

HUBUNGAN KARAKTERISTIK DEMOGRAFI DENGAN PERILAKU KELUHAN KONSUMEN NASABAH BANK SWASTA DI KOTA DENPASAR

Ida Ayu Pradnyani Utami Manuaba⁽¹⁾
Gede Ketut Warmika⁽²⁾

^{(1),(2)}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia
e-mail: [dindautami84@yahoo.com/](mailto:dindautami84@yahoo.com) +62 817 0668590

ABSTRAK

Penelitian ini mengenai hubungan karakteristik demografi dengan perilaku keluhan konsumen pada nasabah bank swasta di Kota Denpasar. Perbankan swasta harus memperhatikan perbedaan perilaku keluhan yang berhubungan dengan nasabah bank. Karakteristik demografi memiliki peran penting dalam menentukan perilaku keluhan nasabah bank. Responden penelitian ini adalah nasabah bank yang pernah memiliki keluhan kepada bank swasta terkait. Responden yang ditentukan berdasarkan metode *purposive sampling* berjumlah 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis asosiatif, *chi-square*, dan koefisien kontingensi. Hasil penelitian menemukan bahwa usia, tingkat pendapatan dan tingkat pendidikan memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku keluhan konsumen, sedangkan jenis kelamin tidak memiliki hubungan yang signifikan. Saran untuk perbankan swasta di Kota Denpasar adalah hendaknya lebih memperhatikan perilaku keluhan konsumen pada masing-masing karakteristik demografi karena akan berdampak pada hubungan jangka panjang dengan nasabah bank.

Kata kunci: *Karakteristik Demografi, Perilaku Keluhan Konsumen*

The research about the relationship of demographic characteristics of consumer complaint behavior on a client's private bank in the city of Denpasar. Private banking should pay attention to differences in the behavior of the complaints related to customer banks. Demographic characteristics have an important role in determining the behavior of bank customer complaints. Respondents to this study is the bank who has complaints to related private bank. The respondent's is determined based on purposive sampling method with total of 100 customers. Data analysis techniques used are asosiative analysis, chisquare, and the coefficient of contingency. The research found that age, income level, education level has a significant relationship with the consumer complaint behaviour, while gender does not have a significant relationship. Advice for private banking in the city of Denpasar should pay more attention to consumer complaint behavior in each demographic characteristics because it will have an impact on long term relationships with bank.

Keywords: *Demographic Characteristics, Consumer Complaint Behaviour*

PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian dan teknologi menyebabkan industri perbankan swasta dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Banyaknya perbankan swasta di Indonesia, mengakibatkan persaingan antar bank semakin ketat. Saat ini, persaingan yang semakin ketat mengakibatkan banyak perbankan swasta selalu berusaha memenuhi segala kebutuhan dan keinginan para nasabah dengan banyak cara khususnya dengan menawarkan berbagai macam dan jenis produknya. Dampaknya para nasabah mempunyai banyak berbagai macam dan jenis pilihan yang akan berakibat pada tawar menawar para nasabah semakin besar dan kuat. Kekuatan tawar menawar para nasabah akan berpengaruh pada setiap tujuan perusahaan yaitu kepuasan nasabah dan ketatnya persaingan bisnis.

Kualitas layanan harus terus dapat ditingkatkan agar konsumen dapat merasa puas dan mempertahankan loyalitasnya kepada perusahaan atau loyalitas pelanggannya (Nilasari dan Yoestini, 2012). Adapun nama yang sering digunakan pada pelanggan yang tidak puas dan akan mengeluh di dunia bisnis khususnya kinerja penyedia jasa yaitu *Complainers* dan *noncomplainers*. Para *complainers* biasanya menyuarakan kekecewaannya dan akan diberikan sebuah pemulihan jasa (*service recovery*) dari pihak terkait sedangkan para *noncomplainers* merupakan konsumen atau pelanggan yang merasa tidak puas namun tidak menyuarakan keluhannya (Desi, 2009).

Faktor yang mendukung dalam perilaku *complainers* adalah aksesibilitas ke saluran keluhan gampang dan nyaman, keuntungan yang didapatkan dari keluhan seperti kompensasi yang lebih, adanya masalah yang serius, adanya pengalaman buruk yang tidak dapat ditoleransi, dan adanya staf yang lebih tinggi dan memiliki kekuasaan lebih, sedangkan faktor yang mendukung dalam perilaku *noncomplainers* adalah pelanggan yang tidak percaya diri karna posisi mereka yang rendah, telah memberitahukan pengalaman buruk kepada teman atau kerabat, rasa malu atau takut kehilangan muka, dan tidak ada akses untuk mengeluh (Ngai *et al.* 2007).

Berdasarkan penelitian terdahulu, banyak kejadian layanan jasa yang dijanjikan oleh industri perbankan swasta tidak sesuai dengan harapan dan sebaliknya akan merugikan nasabah bank. Masalah-masalah yang terjadi tidak sedikit membuat nasabah mengeluh akan ketidakpuasan para nasabah. Masalah yang terjadi bisa berupa pelayanan dan informasi yang kurang memuaskan, *Customer Service* yang tidak ramah, kenaikan pada bunga kredit KPR sehingga para nasabah keberatan untuk membayar, gagalnya penarikan uang di ATM yang membuat resah para nasabah, tagihan pada kartu kredit yang tidak sesuai dengan pemakaian, pembobolan pada kartu kredit dan pelayanan buruk dari Bank yang diberikan kepada nasabah. Selain itu juga, sikap tidak sopan dan sekaligus tidak etis penagih hutang semakin meresahkan para nasabah. Hal ini menyebabkan pengaduan atau keluhan masalah perbankan meningkat. Disinilah banyak industri perbankan yang melakukan perubahan yaitu bergesernya bisnis utama yaitu bisnis perbankan (*Corporate Banking*) menjadi lebih memperhatikan konsumen (*Consumer Banking*) (Ellena dan Rahardjo, 2011).

Fernandes dan Santos (2007) mengungkapkan mengerti tentang cara yang konsumen lakukan saat mengeluh lebih penting dari teori, manajerial, dan perspektif kebijakan publik. Konsumen akan merasakan kepuasan apabila setelah melakukan pembelian, penyedia jasa terkait mampu memberikan pelayanan pasca pembelian yang dapat berupa garansi, penanganan pengaduan atau keluhan atas ketidakpuasan terhadap produk yang dikonsumsi dan tindakan cepat untuk mengatasi masalah yang terjadi.

Keluhan merupakan sesuatu yang tidak menyenangkan dan mengganggu (Chandra, 2013). Perusahaan memiliki tanggung jawab dalam kepentingan strategis dalam menyelesaikan keluhan pelanggan dengan cepat dan efisien (Tolon dan Zengin, 2011). Ketidakpuasan konsumen setelah melakukan pembelian akan menyebabkan keputusan perpindahan (Nilasari dan Yoestini, 2012). Selain itu, akan menyebabkan *WOM (Word of mouth)* yang dilakukan para pelanggan yang tidak puas. *WOM (Word of Mouth)* yang dikemukakan oleh Francis (1998) bahwa *WOM* telah diakui selama bertahun-tahun sebagai pengaruh besar terhadap apa yang orang-orang tahu, merasa dan lakukan. *WOM* menyebabkan nasabah yang tidak tahu menjadi tahu apa yang membuat nasabah satu dengan nasabah yang lain tidak puas dengan jasa suatu perusahaan perbankan.

Variabel demografik seperti umur, pendapatan dan pendidikan diketahui mempengaruhi perilaku keluhan konsumen dan banyak peneliti sebelumnya menunjukkan bahwa konsumen yang berusia muda, pendidikan yang baik dan pendapatan yang tinggi cenderung melakukan perilaku keluhan (Mousavi dan

Esfidani, 2013). Dalam karakteristik demografis menganalisis dan mengidentifikasi usia merupakan tujuan untuk memahami umur konsumen yang akan mengkonsumsi produk atau jasa suatu perusahaan. Tingkat pendidikan juga dapat mempengaruhi nilai-nilai yang dianut, cara berpikir dan pandangan serta persepsi terhadap suatu masalah, selain itu juga pemasar harus memahami kebutuhan konsumen dengan tingkat pendidikan yang berbeda dan produk apa yang bisa memenuhi kebutuhannya (Sumarwan, 2004:199). Pendapatan merupakan imbalan yang diterima oleh seorang konsumen dari pekerjaan yang dilakukannya untuk mencari nafkah (Surmawan, 2004:204). Pemasar perlu mengetahui pendapatan konsumen yang menjadi pasar sasarannya, karena pendapatan konsumen akan menjadi indikator penting besarnya jumlah produk yang bisa dibeli konsumen.

Ngai *et al.* (2007) menyatakan usia antara 31 sampai 50 tahun cenderung melakukan keluhan. Hasil yang didapatkan oleh Phau dan Baird (2008) yaitu menunjukkan tidak adanya hubungan yang signifikan dengan penelitiannya yaitu antara pendapatan dengan perilaku keluhan konsumen. Secara umum dijelaskan bahwa kepuasan didukung oleh fungsi karakteristik sosio-ekonomi (Hogarth *et al.* 2001). Dalam hal ini, karakteristik demografis memiliki hubungan dan peran yang sangat penting dalam menentukan keluhan perbedaan perilaku pelanggan (Tolon dan Zengin, 2011). Yoga dan Warmika (2011) mengungkapkan dimana pendapatan yang tinggi lebih cenderung melakukan keluhan. Mousavi dan Esfidani (2013) mengungkapkan konsumen yang berusia muda atau dalam tahap remaja cenderung puas akan layanan yang diberikan dan memiliki niat untuk pembelian berulang. Jenis

kelamin wanita dan pendidikan dari para konsumen berpengaruh terhadap kepuasan dan niat untuk mengeluh (Mahayudin *et al.* 2010). Hasil yang berbeda ditemukan oleh Phau dan Baird (2008) yaitu tidak ada perbedaan yang signifikan antara pria dan wanita pengeluh. Yulianti dan Anzola (2009) dalam penelitiannya ditemukan konsumen yang telah menyelesaikan sekolah wajib belajar dua belas tahun merupakan tingkat pendidikan konsumen pengeluh keseluruhan yang dapat dikatakan berada pada level menengah, sedangkan untuk pendidikan S1 memiliki nilai proporsi terbesar yaitu 36,4 persen. Indonesia merupakan negara yang berkembang yang mengakibatkan peningkatan yang pesat dalam hal pendidikan, pendapatan dan pekerjaan yang professional sehingga akan meningkatkan niatnya nasabah untuk mengeluh. Pendidikan dapat membantu konsumen memperoleh kemampuan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk membuat pendapat untuk suara mereka (Zhao dan Othman, 2010).

Dalam penelitiannya (Yoga dan Warmika, 2011) mengemukakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dimana responden yang berusia muda cenderung untuk melakukan keluhan. Hubungan yang signifikan ditemukan oleh Phau dan Baird (2008) yaitu orang yang berusia antara 31 sampai dengan 50 tahun cenderung dalam hal menyampaikan keluhannya. Dalam penelitian yang dilakukan Yulianti dan Anzola (2009) juga menyampaikan bahwa usia memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku keluhan, namun terdapat perbedaan dimana lebih cenderung melakukan keluhan antara usia 20 sampai 40 tahun.

Berdasarkan pendahuluan diatas dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₁: Kelompok usia memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap perilaku keluhan konsumen

Hubungan yang signifikan ditemukan oleh Yoga dan Warmika (2011) bahwa pendidikan yang tinggi berpengaruh signifikan terhadap perilaku keluhan. Ngai *et al.* (2007) juga mengemukakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan terhadap perilaku komplain, namun dalam penelitiannya terdapat perbedaan yaitu responden yang memiliki tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung untuk tidak melibatkan dirinya dalam perilaku komplain. Menurut Tolon dan Zengin (2011) mengemukakan bahwa tingkat pendidikan yang mulai meningkat pesat akan mempengaruhi pelanggan yang lebih sadar akan hal yang tidak memuaskan bagi dirinya sehingga niat untuk mengeluh sangat besar.

Berdasarkan pendahuluan diatas dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut

H₂ ; Tingkat pendidikan memiliki hubungan positif dan signifikan dengan perilaku keluhan konsumen.

Dalam penelitiannya Yulianti dan Anzola (2009) mengemukakan bahwa pendapatan memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku komplain yaitu rata-rata pendapatan dari para responden yang memiliki pendapatan berkisar antara Rp.1,5 juta – 30 juta perbulan memiliki tingkat yang tinggi dalam melakukan tindakan komplain. Hasil yang sama ditemukan dalam penelitiannya yaitu pendapatan

berpengaruh signifikan terhadap perilaku komplain oleh Phau dan Sari (2004). Menurut Yoga dan Warmika (2011) mengemukakan bahwa pendapatan yang memiliki pendatan tinggi lebih besar dalam sisi perilaku keluhan konsumennya.

Berdasarkan pendahuluan diatas dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut

H₃: Tingkat pendapatan memiliki hubungan positif dan signifikan hubungan dengan perilaku keluhan konsumen

Penelitian yang dilakukan Yulianti dan Anzola (2009) mengemukakan bahwa ada perbedaan yang signifikan antara laki-laki dan perempuan dari sisi perilaku keluhan konsumennya. Terdapat hubungan yang signifikan antara pria dan wanita dengan perilaku konsumen, hasil ini dikemukakan oleh Djameluddin dkk. (2008). Dalam penelitian Hogarth *et al.* (2001) menunjukkan bahwa pria lebih cenderung melakukan perilaku komplain dibandingkan wanita.

Berdasarkan pendahuluan diatas dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut

H₄: Jenis kelamin memiliki hubungan positif dan signifikan dengan perilaku keluhan konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kota Denpasar. Subjek dari penelitian ini adalah minimal berusia 17 tahun , minimal sedang menempuh jenjang pendidikan SMA,

Nasabah Bank Swasta di Kota Denpasar, nasabah yang pernah memiliki keluhan pada Bank Swasta di Kota Denpasar.

Data dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua yaitu berdasarkan sifat dan berdasarkan sumbernya. Berdasarkan sifatnya dibedakan menjadi dua yaitu kualitatif dan kuantitatif. Dalam penelitian ini, data kuantitatifnya adalah umur, pendapatan, pendidikan, dan hasil kuesioner, sedangkan data kualitatifnya adalah hasil data dari dokumen. Sumber data untuk penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Populasi penelitian ini adalah nasabah di Kota Denpasar yang pernah memiliki keluhan. Pada penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* yang dipilih adalah *sampling purposive* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Jumlah sampel yang diambil untuk mengisi kuesioner adalah 100 sampel.

Metode pengumpulan data penelitian ini yaitu dengan metode *survey* dengan teknik wawancara menggunakan kuesioner. Selanjutnya, kuesioner diukur dengan skala *Rating Scale*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hipotesis pada penelitian ini adalah “Karakteristik demografi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan dan pendapatan memiliki hubungan positif dan signifikan

dengan perilaku keluhan konsumen”. Hasil uji crosstab dan *chi-square* pada masing-masing karakteristik demografi pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Hubungan Kelompok Usia dengan Perilaku Keluhan Konsumen

Usia	<i>Complainer</i>		<i>Noncomplainer</i>	
	N	%	N	%
< 25 th	27	47,4	31	72,1
≥ 25 th	30	52,6	12	27,9
Total	57	100	43	100
<i>Pearson Chi-Square value</i>		6,151		
<i>Significance</i>		P= 0,013		

Sumber : hasil pengolahan data penelitian

Pada Tabel 1 hasil uji menunjukkan nilai pearson *chi-square* sebesar 6,151^b dengan *significance (p)*= 0.013 atau $p < 0,05$. Artinya, terdapat hubungan positif dan signifikan antara usia dan perilaku keluhan konsumen

Tabel 2. Hubungan Tingkat Pendidikan dengan Perilaku Keluhan Konsumen

Tingkat Pendidikan	<i>Complainer</i>		<i>Noncomplainer</i>	
	N	%	N	%
SMA	23	40,4	31	72,1
Perguruan Tinggi	34	59,6	12	27,9
Total	57	100	43	100
<i>Pearson Chi-Square value</i>		9,942		
<i>Significance</i>		P= 0,002		

Sumber : hasil pengolahan data penelitian

Pada Tabel 2 hasil uji menunjukkan nilai pearson *chi-square* sebesar 9,942^b dengan *significance (p)*= 0.002 atau $p < 0,05$. Artinya, terdapat hubungan positif dan signifikan antara tingkat pendidikan dan perilaku keluhan konsumen.

Tabel 3. Hubungan Tingkat Pendapatan dengan Perilaku Keluhan Konsumen

Pendapatan	<i>Complainer</i>		<i>Noncomplainer</i>	
	N	%	N	%
≤ 3 juta	25	43,9	36	83,7
> 3 juta	32	56,1	7	16,3
Total	57	100	43	100
<i>Pearson Chi-Square value</i>		16,370		
<i>Significance</i>		P= 0,000		

Sumber : hasil pengolahan data penelitian

Pada Tabel 3 hasil uji menunjukkan nilai pearson *chi-square* sebesar 16,370^b dengan *significance (p)*= 0.000 atau $p < 0,05$. Artinya, terdapat hubungan positif dan signifikan antara tingkat pendapatan dan perilaku keluhan konsumen

Tabel 4. Hubungan Jenis Kelamin dengan Perilaku Keluhan Konsumen

Jenis Kelamin	<i>Complainer</i>		<i>Noncomplainer</i>	
	N	%	N	%
Laki-laki	28	49,1	23	53,5
Perempuan	29	50,9	20	46,5
Total	57	100	43	100
<i>Pearson Chi-Square value</i>		0,187		
<i>Significance</i>		P= 0,665		

Sumber : hasil pengolahan data penelitian

Pada Tabel 4 hasil uji menunjukkan nilai *pearson chi-Square* sebesar 0,187^b dengan *significance (p)* = 0,665 atau $p < 0,05$. Artinya, tidak terdapat hubungan positif dan signifikan antara jenis kelamin dengan perilaku keluhan konsumen

Dari penelitian yang telah dilakukan, didapat hasil *pearson chi-square value* pada masing-masing karakteristik demografi. Hasil inilah yang digunakan untuk mengukur kuatnya hubungan yang dianalisis dengan koefisien kontingensi. Adapun perhitungan koefisien kontingensi pada masing-masing karakteristik demografi adalah sebagai berikut:

1) Usia

Pearson chi-square value karakteristik usia adalah 6,151, sehingga :

$$C = \sqrt{\frac{6,151}{6,151 + 100}} = 0,24 \qquad C_{maks} = \sqrt{\frac{2-1}{2}} = 0,707$$

2) Pendapatan

Pearson chi-square value karakteristik pendapatan adalah 16,370, sehingga :

$$C = \sqrt{\frac{16,370}{16,370 + 100}} = 0,37 \qquad C_{maks} = \sqrt{\frac{2-1}{2}} = 0,707$$

3) Tingkat Pendidikan

Pearson chi-square value karakteristik pendidikan adalah 9,942, sehingga :

$$C = \sqrt{\frac{9,942}{9,942 + 100}} = 0,30$$

$$C_{maks} = \sqrt{\frac{2-1}{2}} = 0,707$$

Berdasarkan perhitungan diatas didapat nilai C_{maks} pada masing-masing karakteristik demografi sebesar 0,707. Makin dekat nilai C dengan C_{maks} makin besar derajat asosiasi antara dimensi. Dapat diketahui bahwa karakteristik demografi pendapatan memiliki nilai koefisien kontingensi tertinggi yang mendekati 0,707 yaitu 0,37, tingkat pendidikan dengan nilai 0,3, dan usia dengan nilai 0,24. Hasil ini menunjukkan bahwa pendapatan memiliki hubungan yang paling kuat dengan perilaku keluhan konsumen.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan dari penelitian ini adalah kelompok usia memiliki hubungan positif dan signifikan perilaku keluhan konsumen, tingkat pendidikan memiliki hubungan positif dan signifikan dengan perilaku keluhan konsumen, tingkat pendapatan memiliki hubungan positif dan signifikan dengan perilaku keluhan konsumen, jenis kelamin memiliki hubungan dengan perilaku keluhan konsumen, tetapi tidak signifikan secara statistik. Karakteristik demografi pendapatan menempati urutan pertama atau bisa dikatakan paling kuat memiliki hubungan dengan perilaku keluhan konsumen. Aksesibilitas ke saluran keluhan mudah saat melakukan keluhan, keuntungan dari penyampaian keluhan akan mendapatkan kompensasi yang lebih, mengeluh kepada pegawai bank yang memiliki kewenangan lebih tinggi karna pegawai tersebut lebih memiliki kekuasaan dan melakukan keluhan agar adanya

perbaikan pelayanan merupakan faktor-faktor yang mendukung para nasabah bank swasta untuk melakukan keluhan. Tidak melakukan keluhan jika merasa status diri lebih rendah dari pihak manajemen terkait, tidak melakukan keluhan tetapi memberitahukan teman atau kerabat dengan tentang pengalaman buruk di bank terkait, tidak melakukan keluhan karena rasa malu dan takut untuk kehilangan muka, tidak mengeluh karena tidak tahu kemana untuk mengeluh dan tidak melakukan keluhan karena dapat memakluminya merupakan faktor-faktor yang mendukung para nasabah bank swasta untuk tidak melakukan keluhan.

Berdasarkan hasil penelitian, maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan, yakni perbedaan perilaku keluhan pada masing-masing karakteristik demografi berdampak terjadinya kata negatif dari mulut ke mulut oleh responden yang pernah dikecewakan perbankan swasta. Hal ini hendaknya lebih diperhatikan oleh perbankan swasta di kota Denpasar karena akan berdampak pada hubungan jangka panjang dengan nasabah bank. Bagi perbankan swasta di kota Denpasar disarankan harus lebih memperhatikan nasabah yang lebih tua, berpendapatan rendah dan berpendidikan rendah, agar saat terjadi kegagalan pelayanan atau masalah yang membuat nasabah tidak nyaman, nasabah mau mengemukakan keluhan dan tetap loyal pada bank terkait. Hal ini akan bermanfaat karena akan menjaga hubungan baik dan menghindari perpindahan ke bank lain oleh nasabah. Hasil analisis menunjukkan tidak terdapat hubungan positif dan signifikan antara perilaku keluhan konsumen dengan nasabah laki-laki dan perempuan. Walaupun demikian, perbankan swasta di

kota Denpasar tetap harus memperhatikan nasabah laki-laki dan perempuan jika terjadi kegagalan layanan. Peneliti selanjutnya diharapkan mampu menambahkan variabel yang mempengaruhi perilaku keluhan konsumen.

REFERENSI

- Artanti, Yessy dan Ningsih, Lestari. 2010. Pengaruh Penanganan *Keluhan* Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, TBK. dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Perantara (Studi pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Surabaya). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 14(2): h: 66-74
- Djamaludin, M.D., Rochany, Henny., Simanjuntak, Megawati. 2008. Analisis Perilaku Pengaduan Konsumen Melalui Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) dan Harian Kompas Tahun 2007. *Ilmu Keluarga dan Konsumen*.
- Chandra, Billy Archie. 2013. Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Perilaku Komplain Konsumen* (Studi Pada Mahasiswa Atma Jaya Fakultas Ekonomi Pengguna Rumah Makan Di Yogyakarta). *Skripsi* Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya, Yogyakarta.
- Ellena, Frieda dan Susilo Toto Rahardjo,MT. 2011. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi dan Penanganan *Keluhan* Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah PT.BRI (Persero) Tbk. Cabang Pematang).
- Fernandes, Daniel Von der Heyde dan Santos, Cristiane Pizzutti dos. 2007. Consumer Complaining Behavior In Developing Countries: The Case of Brazil. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 20, pp: 86
- Fernandes, Daniel Von der Heyde dan Santos, Cristiane Pizzutti dos. 2008. The Antecedents of the *Consumer Complaining Behavior (CCB)*. *Advances in Consumer Research*,35,pp: 584-592
- Gavin L. Fox. 2008. Getting Good Complaining Without Bad Complaining. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 21, pp: 23

- Harsoyo, Titik Desi. 2009. Perangkap Loyalitas Pelanggan: Sebuah Pemahaman Terhadap *Noncomplainers* Pada Seting Jasa. Dalam *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 2(1)
- Hogarth, Jeanne M., Hilgert, Marianne A., dan Kolodinsky, Jane M. . 2001. Problems With Credit Cards: An Exploration of *Consumer Complaining* Behaviors. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 14, pp: 88-107
- Jeanne M. Hogarth, Maureen English dan Manisha Sharma. 2001. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 14, pp: 74-87
- Jona, Maria Janiwati. 1996. Remaja, Permasalahan dan Penanganannya. *Jurnal Pelita Zaman*, 11(1).
- Jugwanth, Bhavna dan Vigar-Ellis, Debbie. 2013. *Customer Complaint* Behaviour and Companie's Recovery Initiatives: The Case of The Hello Peter Website. *Alternation Special Edition* 8,pp: 143-165
- Matos, Celso Augusto de, Rossi, Carlos Alberto Vargas, Veiga, Ricardo Teixeira dan Vieira, Valter Afonso. 2009. Consumer Reaction to Service Failure and Recovery: The Moderating Role of Attitude Toward *Complaining*. *Journal of Services Marketing*,23(7),pp: 462-475
- Metehan, Tolon PhD. dan Yasemin, Zengin Asude. 2011. *Demographic Characteristics and Compalaint* Behaviour : An Empirical Study Concerning Turkish Customers. *International Journal of Business and Social Science*, 2(9),pp: 42-48.
- Morganosky, Michelle Ann dan Buckley, Hilda Mayer. 1987. *Complaint* Behavior: Analysis By *Demographics*, Lifestyle, and Consumer Values. *Advances In Consumer Research*, 14, pp: 223-226
- Mousavi, Masoud dan Mohammad Rahim Esfidani. 2013. A Comprehensive Model of *Customers' Complaint* Behavior. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 3(5), pp: 548-569
- Mowen, John, C dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Ngai, Eric W.T., Heung, Vincent C.S. dan Wong, Y.H. and Chan, Fanny K.Y. . 2006. *Consumer Complaint* Behaviour of Asians and Non Asians about Hotel Services An Empirical Analysis. *European Journal of Marketing*, 41(11), pp: 1375-1391

- Nilasari, Debora Ratna dan Yoestini. 2012. Analisis Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Harga Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perpindahan Merek Sabun Lifebouy Di Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, 1(2), pp: 23-33.
- Nurzatul Hakimah bt Mahmud Mahayudin, Sharifah Azizah Haron dan Benjamin Chan Yin Fah. 2010. Unpleasant Market Experience and *Consumer Complaint Behavior*. *Asian Social Science*, 6(5), pp: 63-69
- Phau, Ian. dan Sari, Puspita Riana. 2004. Engaging in complaint behaviour: An Indonesian perspective. *Marketing Intelligence & Planning*, 22(4): h: 407
- Phau Ian. dan Baird, Michael. 2008. *Complainers versus non-complainers* retaliatory responses towards service dissatisfactions. *Marketing Intelligence & Planning*, 26(6): h: 587-604
- Robert East. 2000. *Complaining as Planned Behavior*. *Psychology and Marketing*, 17, pp: 1077
- Setiawan, Budi Mulyo. dan Ukudi. 2007. Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada PD. BPR Bank Pasar Kendal). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 14(2): h:215-227
- Sugiyono, Dr. 2010. Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Penerbit ALFABETA.
- Sumarwan, Ujang. 2002. Perilaku konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Penerbit. Pt. Ghalia Indonesia dengan MMA-IPB, Bogor selatan
- Yoga, I Made Sedana dan Warmika, Gede Ketut. 2011. Hubungan *Karakteristik Demografi* dengan *Perilaku Keluhan* Konsumen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia.
- Yulianti, Lilik Noor. dan Anzola, Yuza. 2009. Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Tanggapan Perusahaan Pascatindakan *Komplain* Melalui Media Cetak. *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, 2(2): h: 186-192
- Zhao, Wenjie dan Md. Nor Othman. 2010. *OIDA International Journal of Sustainable Development*, 01:09, pp: 27-35