

PENGARUH SIKAP DAN PERSEPSI TERHADAP NIAT KOMPLAIN PELANGGAN PADA MASKAPAI PENERBANGAN DI BANDAR UDARA INTERNASIONAL ADI SUTJIPTO

Wawan Riyanta¹,

¹ Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta

Jl. Parangtritis Km. 4.5 Yogyakarta

Email: wawanriyanta88@gmail.com

Abstrak

Airlines need to know the attitudes and perceptions of passengers in complaining the airline services so that they do not cause losses. Attitudes and perceptions described in several aspects that affect the intention of customer complaints, so that the influence between these aspects will be known. The design of this study uses a causal research design, because it needs to see one or more variables cause or be a determinant of other variables. Data use Smart PLS with the help of Smart PLS 2.0 M3 software. The results of the study show that attitude towards complaints behavior affects the intention to complain to airlines, the attitude towards complaints behavior is influenced by Consumer Avoidance, Complaint Experience and ability to control. Perception of the value of complaints affects the intention to complain, the perception of the value of complaints is influenced by Consumer Avoidance, Complaint Experience and ability to control. Perceptions of the likelihood of successful complaints affect the intention to complain, Perceptions of the likelihood of successful complaints are influenced by the ability to control, while the Customer Avoidance and Complaints Experience factors do not affect perceptions of the perception of the likelihood of successful intentions of complaints on airlines.

Keywords: Attitude, Perception, Intention of Complaints, Airlines, Adisutjipto,

PENDAHULUAN

Pengetahuan tentang komplain pelanggan akan membantu pengelola perusahaan jasa termasuk asuransi untuk memperhatikan dan memecahkan masalah yang timbul. Perusahaan dapat menggunakan cara yang sesuai untuk merumuskan pelayanan selanjutnya. Sebuah sistem manajemen keluhan yang disusun dengan tepat dan efektif, akan memudahkan perusahaan untuk memaksimalkan tingkat loyalitas pelanggan.

Pelayanan pada perusahaan penerbangan sipil atau maskapai penerbangan meliputi pelayanan *pre-flight*, *inflight*, dan *post-flight*. Dalam pelayanan *pre-flight* dan *post-flight*, pihak

maskapai penerbangan melibatkan pihak ketiga yakni perusahaan *Ground Handling*. Di Bandara Internasional Adisutjipto Yogyakarta maskapai penerbangan bekerja sama dengan PT. Garuda Angkasa dan PT. Kokapura Avia yang telah menjadi anggota IATA (*Internasional Air Transport Association*), maka *Standard Operating Prosedure*nya digunakan juga oleh maskapai – maskapai penerbangan sebagai panduan dalam melaksanakan pelayanan kepada *customernya*. Salah satu yang menjadi perhatian serius perusahaan maskapai adalah masalah komplain konsumen. Komplain terjadi, karena kesalah pahaman ke dua belah pihak, baik pembeli maupun penjualnya. Kesalahan para

konsumen dalam membeli tiket umumnya terdesak oleh waktu. Sering terjadinya pengabaian terhadap pengajuan komplain pelanggan oleh perusahaan bisa berakibat menurunkan tingkat retensi pelanggan, dan akhirnya menimbulkan kerugian. Pentingnya pengetahuan dan memberi respon pada keluhan konsumen tidak bisa diabaikan karena perusahaan bisa mengubah perilaku pasca pembelian konsumen menjadi lebih baik. Pengetahuan dan respon konsumen merupakan hal penting sehingga perlu adanya analisis pengaruh antar aspek yaitu : 1. *alienation, prior complaint experience*, dan *controllability* terhadap sikap terhadap perilaku complain. 2. *alienation, prior complaint experience*, dan *controllability* terhadap persepsi terhadap nilai complain. 3. *alienation, prior complaint experience*, dan *controllability* terhadap persepsi terhadap kemungkinan suksesnya complain, 4. sikap terhadap perilaku complain terhadap niat untuk melakukan complain pada maskapai penerbangan di Bandara Internasional Adi Sutjipto, 5. persepsi terhadap nilai complain terhadap niat untuk melakukan complain pada maskapai penerbangan di Bandara Internasional Adi Sutjipto, 6. persepsi terhadap kemungkinan suksesnya complain terhadap niat untuk melakukan complain pada maskapai penerbangan di Bandara Internasional Adi Sutjipto.

Menurut Kotler dan Armstrong (1997, p.157), sikap adalah "Evaluasi, perasaan, dan kecenderungan dari individu terhadap suatu obyek yang relatif konsisten". Sikap menempatkan orang dalam kerangka pemikiran mengenai menyukai atau tidak menyukai sesuatu, mengenai mendekati atau menjauhinya. Pengertian persepsi menurut Schiffman dan Kanuk (1991, p.146), "*Perception is the process by which an individual selects, organizes, and interprets stimuli into a meaningful and coherent picture of the world*". *Complaint Intention* atau niat untuk melakukan complain dapat dilihat dari beberapa pengertian dari niat (Setyawan dan Ihwan, 2004) sebagai

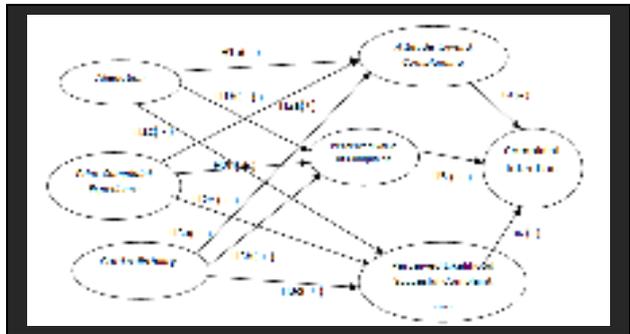
berikut Niat dianggap sebagai sebuah 'perangkap' atau perantara antara faktor-faktor motivasional yang mempengaruhi perilaku, Niat juga mengindikasikan seberapa jauh seorang mempunyai kemauan untuk mencoba, Niat menunjukkan pengukuran kehendak seseorang, Niat berhubungan dengan perilaku yang terus menerus. Proses membentuk persepsi akan suatu objek tersebut bisa saja mendapat gangguan dari luar /*distortion* berupa *stereotype, halo effect, first impression*, atau *jumping to conclusion*, yang dapat menyebabkan terjadi penyimpangan pada persepsi individu, (Pasla dan Desy 2004). *Alienation* konsumen adalah suatu hal negatif konsumen secara global yang mempengaruhi ke arah ketidakpuasan pada perusahaan industri (Singh, 1989). Biasanya, alienation konsumen diukur dengan derajat tingkat ketidakpuasan konsumen, dan alienation konsumen yang tinggi berkenaan dengan perasaan negatif pada perusahaan dan pasar (Westbrook, 1980). Pengalaman keluhan lebih dulu dapat didefinisikan sebagai kecenderungan konsumen untuk permohonan kasus ketidakpuasan (Singh, 1989, 1990b; Singh dan Wilkes, 1996). Tingkat (jarang atau sering) tentang pengalaman keluhan masa lampau dapat menguatkan suatu sikap konsumen dan disposisi tingkah laku pada situasi masa depan (Singh dan Wilkes, 1996; Ursic, 1985a, *Controllability* ketidakpuasan dapat didefinisikan seperti kemampuan perusahaan untuk meramalkan dan mencegah ketidakpuasan. Folkes (1984) menyatakan bahwa alasan yang dirasa untuk kegagalan produk mempengaruhi tanggung jawab konsumen untuk ketidakpuasan. Pada Model Folkes'S (1984) model, konsumen memperkuat keluhan mereka, ketika mereka percaya masalah itu dapat dikendalikan oleh yang dipastikan, kepada derajat tingkat bahwa perusahaan bisa sudah mencegah masalah itu. Konsumen mempertimbangkan *controllability* sebagai tempat tanggung jawab untuk ketidakpuasan, yang mempengaruhi perilaku dan sikap keluhan mereka. Persepsi terhadap nilai complain didefinisikan sebagai evaluasi personal terhadap kesenjangan antara manfaat dan biaya keluhan (Singh, 1989 yang dikutip oleh Kim *et al.* (2003)). Ini merepresentasikan keyakinan

konsumen bahwa perilaku mengeluh ini sebanding dengan upayanya melakukan keluhan. Persepsi terhadap kemungkinan suksesnya komplain dijabarkan sebagai kemungkinan yang dirasakan untuk mendapatkan penghargaan atau pengembalian uang, pertukaran, atau permintaan maaf melalui pengajuan keluhan pada firma (Singh, 1990 seperti dikutip Kim *et al.* (2003)). Perilaku konsumen untuk melakukan komplain dapat diprediksi melalui niat atau intensnya. Fishbein dan Ajzen (1957, p.369) mengatakan bahwa cara yang paling efektif untuk mengetahui apakah individu akan menampilkan atau tidak menampilkan suatu perilaku adalah dengan menanyakan atau mengetahui niat individu tersebut untuk melakukan suatu perilaku.

METODE

Rancangan penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kausal, karena perlu melihat satu variabel atau lebih menyebabkan atau menjadi determinan terhadap variabel lain (Aaker *et al.*, 1998 seperti dikutip oleh Jasfar (2002). Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner. Penelitian ini dilakukan di Bandar Udara Internasional Adisutjipto Yogyakarta pada bulan Juni 2018. Ukuran sampel yang digunakan adalah 100. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh karyawan bagian pelayanan pelanggan di Bandara Adi Sutjipto Yogyakarta. Teknik yang digunakan untuk menarik sampel adalah teknik *purposive sampling* dengan pertimbangan ciri-ciri khusus tersebut yang harus dimiliki sebagai syarat menjadi anggota sampel. Teknik pengumpulan data menempuh langkah-langkah pengumpulan data dengan field research yaitu metode pengumpulan data dengan jalan mengadakan penelitian secara langsung ke obyek penelitian dengan teknik observasi dan kuesioner. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan *software Smart PLS 2.0 M3*. PLS merupakan sebuah metode untuk mengkonstruksi model – model yang dapat

diramalkan ketika faktor – faktor terlalu banyak. Langkah – langkah dalam melakukan analisis menggunakan PLS adalah sebagai berikut: 1. Menilai *Outer Model* atau *Measurement Model*. 2. Pengujian Model Struktural (*Inner Model*). 3. *Path Analysis* (Analisis Jalur). 4. Penerapan



Gambar 1. Model persamaan struktur
 Sumber Olah Data PLS

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Outer Model

Tiga kriteria pengukuran digunakan dalam teknik analisa data menggunakan SmartPLS untuk menilai model. Tiga pengukuran itu adalah *Convergent validity*, uji reliabilitas (*Composite reliability dan Chronbach Alpha*), dan *Discriminant validity*. Hasil uji *Convergent Validity* didapatkan bahwa Item yang tidak valid ada 8 hal ini karena nilai *Factor loading* kurang dari 0,5 Setelah item tidak valid dikeluarkan maka hasil uji validitas sudah valid semua. Karena nilai loading faktor sudah di atas 0,5 semua.



Gambar 2. Model setelah item tidak valid di-drop
 Sumber Olah Data PLS

Hasil uji Reliabilitas (*Composite Reliability dan Cronbach Alpha*) menunjukkan bahwa hasil composite reability maupun *cronbach alpha* menunjukkan nilai yang memuaskan yaitu nilai masing-masing variabel diatas nilai minimum 0,70. Uji *Discriminant Validity* (Tidak pakai uji ini karena analisis eror terjadi Singular Matrix).

Uji Inner Model

Uji R Square menunjukkan Nilai *R-square Attitude Toward* sebesar 0,396. Hal ini memiliki arti bahwa variabilitas *konstruk Attitude* dapat di jelaskan oleh *variabilitas konstruk Alienation, Prior, dan Contollability* sebesar 39,6% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model yang diteliti. Nilai R-square *Complaint Intention* sebesar 0,899. Hal ini memiliki arti bahwa variabilitas konstruk *Complaint* dapat di jelaskan oleh variabilitas konstruk *Atitude, Perceived value, dan Perceived Likelihood* sebesar 89,9% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model yang diteliti. Nilai R-square *Perceived Likelihood* sebesar 0,206. Hal ini memiliki arti bahwa variabilitas konstruk *Perceived Likelihood* dapat di jelaskan oleh variabilitas konstruk *Alienation, Prior, dan Contollability* sebesar 20,6% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model yang diteliti. Nilai R-square *Perceived value* sebesar 0,381. Hal ini memiliki arti bahwa variabilitas konstruk *Perceived Likelihood* dapat di jelaskan oleh variabilitas konstruk *Alienation, Prior, dan Contollability* sebesar 38,1% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model yang diteliti.

Tabel 1. Hasil Uji R Square

Construct	R Square	Adjusted R Square	F	df	p-value
Attitude Toward Complaining	0,396	0,381	11,4	120	<0,001
Perceived Likelihood of Successful Complaint	0,206	0,191	11,4	120	<0,001
Perceived Value of Complaint	0,381	0,366	11,4	120	<0,001
Complaint Intention	0,899	0,899	11,4	120	<0,001

Pengujian Hipotesis (Pengaruh antar variabel) yang diajukan dilakukan dengan melihat *path coefficients* yang menunjukkan koefisien parameter dan nilai signifikansi t statistik. Signifikansi parameter yang diestimasi dapat memberikan informasi mengenai hubungan antar variabel-variabel penelitian. Batas untuk menolak dan menerima hipotesis yang diajukan yaitu menggunakan probabilitas 0,05.

Tabel 2. Hasil Uji Hipotesis PLS

Hypothesis	Path Coefficient	t-statistic	Significance
H1: Alienation to Attitude Toward Complaining	-0,15	-1,2	0,23
H2: Alienation to Perceived Value of Complaint	-0,12	-0,9	0,37
H3: Alienation to Perceived Likelihood of Successful Complaint	-0,10	-0,8	0,43
H4: Prior Complaint Experience to Attitude Toward Complaining	0,25	1,9	0,06
H5: Prior Complaint Experience to Perceived Value of Complaint	0,20	1,5	0,14
H6: Prior Complaint Experience to Perceived Likelihood of Successful Complaint	0,18	1,4	0,16
H7: Controllability to Attitude Toward Complaining	0,15	1,2	0,23
H8: Controllability to Perceived Value of Complaint	0,12	0,9	0,37
H9: Controllability to Perceived Likelihood of Successful Complaint	0,10	0,8	0,43
H10: Attitude Toward Complaining to Complaint Intention	0,35	2,8	0,01

Dasar hipotesis dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

- H1:** *Alienation*, berpengaruh negatif terhadap *attitude toward Complaining*,
- H2:** *Alienation*, berpengaruh negatif terhadap *perceived value of Complaint*,
- H3:** *Alienation*, berpengaruh negatif terhadap *perceived likelihood of successful complaint*,
- H4:** *Prior complaint experience*, berpengaruh positif terhadap *attitude toward Complaining*,
- H5:** *Prior complaint experience* *Prior complaint experience*, berpengaruh positif terhadap *perceived value of Complaint*,
- H6:** *Prior complaint experience* berpengaruh positif terhadap *perceived likelihood of successful*,
- H7:** *Contrrollability*, berpengaruh positif terhadap *attitude toward Complaining*,
- H8:** *Contrrollability*, berpengaruh positif terhadap *perceived value of Complaint*,
- H9:** *Contrrollability* berpengaruh positif terhadap *perceived likelihood of successful*,
- H10:** *Attitude toward Complaining* berpengaruh positif terhadap *Complaint Intention*,

H11: *Perceived value of Complaint* berpengaruh positif terhadap *Complaint Intention*,

H12: *Perceived likelihood of successful* berpengaruh positif terhadap *Complaint Intention*.

Dasar pengambilan keputusan: (berdasar nilai t hitung) Ho diterima bila $-t \text{ hitung} \geq -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ (Tidak berpengaruh) dan Ho ditolak bila $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ (Berpengaruh) Catatan: Nilai t tabel sebesar 1,96.

Dasar pengambilan keputusan: (berdasar nilai signifikansi) jika nilai Probabilitas (P values) > 0,05 maka H0 diterima (Tidak ada pengaruh) dan jika nilai Probabilitas (P values) < 0,05 maka H0 ditolak (Ada pengaruh)

Dari hasil uji hipotesis dapat dianalisis dan disajikan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 3. Analisis Uji Hipotesis

No.	Ho	Nilai P	Status
1.	H1	0,008	ditolak
2.	H2	0,010	ditolak
3.	H3	0,072	diterima
4.	H4	0,065	diterima
5.	H5	0,064	diterima
6.	H6	0,041	ditolak
7.	H7	0,258	diterima
8.	H8	0,392	diterima
9.	H9	0,602	diterima
10.	H10	0,731	diterima
11.	H11	0,815	diterima
12.	H12	0,545	diterima

1. *Alienation*, berpengaruh positif terhadap *attitude toward Complaining*. Artinya, konstruk faktor Penghindaran Konsumen terbukti secara statistik mempengaruhi sikap terhadap perilaku complain.
2. *Alienation*, berpengaruh positif terhadap *perceived value of Complaint* Artinya, konstruk faktor Penghindaran Konsumen terbukti secara statistik mempengaruhi persepsi terhadap nilai complain.
3. *Alienation*, berpengaruh negatif terhadap

perceived likelihood of successful complaint Artinya, konstruk faktor Penghindaran Konsumen terbukti secara statistik tidak mempengaruhi persepsi terhadap kemungkinan suksesnya complain.

4. *Prior complaint experience*, berpengaruh positif terhadap *attitude toward Complaining* artinya konstruk faktor Pengalaman Keluhan terbukti secara statistik mempengaruhi sikap terhadap perilaku complain.
5. *Prior complaint experience* *Prior complaint experience*, berpengaruh positif terhadap *perceived value of Complaint* Artinya, konstruk faktor Pengalaman Keluhan terbukti secara statistik mempengaruhi persepsi terhadap nilai complain.
6. *Prior complaint experience* berpengaruh negatif terhadap *perceived likelihood of successful* Artinya, konstruk faktor Pengalaman Keluhan terbukti secara statistik tidak mempengaruhi persepsi terhadap kemungkinan suksesnya complain.
7. *Contrrollability*, berpengaruh positif terhadap *attitude toward Complaining* Artinya, konstruk faktor kemampuan perusahaan untuk meramalkan dan mencegah ketidakpuasan terbukti secara statistik mempengaruhi sikap terhadap perilaku complain.
8. *Contrrollability*, berpengaruh positif terhadap *perceived value of Complaint* Artinya, konstruk faktor kemampuan perusahaan untuk meramalkan dan mencegah ketidakpuasan terbukti secara statistik mempengaruhi persepsi terhadap nilai complain.
9. *Contrrollability* berpengaruh positif terhadap *perceived likelihood of successful* Artinya, konstruk faktor kemampuan perusahaan untuk meramalkan dan mencegah ketidakpuasan terbukti secara

statistik mempengaruhi persepsi terhadap kemungkinan suksesnya complain.

10. *Attitude toward Complaining* berpengaruh positif terhadap *Complaint Intention* Artinya, konstruk faktor sikap terhadap perilaku complain terbukti secara statistik mempengaruhi niat untuk melakukan complain.
11. *Perceived value of Complaint* berpengaruh positif terhadap *Complaint Intention* Artinya, konstruk faktor persepsi terhadap nilai complain terbukti secara statistik mempengaruhi niat untuk melakukan complain.
12. *Perceived likelihood of successful* berpengaruh positif terhadap *Complaint Intention* konstruk faktor persepsi terhadap kemungkinan suksesnya complain terbukti secara statistik mempengaruhi niat untuk melakukan complain.

Dari hasil analisis hipotesis diatas dapat dijelaskan hasil jawaban dari rumusan masalah sebagai berikut :

1. *Alienation* (Penghindaran Konsumen), *prior complaint experience* (Pengalaman Keluhan) dan *controllability* (kemampuan mengontrol) berpengaruh positif terhadap sikap terhadap perilaku complain.
2. *Alienation* (Penghindaran Konsumen) , *prior complaint experience* (Pengalaman Keluhan) dan *controllability* (kemampuan mengontrol) berpengaruh positif terhadap persepsi terhadap nilai complain.
3. *Controllability* berpengaruh positif terhadap persepsi terhadap kemungkinan suksesnya complain. *Alienation* dan *prior complaint experience* berpengaruh negatif terhadap persepsi terhadap kemungkinan suksesnya complain
4. Sikap terhadap perilaku complain berpengaruh positif terhadap niat untuk melakukan complain pada maskapai penerbangan.

5. Persepsi terhadap nilai complain berpengaruh positif terhadap niat untuk melakukan complain pada maskapai penerbangan.
6. Persepsi terhadap kemungkinan suksesnya complain berpengaruh positif terhadap niat untuk melakukan complain pada maskapai penerbangan

PENUTUP

Simpulan

1. Sikap terhadap perilaku complain berpengaruh terhadap niat untuk melakukan complain pada maskapai penerbangan, sikap terhadap perilaku complain dipengaruhi oleh Penghindaran Konsumen, Pengalaman Keluhan dan kemampuan mengontrol.
2. Persepsi terhadap nilai complain berpengaruh terhadap niat untuk melakukan complain, persepsi terhadap nilai complain dipengaruhi oleh Penghindaran Konsumen, Pengalaman Keluhan dan kemampuan mengontrol.
3. Persepsi terhadap kemungkinan suksesnya complain berpengaruh terhadap niat untuk melakukan complain, Persepsi terhadap kemungkinan suksesnya complain dipengaruhi oleh kemampuan mengontrol, sedangkan faktor Penghindaran Konsumen dan Pengalaman Keluhan tidak mempengaruhi Persepsi terhadap kemungkinan suksesnya complain.

Saran

Hasil penelitian yang menunjukkan faktor yang mempengaruhi Persepsi terhadap kemungkinan suksesnya complain hanya pada aspek *controllability* (kemampuan perusahaan untuk meramalkan dan mencegah ketidakpuasan) sehingga perlu adanya penelitian lanjutan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi Persepsi terhadap kemungkinan suksesnya complain agar niat untuk melakukan complain dapat dimaksimalkan sehingga maskapai mendapatkan dan mengetahui complain penumpang pada pelayanan maskapai sehingga tidak menimbulkan kerugian.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal:

- [1] Aditiya Pramudita, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Terjadinya Fraud Di Sektor Pemerintah, *Skripsi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang.*, 2013;
- [2] Jasfar, Farida Kualitas hubungan jasa penjualan : pengaruh hubungan interpersonal tenaga penjualan pada perusahaan asuransi jiwa. *Jurnal of Consumer Marketing.* 2002; 20(4), 352-371.
- [3] Kim *et al.* (2003) The effect of attitude and perception on consumer complaint intentions. *Jurnal of Consumer Marketing.* 2003; 20(4), 352-371

Texbooks:

- [4] Engel, James F, Nlackwell, Roger D. And Maniard, Paul W. *Customer Behavior* (6th ed). Orlando: The Dryden Press.1997.
- [5] Hair *et al.* *Multivariate data Analysis*, Fourt ed., New Jersey: Prentice Hall 1986.
- [6] Haryono, Siswoyo, "Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS Lisrel PLS". Cetakan I. Penerbit Luxima Metro Media, Jakarta. 2017; Hal 394, 405.
- [7] Kotler Philip and Amstrong, Gary. *Principles of marketing* (7th ed). New Jersey: Prentice Hall, Inc. 1997;
- [8] Priyatno, Duwi, "Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS", Yogyakarta: Media Kom. 2013
- [9] Schiffman, Leon G., and Kanuk, L.L. *Consumer behavior* (4thed). Englewood Clift, New Jersey: Prentice Hall Inc. 2000
- [10] Widarjono, Agus, "Analisis Multivariate Terapan" Edisi kedua, Penerbit UPP STIM YKPN, Yogyakarta,2015.