

PENGARUH USIA, TINGKAT PENDAPATAN DAN KEPRIBADIAN PADA PERILAKU KELUHAN KONSUMEN

Andri Chandra¹
I Made Jatra²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia
e-mail: andri.chandra03@gmail.com / telp: + 6285239460337

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

ABSTRAK

Pertumbuhan jumlah konsumen layanan jasa *provider* dari tahun ke tahun meningkat drastic. Perusahaan biasanya mempertimbangkan keluhan konsumen sebagai indicator yang sangat diperlukan dalam layanan yang tidak memuaskan. Tujuannya adalah mengetahui pengaruh usia, tingkat pendapatan dan kepribadian terhadap perilaku keluhan konsumen XL di Kota Denpasar. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dan *accidental sampling* dengan jumlah responden sebesar 100. Hasil penelitian mendapatkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara usia, tingkat pendapatan dan kepribadian terhadap perilaku keluhan konsumen. Pihak *provider* XL sebaiknya menambah tempat pelayanan dengan membuka kantor cabang di kota-kota kecil untuk memaksimalkan pelayanan.

Kata kunci: *Usia, tingkat pendapatan, kepribadian dan perilaku keluhan konsumen*

ABSTRACT

The growing numbers of providers consumers from year to year has increased dramatically. Companies usually considered consumer complaints as an important indicator to measure consumer satisfaction. The goal is to determine the influence of age, income level and personality of the XL's consumer complaint behavior. The results of the study was to obtain a positive and significant influence among age, income level and personality of the consumer complaint behavior. XL's providers add point of service by opening a branch office in small towns to maximize service.

Keywords: *Age, revenue, personality and consumer complaining behaviour*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin pesat di dunia mengubah cara manusia untuk berkomunikasi jarak jauh. Dahulu orang menggunakan surat untuk mengirim pesan ke sanak saudaranya dan teman-temannya di luar kota, namun

seiring ditemukannya alat komunikasi seperti telepon selular, *smartphone*, *tablet*, dan lainnya cara masyarakat berkomunikasi pun berubah drastis. Pertumbuhan jumlah pengguna *gadget* di Indonesia menjadikan Indonesia sebagai pangsa pasar yang besar untuk memasarkan produk *gadget* dari luar negeri. Hal tersebut berimbas pada perkembangan bisnis jasa layanan telekomunikasi dalam negeri juga semakin pesat. Persaingan usaha pun tidak dapat dihindari.

Kepuasan konsumen merupakan hal wajib yang ditawarkan dan diperhatikan oleh perusahaan agar tetap mempertahankan pelanggannya. Kualitas pelayanan yang buruk akan menyebabkan konsumen tidak puas, bukan hanya konsumen yang memakai jasa tersebut tapi juga berdampak pada konsumen lainnya (Aryani dan Febrina, 2010). Pelanggan yang mempunyai pengalaman yang tidak menyenangkan pasca pembelian mengakibatkan pelanggan mengeluh (Mini, 2010).). Keluhan merupakan hal yang tidak dapat dihindari oleh perusahaan terutama perusahaan yang bergerak dibidang jasa karena memberikan pelayanan yang terbaik tidaklah mudah (Gonius, 2013). Konsumen yang tidak puas terlibat dalam beberapa perilaku keluhan yang berbeda, seperti *negative word of mouth (WOM)*, mengeluh kepada perusahaan, menarik pihak ketiga, atau bahkan melakukan pembelian berulang seperti biasa (Fernandes, 2007).

Perusahaan biasanya mempertimbangkan keluhan konsumen sebagai indikator yang sangat diperlukan dalam layanan yang tidak memuaskan (Phau dan Sari, 2004). Pengetahuan ini membantu bisnis memperkenalkan filosofi pemasaran yang tidak

hanya berorientasi pada kepuasan, namun pada manajemen ketidakpuasan dan penanganan keluhan menurut Plymire (dalam Velazquez *et al.* 2010). Perilaku keluhan merupakan salah satu usaha yang mencerminkan solidaritas konsumen, karena keluhan konsumen bisa mencegah pelaku usaha untuk melakukan kecerobohan yang sama terhadap konsumen yang lain (Fatma, 2012). Keluhan merupakan hal yang menjadi perhatian yang digunakan sebagai masukan dalam menyusun strategi pelayanan perusahaan. Foedjawati, dkk. (2007) dalam penelitiannya menyatakan pengetahuan tentang keluhan konsumen akan membantu pengelola perusahaan memperhatikan dan memecahkan masalah yang timbul. Konsumen yang menyuarakan keluhan secara langsung ketika memiliki pilihan untuk keluar menandakan konsumen tersebut loyal dengan menunjukkan bahwa ada yang salah dengan perusahaan yang perlu diperbaiki (Huppertz, 2003). Hal ini senada dengan yang dinyatakan oleh Chrisna, dkk. (2013) yang menyatakan konsumen yang mengeluh sebenarnya masih memberikan kesempatan kepada perusahaan untuk memberikan kepuasan layanan kepada mereka.

Penanganan keluhan konsumen menjadi hal yang penting untuk mempertahankan pelanggan yang ada serta meningkatkan pendapatan suatu perusahaan. Menurut Brown (dalam Tronvoll, 2012) penanganan keluhan yang sukses dapat menjadi investasipositif yang signifikan untuk layanan perusahaan menghasilkan laba dari 30-150 persen atas investasi, Hal ini di dukung oleh penelitian Osarenkhoe *et al.* (2013) yang menyatakan penanganan keluhan yang

dilakukan oleh staff dengan membahas dan mencoba untuk menyelesaikan keluhan akan membuat konsumen cenderung untuk menjadi lebih loyal terhadap suatu merek. berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Artanti, dkk. (2010) yang menyatakan penanganan keluhan tidak berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan. Manajemen keluhan menjadi alat yang penting bagi manajer untuk berhubungan dengan kegagalan layanan, terutama dibidang jasa, dimana konsumen mengevaluasi kinerja bukan produk yang nyata menurut Gronroos (dalam Augusto *et al.* 2009).

Pentingnya strategi penanganan keluhan bagi perusahaan layananjasa karena munculnya pelanggan yang merasa tidak puas tidak dapat lagi dihindari (Gunawan, dkk. 2007). Semakin baik perusahaan menangani keluhan, maka tingkat kepuasan konsumenpun akan meningkat (Yulianti dan Anzola, 2009). Perusahaan melalui *Costumer Service* menangani keluhan konsumennya secara langsung (Wijaya, 2008), namun untuk meningkatkan tingkat pelayanan maka perusahaan juga harus menyediakan *call centre* untuk menangani keluhan konsumen melalui via telepon. Hal ini didukung oleh penelitian Dewanti (2009) *call centre* sebagian besar dipakai untuk mengajukan keluhan terhadap layanan maupun tarif. Usia dan tingkat pendapatan merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi yang mempengaruhi jenis keluhan konsumen. Korelasi yang telah ditemukan antara usia dan pendapatan serta perilaku mengeluh (Sunarto, 2003:256).

Berdasarkan penelitian Phau dan Baird (2008) menyatakan adanya hubungan positif antara usia serta perilaku keluhan, Konsumen yang berumur 40 tahun keatas lebih cenderung untuk mengeluh daripada yang lebih muda dan yang memiliki pendapatan lebih dari \$40.000 lebih cenderung untuk melakukan keluhan dibandingkan dengan seseorang yang mempunyai tingkat pendapatan yang lebih rendah. Hal ini didukung oleh penelitian Ngai *et al.* (2006) yang menyatakan hubungan signifikan antara umur dan perilaku keluhan.

Kepribadian adalah variabel lainnya yang mempengaruhi perilaku keluhan konsumen. Kepribadian menurut Sutisna (2001:137) adalah sekumpulan karakteristik perilaku yang dimiliki oleh individu dan bersifat permanen. Penelitian yang dilakukan Phau dan Sari (2004) menyatakan variabel kepribadian berpengaruh signifikan terhadap perilaku keluhan. Karakteristik kepribadian yang mempengaruhinya adalah percaya diri dan sifat individualistis, hal ini didukung oleh penelitian Bodey dan Grace (2006) yang menyatakan *perceive control* dan *self monitoring* merupakan karakteristik dari kepribadian yang berpengaruh terhadap perilaku keluhan konsumen. Berbeda halnya dengan hasil penelitian Fox (2008) yang menyatakan kepribadian tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku keluhan konsumen.

PT. XL-Axiata, Tbk adalah salah satu perusahaan *provider* dibidang jasa telekomunikasi yang terkemuka di Indonesia. Perusahaan ini mempunyai jumlah konsumen yang cukup bersaing dengan perusahaan terkemuka lainnya. XL yang

merupakan salah satu *provider* yang berkembang di Bali, bahkan *market share* nya mencapai 40% (Tribunnews.com). Akhir-akhir ini banyak keluhan yang terjadi pada konsumen XL dikarenakan layanan yang kurang memuaskan, mulai dari gangguan sinyal, tariff yang tidak sesuai dan lainnya menjadi alasannya. Banyaknya keluhan pada pelanggan XL di Kota Denpasar dibuktikan dengan diadakannya wawancara tidak terstruktur pada konsumen. Hasil dari wawancara dirangkum dalam Table 1 Jumlah orang yang mengeluh dalam penggunaan jasa *provider*

Tabel 1
Jumlah Orang yang Mengeluh dalam Penggunaan Jasa *Provider*

No.	Nama Provider	Jumlah Pengguna (Orang)	Jumlah Orang yang Mengeluh (Orang)
1	Telkomsel	15	4
2	Indosat	15	7
3	XL	15	11
4	3	15	8
	Total	60	30

Sumber: Hasil Studi Pendahuluan

Usia responden yang melebihi 40 tahun cenderung menyatakan keluhan secara langsung ke kantor. Hal ini terjadi sebaliknya pada usia yang lebih muda cenderung akan lebih mudah untuk berpindah ke provider lainnya. Konsumen XL yang memiliki tingkat pendapatan yang lebih tinggi cenderung akan menyampaikan keluhannya secara langsung kepada pihak XL, sedangkan yang memiliki tingkat pendapatan yang lebih rendah cenderung untuk menceritakan keluhannya kepada teman-temannya atau bahkan langsung menggantinya ke operator lain. Konsumen yang cenderung memiliki kepercayaan diri yang lebih tinggi dan lebih tegas cenderung untuk menyampaikan keluhan secara langsung kepada perusahaan sedangkan yang tidak

cenderung untuk membicarakan keluhannya kepada teman-temannya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh usia, tingkat pendapatan dan kepribadian terhadap perilaku keluhan konsumen *provider* XL.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, hipotesis penelitian yang ingin diuji adalah sebagai berikut:

H₁ = Usia berpengaruh terhadap perilaku keluhan konsumen XL di Kota Denpasar.

Hipotesis ini didukung oleh peneliti-peneliti sebelumnya, yaitu Phau dan Sari (2004), Hogarth *et al.* (2001) dan Ngai *et al.* (2006). Hasil penelitian dari ketiga peneliti tersebut sama, yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan terhadap perilaku keluhan konsumen.

H₂ = Tingkat pendapatan terhadap perilaku keluhan konsumen XL di Kota Denpasar.

Hipotesis ini didukung oleh peneliti-peneliti sebelumnya, yaitu Phau dan Sari (2004), Hogarth *et al.* (2001) dan Phau dan Baird (2008). Hasil penelitian dari ketiga peneliti tersebut sama, yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan terhadap perilaku keluhan konsumen.

H₃ = Kepribadian berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keluhan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian Harris dan John (2001) beberapa ciri kepribadian yang berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku keluhan yaitu *extroversion*, *value consciousness* dan *conscientiousness*. Didukung oleh penelitian Bodey dan Grace (2006) yang menyatakan *perceive control* dan *self monitoring* merupakan karakteristik dari kepribadian yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keluhan konsumen. Senada dengan hasil penelitian Phau dan Sari (2004) yang menyatakan seorang pengeluh menunjukkan karakteristik individualis dan kepercayaan diri yang lebih tinggi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kota Denpasar, dengan populasinya adalah konsumen pengguna *provider* XL di Kota Denpasar. Sejumlah 100 orang responden dipilih sebagai sampel, dimana persyaratan pemilihan sampel adalah minimal tamat SMA, sudah menggunakan XL minimal 3 bulan dan melakukan keluhan lebih dari satu kali. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda. Tabel 2 menunjukkan variabel operasional penelitian ini.

Table 2
Klasifikasi Variabel dan Indikator Variabel

Klasifikasi Variabel	Variabel	Indikator	Sumber
Independent	Usia (X1)	18 – 40 tahun dan 41 – 65 tahun	Kotler dan Keller (2009:99)
	Tingkat Pendapatan (X2)	≤ Rp 5.000.000 dan > Rp 5.000.000	Putri (2013)
	Kepribadian (X3)	1. Percaya Diri 2. Ketegasan 3. Konservatif	Phau dan Sari (2004)
Dependent	Perilaku Keluhan	1. Menyatakan keluhan secara langsung 2. Tidak melakukan apapun 3. Langsung pindah ke provider lain 4. Menceritakan kepada pihak ke tiga.	Ferguson dan Phau (2012)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil dari 100 responden konsumen *provider* XL di Kota Denpasar didapatkan hasil, responden wanita lebih banyak daripada laki-laki. Responden pada penelitian ini berusia 18-40 tahun dan 41-65 tahun. Jenis pekerjaan masing-masing responden, sebagian besar berprofesi sebagai swasta. Tingkat pendapatan responden sebagian besar lebih dari 5 juta.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil pengujian dinyatakan valid karena seluruh nilai koefisien korelasinya diantara 0,343 dan 0,790 yang berada diatas 0,30. Hasil uji dikatakan reliable karena nilai dari keseluruhan *cronbach alpha* variabel penelitian diantara 0,616 dan 0,718 yang berada diatas 0,60.

Analisis Regresi Linear Berganda

Pada Tabel 3 menunjukkan hasil pengaruh usia, tingkat pendapatan dan kepribadian terhadap perilaku keluhan konsumen *provider* XL di Kota Denpasar.

Tabel 3
Rekapitulasi Hasil Olahan SPSS

Regresi Linear Berganda	Y= 1,050 + 0,143(X1) + 0,183 (X2) + 0,686 (X3)			
SE		0,068	0,076	0,093
t _{hitung}		2,108	2,400	7,358
Sig.t		0,038	0,018	0,000
R ²	0,521			
F _{hitung}	34,783			
Sig. F	0,000			

Sumber: Hasil Olahan SPSS

Hasil Uji Asumsi Klasik

Pada uji normalitas mendapatkan nilai *Asymp.Sig* sebesar $0,205 > 0,05$, sehingga data terdistribusi normal. Hasil uji multikolinearitas dimana didapat nilai *tolerance* variabel usia 0,893, tingkat pendapatan 0,803 dan kepribadian 0,843 dan nilai VIF variabel usia sebesar 1,119, tingkat pendapatan sebesar 1,245 dan kepribadian sebesar 1,187. Hasil nilai *tolerance* melebihi 0,10 dan nilai VIF < 10 maka tidak terdapat gejala multikolinearitas. Terakhir adalah uji heteroskedastisitas

dimana didapat hasil, tingkat signifikansi variabel usia 0,701, tingkat pendapatan 0,906 dan kepribadian 0,788. Tingkat signifikansi kesemua variabel tersebut diatas 0,50 sehingga tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas.

Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil Uji F

Nilai F sig 0,000 < 0,05 menunjukkan ketiga variabel bebas (usia, tingkat pendapatan dan kepribadian) berpengaruh serempak pada variabel perilaku keluhan konsumen *provider* XL di Kota Denpasar. Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Phau dan Sari (2004) mengatakan bahwa terdapat pengaruh usia, tingkat pendapatan dan kepribadian terhadap perilaku keluhan konsumen.

Hasil Uji t

Uji-t digunakan melihat pengaruh usia, tingkat pendapatan dan kepribadian secara parsial terhadap perilaku keluhan konsumen.

1) Pengaruh usia terhadap perilaku keluhan konsumen *provider* XL di Kota Denpasar.

Nilai Sig. t 0,038 < 0,05, menyatakan usia mempengaruhi perilaku keluhan secara signifikan. Usia konsumen yang terus meningkat dapat meningkatkan perilaku keluhan konsumen *provider* XL di Kota Denpasar. Hasil tersebut mendukung penelitian-penelitian sebelumnya oleh Phau dan Sari (2004) yang menyatakan usia berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keluhan. Penelitian tersebut didukung oleh Hogarth *et al.* (2001) dan Ngai *et al.* (2006).

2) Pengaruh tingkat pendapatan terhadap perilaku keluhan konsumen *provider XL* di Kota Denpasar.

Nilai Sig.t $0,018 < 0,05$, berarti terdapat pengaruh tingkat pendapatan terhadap perilaku keluhan konsumen *provider XL* di Kota Denpasar. Semakin tinggi tingkat pendapatan konsumen *provider XL*, semakin meningkat pula perilaku keluhannya. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian-penelitian sebelumnya oleh Phau dan Baird (2008) yang menyatakan bahwa seseorang yang berpendapatan lebih dari \$40.000 cenderung akan menyuarakan keluhannya dibandingkan orang yang berpendapatan dibawahnya karena orang-orang tersebut akan mengharapkan lebih dari fitur fitur produk atau jasa tersebut. Penelitian ini didukung oleh penelitian Phau dan Sari (2004) dan Hogarth *et al* (2001).

3) Pengaruh kepribadian terhadap perilaku keluhan konsumen *provider XL* di Kota Denpasar.

Nilai sig.t $0,000 < 0,05$, berarti terdapat pengaruh kepribadian secara parsial terhadap perilaku keluhan. Kepribadian semakin meningkat maka perilaku keluhan juga meningkat. Hasil dari penelitian ini mendukung penelitian-penelitian sebelumnya oleh Harris dan John (2001) yang menyatakan kepribadian memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keluhan. Hasil dari penelitian ini didukung oleh Bodey and Grace (2006) dan Phau dan Sari (2004).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini antara lain:

- 1) Usia berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keluhan konsumen *provider* XL di Kota Denpasar.
- 2) Tingkat pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keluhan konsumen *provider* XL di Kota Denpasar.
- 3) Kepribadian berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keluhan konsumen *provider* XL di Kota Denpasar.

Saran

Berdasarkan simpulannya, maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

- 1) Pihak XL berusaha meningkatkan lagi kualitas layanannya sehingga meminimalkan perilaku keluhannya.
- 2) Pihak XL membuka kantor cabang yang lebih kecil agar bisa menjangkau kota-kota kecil sehingga konsumen bisa mengeluh secara langsung ke kantor.
- 3) Peneliti berikutnya agar menambahkan variabel-variabel lainnya seperti perbedaan budaya konsumen, sikap terhadap mengeluh dan lainnya. Selain itu, lokasi penelitian bisa diperluas ruang lingkungannya agar hasil penelitian bisa digeneralisasi per provinsi bahkan nasional.

REFERENSI

- Aryani, Dwi dan Febrina Rosinta. 2010. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Vol. 17, No.2, pp. 114-126.
- Artanti, Yessy dan Lestari Ningsih. 2010. Pengaruh Penanganan Keluahn Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Perantara. *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 14, No. 2, pp. 66-74.
- Augusto, Celso de Matos; Carlos Alberto Vargas Rossi; Ricardo Teixeira Veiga and Valter Afonso Vieira . 2009. Consumer Reactio to Service Failure and Recovery: The Moderating Role of Attitude toward Complaining. *Journal of Service Marketing*, Vol. 23, No.7, pp.462-475.
- Bodey, Kelli dan Debra Grace. 2006. Segmenting Service “Complainers” and “Non Complainers” On the Basis of Consumer Characteristic. *Journal of Service Marketing*, Vol.20, No.3, pp. 178-187.
- Chrisna, Ferdyan Chandra dan Yessy Artanti. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 1, No. 4, pp. 1105-1116.
- Dewanti, Retno. 2009. Analisis Pengaruh Efektifitas Call Center and Brand Reputation terhadap Brand Trust dan Dampaknya pada Brand Loyalty kartu prabayar IM3. *The 3rd National Conference on Management Research*.
- Fatma, Anne. 2012. Intensi Komplain Konsumen Ditinjau Dari Sikap dan Asertivitasnya. *Journal Talenta Psikologi*, Vol. 1, No. 1, pp. 18-28.
- Ferguson, Graham and Ian Phau. 2012. A Cross- Nation Investigation of University Students’s Complaining Behaviour and Attitudes to Complaining. *Journal of International Education in Business*, Vol. 5, No. 1, pp.50-70.
- Fernandes, Daniel Von der Heyde; Cristiane Pizzuti dos Santos. 2007. Consumer Complaining Behaviour in Developing Countries: The Case of Brazil. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behaviou*, Vol. 20, ABI/INFORM Research pp. 86-109.

- Foedjiawati dan Hatane Samuel. 2007. Pengaruh Sikap, Persepsi Nilai dan Persepsi Peluang Keberhasilan Terhadap Niat Menyampaikan Keluhan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 2, No. 1, pp.43-58.
- Fox, Gavin L. 2008. Getting Good Complaining Without Bad Complaining. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behaviour*, 21, pp.23-40.
- Gonius, Natalia. 2013. Studi Deskriptif Tentang *Costumer Complaints* Di Restoran *Wok Noodles* Di *Galaxy Mall* Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, Vol. 2, No.1, pp 1-15.
- Gunawan, Sri dan Budi Purwono. 2007. Pengaruh Nilai Keadilan Dalam Penanganan Keluhan Terhadap Kepercayaan dan Komitmen pelanggan. *Majalah Ekonomi*, Tahun XVII, No. 1
- Harris, Eric G and John C Mowen. 2001. The Influence of Cardinal-, Central-, and Surface- Level Personality Traits on Consumer's Bargaining and Complaint Intentions. *Journal Psychology and Marketing*, Vol.18, No.16, pp. 1155-1185.
- Hogarth, Jeanne M; Marianne A. Hilgert; Jane M. Kolodinsky; Jinkook Lee. 2001. Problems with credit cards: An exploration of consumer complaining behaviors. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, Vol.14, ABI/INFORM Research, pp. 88-107
- Huppertz, John W. 2003. An Effort Model of First-Stage Complaining Behaviour. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behaviour* Vol. 16, ABI/INFORM Research, pp. 132-144.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Mini, Vera M. 2010. Pengaruh Pengalaman Konsumen Pada Sikap, Persepsi, dan Perilaku yang Ditampilkan Saat Mengalami Ketidakpuasan atau Keluhan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 4, No. 3, pp. 221-238.
- Ngai, Eric W.T; Vincent C.S. Heung; Y.H. Wong and Fanny K.Y. Chan. 2006. Consumer Complaint behavior of Asians and Non-Asians about Hotel Services. *European Journal of Marketing*, Vol. 41, No. 11/12, pp.1375-1391.
- Osarenkhoe, Aihie and Mabel Birungi Komunda. 2013. Redress for Customer Dissatisfaction and Its Impact on Customer Satisfaction and Customer

- Loyalty. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, Vol.7, No.2, pp. 102-113.
- Phau, Ian and Michael Baird. 2008. Complainers Versus Non-Complainers Retaliatory Responses Towards Service Dissatisfaction. *Marketing Intelligence and Planning*, Vol. 26, No. 6, pp. 587-604.
- Phau, Ian and Riana Puspita Sari. 2004. Engaging in Complaint behavior: An Indonesian Perspective. *Marketing Intelligence and Planning*, Vol. 22, No. 4, pp. 407.
- Putri, Yuliana. 2013. Peran Kebiasaan Membaca Label dalam Memediasi Pengaruh Variabel Demografi Terhadap Niat Membeli Produk Hijau Merek Natur-E di Kota Denpasar. Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tronvoll, Bard. 2012. A Dynamic Model of Customer Complaining Behaviour from The Perspective of Service Dominant Logic. *European Journal of Marketing*, Vol.46, No.1/2, pp.284-305.
- Velazquez, Beatriz Moliner; Maria Fuentes Maria; Irene Gil Saura and Gloria Berenguer Contri. 2010. Causes for Complaining Behaviour Intentions: The Moderator Effect of Previous Customer Experience of The Restaurant. *Journal of Service Marketing* Vol.24, No.7, pp. 532-545.
- Wijaya, Tony. 2008. Pengaruh Kepuasan Pada Penanganan Keluhan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Konsumen Natasha *Skin Care*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. XIV, No. 1, pp. 55-69.
- Yuliati, Lilik Noor and Yuza Anzola. 2009. Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Tanggapan Perusahaan Pasca Tindakan Komplain melalui Media Cetak. *Jur.Ilm.Kel dan Kons*, Vol. 2, No.2, pp.186-192