanggan merupakan kesempatan bagi perusahaan untuk menambah informasi yang berharga dan mendapat pengetahuan mendalam (Nityawan dan Ardani, 2015). Sangat penting bagi perusahaan untuk memperoleh informasi tentang kekecewaan atau ketidakpuasan yang dirasakan pelanggan sebagai dasar pertimbangan untuk melakukan evaluasi terhadap berbagai macam komplain dan dapat dengan segera menangani komplain tersebut (Aprillianty dan Wardana, 2014). Keluhan yang ditangani secara efektif oleh perusahaan maka akan mampu memulihkan dan bahkan meningkatkan hubungan dengan para pelanggan (Putra dan Giantari, 2014).

Berdasarkan konsep-konsep dan teori yang dirujuk maka dapat digambarkan kerangka konseptual dalam penelitian ini pada Gambar 1, sehingga dapat digunakan sebagai dasar untuk merumuskan hipotesis penelitian.



Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian

Sumber: Rizwan *et al.* (2013) yang sudah dikembangkan untuk penelitian

Hipotesis Penelitian

Pengaruh sikap mengeluh terhadap perilaku keluhan pelanggan

Berdasarkan landasan teori sikap (Suprpti, 2010:135) menyatakan bahwa, suatu ekspresi perasaan seseorang yang merefleksikan kesukaan atau ketidaksukaannya terhadap suatu obyek. Teori tersebut didukung oleh penelitian dilakukan oleh Rizwan *et al.* (2013) menyatakan bahwa, sikap mengeluh berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku keluhan pelanggan. Penelitian ini diteliti tentang kegagalan layanan di Universitas Islamia Bahawalpur Pakistan. Penelitian yang terbaru adalah penelitian Putra dan Giantari (2014) menyatakan hasil, sikap mengeluh berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku komplain. Penelitian tersebut diteliti tentang pelayanan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Denpasar. Berdasarkan uraian tersebut maka dirumuskan hipotesis pertama sebagai berikut:

H₁: Sikap mengeluh berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku keluhan pelanggan

Pengaruh pengalaman mengeluh terhadap perilaku keluhan pelanggan

Prasetijo dan Ihalauw (2004:118) menjelaskan bahwa, pengalaman langsung oleh pelanggan dalam mencoba dan mengevaluasi produk/jasa dapat mempengaruhi perilaku pelanggan terhadap produk/jasa tersebut. Teori tersebut didukung oleh hasil penelitian dari Rizwan *et al.* (2013) menyatakan bahwa, hubungan antara pengalaman mengeluh dan perilaku keluhan pelanggan adalah berpengaruh positif signifikan. Penelitian ini diteliti tentang kegagalan layanan di

Universitas Islamia Bahawalpur Pakistan. Berdasarkan uraian tersebut maka dirumuskan hipotesis kedua sebagai berikut:

H₂: Pengalaman mengeluh berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku keluhan pelanggan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kota Denpasar dengan menggunakan pendekatan kuantitatif berbentuk asosiatif. Pelanggan PDAM Kota Denpasar adalah subyek dalam penelitian ini. Sikap mengeluh, pengalaman mengeluh, dan perilaku keluhan pelanggan adalah obyek penelitian ini. Jenis data yang digunakan terdiri dari data kuantitatif dan data kualitatif. Data kuantitatif yaitu data pelanggan PDAM Kota Denpasar yang mengeluh dan data kualitatif yang merupakan tanggapan dari responden yang diuraikan dalam kuesioner. Berdasarkan sumbernya, jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari jawaban pelanggan yang terpilih sebagai responden penelitian sesuai dengan kriteria yang ditentukan serta data sekunder yang diperoleh dari pihak ketiga, yaitu PDAM Kota Denpasar.

Populasi dan Sampel

Pelanggan PDAM Kota Denpasar yang pernah mengeluh dijadikan populasi target. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dan ditentukan dengan metode *purposive sampling*. Kriteria yang digunakan adalah pelanggan PDAM Kota Denpasar yang pernah melakukan pengaduan/keluhan dan telah menyelesaikan pendidikan SMA, dengan alasan orang tersebut sudah memiliki pemahaman yang lebih luas. Metode pengumpulan data dengan penyebaran

kuesioner dan skala pengukuran data yang digunakan adalah skala Likert. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat negatif sampai sangat positif dan untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor sebagai berikut: Sangat Tidak Setuju (STS) = 1, Tidak Setuju (S) = 2, Ragu-ragu (RG) = 3, Setuju (S) = 4, Sangat Setuju (SS) = 5.

Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Sugiyono (2013:277) menyatakan bahwa, persamaan regresi linear berganda untuk dua variabel bebas adalah sebagai berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan:

- Y = Perilaku keluhan pelanggan
- α = Konstanta
- β_1, β_2 = Koefisien regresi
- X_1 = Sikap mengeluh
- X_2 = Pengalaman mengeluh

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini ditinjau berdasarkan pada jenis kelamin, usia, dan pendidikan. Secara rinci, karakteristik responden dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3.
Karakteristik Responden

Karakteristik Variabel	Kategori	Jumlah Responden	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	71	71
	Perempuan	29	29
Usia	18-26 tahun	17	17
	27-36 tahun	22	22
	37-46 tahun	36	36
	≥ 47 tahun	25	25
Pendidikan	SMA	34	34
	Diploma	16	16
	Sarjana	46	46
	Pasca Sarjana	4	4

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

Tabel 3 menunjukkan karakteristik responden. Berdasarkan kategori karakteristik jenis kelamin, persentase kategori laki-laki (71%) lebih besar dari perempuan (29%). Hal ini disebabkan oleh kecenderungan responden laki-laki dan perempuan untuk melakukan penilaian antara layanan yang dijanjikan dengan layanan yang diterima dari PDAM Kota Denpasar. Penilaian yang dimaksudkan seperti, kelengkapan fasilitas, sikap sopan dan ramah pegawai, dan kesanggupan pihak PDAM Kota Denpasar yang dapat menangani keluhan pelanggan.

Dari keempat kategori karakteristik usia, persentase kategori 37-46 tahun diperoleh sebesar 36%, kemudian diikuti oleh kategori ≥ 47 tahun sebesar 25%, kategori 27-36 tahun sebesar 22%, dan kategori 18-26 tahun sebesar 17%. Ini menunjukkan bahwa, pengambilan keputusan pelanggan untuk melakukan keluhan cenderung pada usia 37-46 tahun. Hal tersebut bisa saja terjadi karena pada usia 37-46 tahun sudah memiliki rasa percaya diri dalam menyampaikan keluhan.

Pada kategori karakteristik pendidikan, persentase kategori sarjana diperoleh sebesar 46%, kemudian dilanjutkan dengan kategori SMA sebesar 34%, diploma sebesar 16%, dan pasca sarjana sebesar 4%. Hasil ini menunjukkan bahwa

pendidikan yang lebih tinggi khususnya sarjana lebih cenderung melakukan keluhan dibandingkan SMA, diploma, dan pasca sarjana. Hal ini bisa terjadi dikarenakan pelanggan yang memiliki tingkat pendidikan yang lebih tinggi merespon cepat segala permasalahan yang membuat dirinya merasa tidak nyaman.

Hasil pengujian instrumen penelitian

Tabel 4.
Hasil Uji Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Koefisien Korelasi	Cronbach's Alpha
Sikap mengeluh	Saya tidak nyaman jika tidak menyampaikan keluhan (X _{1.1})	0,762	0,619
	Saya berhak menyampaikan keluhan karena merupakan hak pelanggan (X _{1.2})	0,800	
	Saya harus menyampaikan keluhan ketika ada ketidaktepatan layanan, seperti pipa bocor, air mati (X _{1.3})	0,400	
	Saya merasa lebih baik setelah menyuarkan ketidakpuasan melalui keluhan (X _{1.4})	0,691	
	Saya tidak malu untuk menyampaikan keluhan, karena layanan yang diterima kurang memuaskan (X _{1.5})	0,447	
Pengalaman mengeluh	Saya mempunyai pengalaman menyampaikan keluhan dalam enam bulan terakhir (X _{2.1})	0,914	0,746
	Saya mempunyai pengalaman beberapa kali dalam menyampaikan keluhan (X _{2.2})	0,876	
Perilaku keluhan pelanggan	Saya menyampaikan keluhan kepada pegawai PDAM Kota Denpasar (Y _{1.1})	0,846	0,712
	Saya meminta pemecahan masalah tentang layanan yang kurang memuaskan (Y _{1.2})	0,813	
	Saya menyampaikan keluhan kepada pihak ketiga, seperti menulis di media massa, mengambil tindakan hukum, mengadu kepada Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) (Y _{1.3})	0,753	

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa, seluruh koefisien korelasi dari indikator variabel sikap mengeluh, pengalaman mengeluh, dan perilaku keluhan pelanggan yang diuji nilainya lebih besar dari 0,3. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh indikator dalam penelitian ini terbukti *valid*. Disisi lain, hasil uji

reliabilitas menunjukkan bahwa, nilai masing-masing *Cronbach's Alpha* pada setiap instrumen lebih besar dari 0,6. Hal tersebut menunjukkan bahwa semua instrumen reliabel, sehingga dapat digunakan untuk melakukan penelitian.

Deskripsi variabel penelitian

Tabel 5.
Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Penelitian

Variabel	Pernyataan	Skor Rata - rata
Sikap Mengeluh	Saya tidak nyaman jika tidak menyampaikan keluhan.	4,07
	Saya berhak menyampaikan keluhan karena merupakan hak pelanggan.	3,97
	Saya harus menyampaikan keluhan ketika ada ketidaktepatan layanan, seperti pipa bocor atau air mati.	3,83
	Saya merasa lebih baik setelah menyuarkan ketidakpuasan melalui keluhan.	3,86
	Saya tidak malu untuk menyampaikan keluhan, karena layanan yang diterima kurang memuaskan.	4,11
Skor Rata-rata Keseluruhan		3,97
Pengalaman Mengeluh	Saya mempunyai pengalaman menyampaikan keluhan dalam enam bulan terakhir.	4,00
	Saya mempunyai pengalaman beberapa kali menyampaikan keluhan.	4,03
Skor Rata-rata Keseluruhan		4,01
Perilaku Keluhan Pelanggan	Saya menyampaikan keluhan kepada pegawai PDAM Kota Denpasar.	3,95
	Saya meminta pemecahan masalah tentang layanan yang kurang memuaskan.	4,02
	Saya menyampaikan keluhan kepada pihak ketiga, seperti menulis di media massa, mengambil tindakan hukum, atau mengadu kepada Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI).	2,70
	Skor Rata-rata Keseluruhan	

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

Hasil deskripsi jawaban responden terhadap sikap mengeluh menunjukkan bahwa, pernyataan “Saya tidak malu untuk menyampaikan keluhan, karena layanan yang diterima kurang memuaskan” diperoleh skor rata-rata tertinggi sebesar 4,11. Pernyataan “Saya harus menyampaikan keluhan ketika ada ketidaktepatan layanan, seperti pipa bocor atau air mati” diperoleh skor terendah sebesar 3,83. Kemudian skor rata-rata keseluruhan tentang indikator sikap

mengeluh sebesar 3,97. Hal ini berarti sebagian besar responden setuju dengan pernyataan sikap mengeluh. Berdasarkan Tabel 5 diketahui persepsi responden mengenai sikap mengeluh adalah sebagai berikut:

Pernyataan “Saya tidak nyaman jika tidak menyampaikan keluhan” diperoleh skor rata-rata sebesar 4,07. Ini berarti mayoritas pelanggan setuju dengan tidak nyaman jika tidak menyampaikan keluhan. Pernyataan “Saya berhak menyampaikan keluhan karena merupakan hak pelanggan” diperoleh skor rata-rata sebesar 3,97. Ini berarti mayoritas pelanggan setuju dengan berhak menyampaikan keluhan karena merupakan hak pelanggan.

Pernyataan “Saya harus menyampaikan keluhan ketika ada ketidaktepatan layanan, seperti pipa bocor atau air mati” diperoleh skor rata-rata sebesar 3,83. Ini artinya mayoritas pelanggan setuju harus menyampaikan keluhan ketika ada ketidaktepatan layanan, seperti pipa bocor, air mati. Pernyataan “Saya merasa lebih baik setelah menyuarkan ketidakpuasan melalui keluhan” diperoleh skor rata-rata sebesar 3,86. Ini berarti mayoritas pelanggan setuju dengan merasa lebih baik setelah menyuarkan ketidakpuasan melalui keluhan dapat mempengaruhi perilaku keluhan pelanggan. Pernyataan “Saya tidak malu untuk menyampaikan keluhan, karena layanan yang diterima kurang memuaskan” diperoleh skor rata-rata sebesar 4,11. Ini berarti mayoritas konsumen setuju dengan tidak malu untuk menyampaikan keluhan, karena layanan yang diterima kurang memuaskan dapat mempengaruhi perilaku keluhan pelanggan.

Hasil deskripsi jawaban responden terhadap pengalaman mengeluh menunjukkan bahwa, pernyataan “Saya mempunyai pengalaman beberapa kali

menyampaikan keluhan” diperoleh skor rata-rata tertinggi sebesar 4,03. Pernyataan “Saya mempunyai pengalaman menyampaikan keluhan dalam enam bulan terakhir” diperoleh skor rata-rata terendah sebesar 4,00. Kemudian skor rata-rata keseluruhan dari kedua indikator tentang pengalaman mengeluh sebesar 4,01. Hal tersebut berarti sebagian besar responden setuju dengan pernyataan pengalaman mengeluh. Berdasarkan Tabel 5 diketahui persepsi responden mengenai pengalaman mengeluh adalah sebagai berikut:

Pernyataan “Saya mempunyai pengalaman menyampaikan keluhan dalam enam bulan terakhir” diperoleh skor rata-rata sebesar 4,00. Ini artinya mayoritas pelanggan setuju mempunyai pengalaman menyampaikan keluhan dalam enam bulan terakhir. Pernyataan “Saya mempunyai pengalaman beberapa kali menyampaikan keluhan” diperoleh skor rata-rata sebesar 4,03. Ini berarti mayoritas pelanggan setuju mempunyai pengalaman beberapa kali menyampaikan keluhan dapat mempengaruhi perilaku keluhan pelanggan.

Hasil deskripsi jawaban responden terhadap perilaku keluhan pelanggan menunjukkan, pernyataan “Saya meminta pemecahan masalah tentang layanan yang kurang memuaskan” diperoleh skor rata-rata tertinggi sebesar 4,02. Pernyataan “Saya menyampaikan keluhan kepada pihak ketiga, seperti menulis di media massa, mengambil tindakan hukum, atau mengadu kepada Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI)” diperoleh skor rata-rata terendah sebesar 2,70. Selanjutnya, skor rata-rata keseluruhan tentang indikator perilaku keluhan pelanggan sebesar 3,56. Ini artinya sebagian besar responden setuju dengan

pernyataan tentang perilaku keluhan pelanggan. Berdasarkan Tabel 5 diketahui persepsi responden mengenai perilaku keluhan konsumen adalah sebagai berikut:

Pernyataan “Saya menyampaikan keluhan kepada pegawai PDAM Kota Denpasar” diperoleh skor rata-rata sebesar 3,95. Ini artinya mayoritas pelanggan setuju menyampaikan keluhan kepada pegawai PDAM Kota Denpasar. Pernyataan “Saya meminta pemecahan masalah tentang layanan yang kurang memuaskan” diperoleh skor rata-rata sebesar 4,02. Hal ini berarti mayoritas pelanggan setuju untuk meminta pemecahan masalah tentang layanan yang kurang memuaskan. Pernyataan “Saya menyampaikan keluhan kepada pihak ketiga, seperti menulis di media massa, mengambil tindakan hukum, mengadu kepada Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI)” diperoleh skor rata-rata sebesar 2,70. Ini berarti mayoritas konsumen ragu-ragu menyampaikan keluhan kepada pihak ketiga, seperti menulis di media massa, mengambil tindakan hukum, atau mengadu kepada Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI).

Hasil pengujian asumsi klasik

Tabel 6.
Hasil Uji Asumsi Klasik

Variabel	Normalitas	Multikolinieritas		Heteroskedastisitas
		Tolerance	VIF	
Sikap Mengeluh	0,245	0,966	1,035	0,767
Pengalaman Mengeluh		0,966	1,035	0,888

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa, nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0,245 lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Jadi dapat dijelaskan bahwa, data tersebut telah memenuhi syarat normalitas. Hasil uji multikolinieritas menunjukkan nilai *tolerance* sebesar 0,966 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,035 kurang

dari 10. Dapat dijelaskan bahwa, tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi tersebut.

Hasil uji heteroskedastisitas menjelaskan bahwa, nilai signifikansi masing-masing variabel bebas lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Hal tersebut berarti masing-masing variabel bebas tidak terdapat heteroskedastisitas, sehingga layak digunakan untuk memprediksi variabel bebas.

Hasil analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis

Tabel 7.
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis

Variabel	Koefisien Regresi	F test	t test
Sikap Mengeluh	0,387	21,772	6,153
Pengalaman Mengeluh	0,134		1,209

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa persamaan regresi linear berganda adalah positif dimana arah masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Koefisien regresi sikap mengeluh menunjukkan 0,387 yang artinya semakin tinggi sikap mengeluh maka perilaku keluhan pelanggan akan semakin meningkat. Koefisien regresi pengalaman mengeluh menunjukkan 0,134 yang artinya semakin banyak pengalaman mengeluh maka perilaku keluhan pelanggan akan semakin meningkat.

Hasil uji statistik F menunjukkan bahwa, nilai F hitung sebesar 21,772 lebih besar dari 4 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi perilaku keluhan pelanggan. Dapat dikatakan bahwa, sikap dan pengalaman mengeluh berpengaruh signifikan terhadap perilaku keluhan pelanggan.

Hasil uji statistik t menjelaskan bahwa, nilai t hitung sikap mengeluh sebesar 6,153 lebih besar dari 2 (nilai absolut) serta nilai t hitung pengalaman

mengeluh sebesar 1,209 lebih kecil dari 2 (nilai absolut). Hal ini berarti sikap mengeluh berpengaruh signifikan terhadap perilaku keluhan pelanggan, sedangkan pengalaman mengeluh berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku keluhan pelanggan.

Pembahasan hasil penelitian

Pengaruh sikap mengeluh terhadap perilaku keluhan pelanggan

Pengaruh sikap mengeluh terhadap perilaku keluhan pelanggan menunjukkan nilai t hitung sebesar 6,153 lebih besar dari 2 (nilai absolut), sehingga sikap berpengaruh signifikan terhadap perilaku keluhan pelanggan. Koefisien regresi sikap mengeluh sebesar 0,387 berarti semakin tinggi sikap mengeluh maka perilaku keluhan pelanggan akan semakin meningkat. Dengan demikian, H_1 dalam penelitian ini diterima.

Hasil ini sesuai dengan skor rata-rata responden tentang sikap mengeluh yang menunjukkan 3,97 artinya sebagian besar responden setuju dengan pernyataan tentang sikap mengeluh. Penilaian indikator yang dinilai paling tinggi oleh responden ditunjukkan pada pernyataan saya tidak malu untuk menyampaikan keluhan, karena layanan yang diterima kurang memuaskan diperoleh skor rata-rata sebesar 4,11.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Suprpti (2010:135) yang menyatakan bahwa, sikap merupakan suatu ekspresi perasaan seseorang yang merefleksikan kesukaan atau ketidaksukaannya terhadap suatu obyek. Sikap tersebut mempengaruhi pelanggan dalam mengonsumsi dan mengevaluasi produk/jasa.

Hasil penelitian ini konsisten dengan Rizwan *et al.* (2013) yang sebelumnya juga telah membuktikan bahwa, sikap mengeluh berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku keluhan pelanggan, yang ditunjukkan oleh koefisien regresinya sebesar 0,312. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan Putra dan Giantari (2014) yang sebelumnya juga membuktikan bahwa, sikap mengeluh berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku komplain, yang ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar 0,738 dan nilai t hitung sebesar 11,188.

Berdasarkan pembahasan tersebut, implikasi penelitian ini adalah sub bagian pelayanan pelanggan PDAM Kota Denpasar harus menyadari bahwa pelanggan yang memiliki keluhan, cenderung tidak malu untuk mengeluh. Karena itu sub bagian pelayanan pelanggan perlu mendengarkan secara aktif dan menyadari tentang kondisi dan kebutuhan pelanggan dengan berpedoman pada prosedur dan kebijakan yang telah dibuat perusahaan, seperti penanganan keluhan secara santun, bermartabat, dan sigap dalam pelayanan, serta memberikan sosialisasi pelayanan PDAM Kota Denpasar.

Pengaruh pengalaman mengeluh terhadap perilaku keluhan pelanggan

Pengaruh pengalaman mengeluh terhadap perilaku keluhan pelanggan menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,134 yang artinya semakin banyak pengalaman mengeluh maka perilaku keluhan pelanggan semakin meningkat. Nilai t hitung sebesar 1,209 lebih kecil dari 2 (nilai absolut), sehingga pengalaman mengeluh berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku keluhan pelanggan. Dengan demikian, H_2 dalam penelitian ini ditolak. Ini berarti semakin banyak pengalaman mengeluh maka perilaku keluhan pelanggan akan menurun.

Hal ini tidak sesuai dengan skor rata-rata penilaian responden tentang pengalaman mengeluh yang menunjukkan 4,11 artinya sebagian besar responden setuju dengan pernyataan tentang pengalaman mengeluh. Penilaian indikator tertinggi yang dinilai oleh pelanggan ditunjukkan pada pernyataan saya mempunyai pengalaman beberapa kali menyampaikan keluhan dengan skor rata-rata 4,03.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan teori Prasetijo dan Ihalauw (2004:118) menjelaskan bahwa, pengalaman langsung oleh pelanggan dalam mencoba dan mengevaluasi produk/jasa dapat mempengaruhi perilaku pelanggan terhadap produk/jasa tersebut. Temuan ini juga tidak sesuai dengan hasil penelitian Rizwan *et al.* (2013) yang sebelumnya membuktikan bahwa, pengalaman mengeluh berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keluhan pelanggan, yang ditunjukkan dengan koefisien regresi pengalaman mengeluh sebesar 0,186.

Dari pembahasan tersebut, karena *setting* penelitian sebelumnya berbeda dari penelitian ini maka dapat dipastikan hasilnya juga berbeda. Namun, pengalaman mengeluh pelanggan tentu tidak dapat diabaikan hanya karena tidak berpengaruh signifikan. Hal tersebut dapat dilihat dari jawaban responden tentang pernyataan pengalaman mengeluh, yang menunjukkan skor rata-rata sebesar 4,01 yang berarti sebagian besar pelanggan menjawab setuju dengan pernyataan tentang pengalaman mengeluh.

Implikasi penelitian ini ialah sub bagian pelayanan pelanggan PDAM Kota Denpasar harus menyadari bahwa, pelanggan yang pernah mengeluh, cenderung

untuk mengeluh kembali kepada siapa pelanggan tersebut telah mengeluh sebelumnya dalam kasus ketidakpuasan. Karena itu sub bagian pelayanan pelanggan PDAM Kota Denpasar perlu mengenal dan menjaga hubungan baik dengan pelanggannya, sehingga informasi yang diberikan pelanggan dapat memberikan gambaran kebutuhan pelanggan secara spesifik.

Keterbatasan penelitian dan arah riset ke depan

Ruang lingkup penelitian ini terbatas di wilayah PDAM Kota Denpasar, sehingga penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan untuk ruang lingkup yang lebih luas. Penelitian ini dilakukan pada titik waktu tertentu, sehingga masa yang akan datang penting untuk dilakukan penelitian kembali karena banyak perubahan yang akan terjadi seiring berjalannya waktu. Arah riset ke depan bagi peneliti selanjutnya adalah memperluas ruang lingkup wilayah penelitian dan menambahkan variabel penelitian yang relevan, seperti ketidakpuasan dan karakteristik demografi.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kajian penelitian dan hasil pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa, sikap mengeluh berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku keluhan pelanggan, ini menunjukkan bahwa semakin tinggi sikap mengeluh maka perilaku keluhan pelanggan akan meningkat. Disisi lain, pengalaman mengeluh berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku keluhan pelanggan, ini menjelaskan bahwa semakin banyak pengalaman mengeluh maka perilaku keluhan pelanggan semakin menurun.

Sub bagian pelayanan pelanggan PDAM Kota Denpasar dapat memberikan perhatian khusus pada pelanggan yang mengeluh tentang ketidaktepatan layanan, seperti pipa bocor atau air mati. Dapat pula sub bagian pelayanan PDAM Kota Denpasar memberikan perhatian lebih pada pelanggan yang pernah mengeluh dalam enam bulan terakhir mengenai layanan yang kurang memuaskan.

REFERENSI

- Anggraini, I.C. 2013. Pengaruh Sikap, Persepsi Nilai dan Persepsi Peluang Keberhasilan Komplain terhadap Niat Penyampaian Komplain Konsumen di Hypermarket Surabaya. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 2 (4).
- Aprilianty, A.A.S.M.E. dan Wardana, M. 2014. Hubungan Karakteristik Demografi dengan Perilaku Komplain. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 3 (8), h: 2378-2392.
- Ashraf, T., Sajjad, W., Muhammad Rizwan, Ahmed, D., dan Nazeer, H. 2013. Determinants of Consumer Complaining Behaviour: A study of Pakistan. *International Journal of Learning & Development*, 3 (6), pp: 121-138.
- Chandra, A. dan Jatra, I.M. 2014. Pengaruh Usia, Tingkat Pendapatan dan Kepribadian pada Perilaku Keluhan Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 3 (10), h: 2887-2902.
- Dewi, I.C. dan Nurcaya, I.N. 2015. Hubungan Demografi dengan Perilaku Mengeluh Pelanggan Telepon Seluler kota denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4 (1), h: 228-245.
- Donoghue, S. dan Klerk, H.M. 2006. Dissatisfied Consumers Complaint Behaviour Concerning Product Failure of Major Electrical Household Appliances – A Conceptual Framework. *Journal of Family Ecology and Consumer Sciences*, 34, pp: 41-55.
- Ekiz, E.H. dan Au, N. 2011. Comparing Chinese and American Attitude towards Complaining. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23 (3), pp: 327-343.
- Foedjiawati dan Samuel, H. 2007. Pengaruh Sikap, Persepsi Nilai dan Persepsi Peluang Keberhasilan terhadap Niat Menyampaikan Keluhan Studi pada Perusahaan Asuransi AIG Lippo Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2 (1), h: 43-58.
- Huanjuan, He. 2012. Determinants of Customer's Complaint Intention of Nanning's (China) Retail Store. A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirement for the Degree of Master of Business Administration Department of International Business International College University of the Thai Chamber of Commerce.

- Jugenissova, R.S., Benjamin, C.Y., Lim, L., and Han, K. 2014. A Study An Unpleasant Banking Experiences And Complaint Behavior in Kazakhstan. *International Journal of Asian Social Science*, 4 (7), pp: 835-843.
- Jugwanth, B. dan Ellis, D.V. 2013. Customer Complaint Behaviour and Companies Recovery Inittitives: The Cases of the Hello Peter Website. *Alternation Special*, 8, pp: 143-165.
- Kitapci, O. dan Dortyol, I.T. 2009. The Differences in Customer Complaint Behaviour between Loyal Customers and First Comers in the Retail Banking Industry – The Case of Turkish Customers. *Management Research News*, 32 (10), pp: 932-941.
- Mahayudin, M., N.H.bt., Haron, S.A., dan Benjamin, C.Y.F. 2010. Unpleasant Market Experience and Consumer Complaint Behavior. *Asian Social Science*, 6 (5), pp: 63-69.
- Manuaba, I.A.P.U. dan Warmika, G.K. 2014. Hubungan Karakteristik Demografi dengan Perilaku Keluhan Konsumen Nasabah Bank Swasta kota denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 3 (12), h: 3725-3741.
- Mensah, A.F. 2012. Customer Complaint Behaviour towards Mobile Telephony Services - Cases of MTN and Tigo Ghana. *International Journal of Business and Social Research*, 2 (4), pp: 179-194.
- Mousavi, M. dan Esfidani, M.R. 2013. A Comprehensive Model of Customers Complaint Behaviour. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 3 (5), pp: 548-569.
- Ngai, E.W.T., Heung, V.C.S., Wong, Y.H., dan Chan, F.K.Y. 2007. Consumer Complaint Behaviour of Asians and non-Asians About Hotel Services. *European Journal of Marketing*, 41 (11/12), pp: 1375-1391.
- Nityawan, P.I. dan Ardani, I.G.A.K.S. 2015. Pengaruh Sikap Mengeluh dan Ketidakpuasan Pada Perilaku Mengeluh Pembeli Sepeda Motor Yamaha. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4 (4), h: 1067-1084.
- PDAM Kota Denpasar. 2015.
- Perdana, I.W.F.O. dan Sukaatmadja, I.P.G. 2015. Pengaruh Variabel Demografi terhadap Perilaku Mengeluh Konsumen Pengguna Jasa Industri Central Laundry kota denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4 (4), h: 912-929.
- Petzer, D.J. dan Mostert, P.G. 2012. Attitude toward, and Likelihood of, Complaining in the Banking, Domestic Airline and Restaurant Industries. *Southern African Business Review*, 16 (2).
- Prasetijo, R. dan Ihalauw, J.J.O.I. 2004. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Putra, I.G.E.S. dan Wardana, I.M. 2014. Pengaruh Ketidakpuasan dan Sikap Mengeluh terhadap Perilaku Mengeluh Pengguna Mobil Suzuki kota denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 3 (9), h: 2799-2814.
- Putra, I.N.C. dan Giantari, I.G.A.K. 2014. Pengaruh Sikap mengeluh dan Jenis Kelamin terhadap Perilaku Komplain di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3 (9), h: 2471-2488.

- Rizwan, M., HasanAli, S., Akhter, S., Abbas, Y., Kanwal, A., Iqbal, S., dan Aziz, W. 2013. Determinants Affecting Consumer Complaining Behavoir: A Study in A University of Pakistan. *Asian Journal of Empirical Research*, 3 (2), pp: 160-174.
- Salzberger, T. dan Koller, M. 2010. Investigating the Impact of Cognitive Dissonance and Customer Satisfaction on Loyalty and Complaint Behaviour. *REMark-Revista Brasileira de Marketing*, 9 (1), pp: 5-16.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suprapti, N.W.S. 2010. *Perilaku Konsumen–Pemahaman Dasar dan Aplikasinya dalam Strategi Pemasaran*. Denpasar: Udayana University Press.
- Taghizadeh, H. dan Panahi, K. 2013. A Comparative Study of Complaint Behavior of Loyal Customers versus First Customers. *European Online Journal of Natural and Social Sciences*, 1 (3), pp: 330-337.
- Tam, Y.L.A. dan Chiew, T.M. 2012. Profiling Complaint Behaviour among Young Adults: A Case Study in Sabah, Malaysia. *Internatuional Journal of Business, Economics and Law*, 1, pp: 171-179.