

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis sekarang ini telah mengalami persaingan ketat yang mengakibatkan berbagai macam perilaku konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk. Manusia dituntut dengan cepat dan tepat untuk bertindak agar tidak kalah bersaing, mengingat perkembangan teknologi yang semakin maju. Setiap perusahaan harus memenangkan persaingan dengan menampilkan produk yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah (Adiputra, 2015).

Meningkatnya kebutuhan manusia akan elektronik memberi angin segar terhadap perusahaan elektronik. Alat elektronik seperti komputer dan laptop menjadi salah satu aspek penting bagi manusia di era globalisasi ini karena mempermudah seseorang dalam menjalani aktivitas dalam bekerja ataupun bagi para mahasiswa dan pelajar yang sangat membutuhkan komputer untuk mengerjakan tugas kuliah.

Kualitas dari perusahaan elektronik yang ada sangat mempengaruhi tingkat penjualan dan tingkat mengeluh dari konsumen produk elektronik tersebut. Tidak hanya kualitas yang dapat mempengaruhi suatu produk menjadi yang terbaik, faktor lainnya adalah perilaku konsumen yang tidak mudah ditebak oleh para pelaku usaha elektronik. Perilaku konsumen

(*customer behaviour*) merupakan tindakan – tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan – tindakan ini (Setiadi, 2013). Melihat hal ini dengan memahami perilaku konsumen perusahaan dapat memberikan kepuasan secara lebih baik kepada konsumen. Konsumen lebih berhati– hati dalam memilih tipe elektronik, fasilitas dan fitur menjadi pertimbangan penting.

Perusahaan wajib mempertahankan dan memperhatikan produk yang dibuatnya agar konsumen tidak mengeluh dalam menggunakan produk tersebut. Objek penelitian yang akan dilakukan berada di Arteta Komputer di Kebumen. Arteta Komputer adalah salah satu perusahaan penjualan komputer dan peralatan elektronik lainnya seperti CCTV dan perlengkapan komputer lainnya, selain itu Arteta Komputer juga menyediakan jasa *service* komputer.

Jumlah perusahaan penjualan dan *service* komputer yang banyak mengharuskan konsumen untuk bersikap kritis dan lebih berhati – hati dalam memilih suatu perusahaan penjualan dan *service* komputer. Seringkali layanan jasa yang di janjikan oleh produsen tidak sesuai dengan harapan dan sebaliknya akan merugikan konsumen. Masalah ini yang timbul di Arteta Komputer, ada beberapa konsumen yang *complain* mengenai layanan dan harga yang tidak sesuai harapan konsumen. Masalah inilah yang akan menyebabkan perilaku mengeluh konsumen. Untuk itu Arteta Komputer harus memperhatikan perilaku konsumen.

Menurut Han dkk., (1995) dalam Handoyo dan Setiawan (2015), faktor demografi memainkan peran yang sangat penting dalam perilaku keluhan konsumen. (Kotler dan Amstrong, 2001) dalam (Handoyo dan Setiawan, 2015) mendefinisikan demografi adalah ilmu tentang populasi manusia dalam hal ukuran, kepadatan, lokasi, umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pendapatan, ras, mata pencaharian atau pekerjaan.

Usia yang lebih tua biasanya lebih sering menyuarakan keluhannya dari pada usia yang lebih muda. Karena usia yang lebih tua akan merasa lebih dirugikan atas kegagalan layanan jasa yang diterima, hal terjadi sebaliknya usia muda lebih cenderung berpindah ke tempat lain bila mengalami kegagalan layanan. Tingkat pendapatan juga mempengaruhi perilaku mengeluh konsumen. Konsumen yang mempunyai tingkat pendapatan yang lebih tinggi akan cenderung menyampaikan keluhannya secara langsung apabila mereka merasa tidak puas, dan sebaliknya konsumen yang mempunyai tingkat pendapatan yang rendah lebih cenderung menyuarakan keluhannya kepada teman atau saudara terdekat. Tingkat pendidikan dan jenis kelamin juga mempengaruhi perilaku keluhan konsumen yang mengalami kegagalan layanan. Semakin tinggi tingkat pendidikan yang diraih akan lebih berani untuk menyampaikan keluhan secara langsung (Handoyo dan Setiawan, 2015). Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Handoyo dan Setiawan (2015) menyimpulkan bahwa Karakteristik Demografi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku mengeluh. Hasil yang sama juga ditemukan oleh Perdana dan Sukaatmdja (2015) yang menyatakan

bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Karakteristik Demografi terhadap perilaku mengeluh konsumen.

Perilaku mengeluh mempunyai jenis dan tingkat kegagalan layanan. Konsumen yang mempunyai kegagalan layanan lebih cenderung melakukan perilaku mengeluh. Pelanggan – pelanggan yang mengeluh memberi perusahaan suatu peluang untuk memperbaiki masalah yang mungkin tidak diketahui oleh perusahaan. Hal ini dapat dapat memulihkan hubungan dengan konsumen yang menyampaikan keluhan dan memperbaiki kepuasan dimasa mendatang bagi konsumen. Keluhan mungkin saja dalam jangka panjang dapat menaikkan tingkat kepuasan, oleh karena fasilitas yang didapat oleh konsumen memudahkannya dalam menyatakan ketidakpuasan. Keluhan konsumen dianggap sebagai peluang penting bagi perusahaan untuk mengetahui reaksi konsumen atas suatu pelayanan perusahaan.

Kualitas jasa memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kondisi ini terjadi karena semakin konsumen mendapatkan apa yang diharapkannya pada saat pembelian atau penggunaan jasa, semakin tinggi pula kemungkinan konsumen akan membeli kembali dalam tingkat yang sama, sehingga semakin besar tingkat kepuasan pelanggan, maka semakin besar loyalitas dengan suatu barang atau jasa (Handoyo dan Setiawan, 2015).

Ketidakpuasan dalam bisnis jasa merupakan hal yang wajar terjadi, tetapi akan menjadi permasalahan yang serius jika tidak ditangani dengan cepat (Handoyo dan Setiawan, 2015). Kepuasan atau ketidakpuasan

konsumen pada suatu produk akan mempengaruhi tingkah laku berikutnya. Jika konsumen merasa puas, maka ia akan memperlihatkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli produk itu lagi. Konsumen yang tidak puas tersebut akan berusaha mengurangi ketidakpuasannya, konsistensi, dan keselarasan diantara pendapat, pengetahuan dan nilai – nilai dalam dirinya. Konsumen yang tidak puas akan mengambil satu atau dua tindakan. Mereka mungkin akan mengurangi ketidakcocokannya dengan meninggalkan atau mengembalikan produk tersebut, atau mereka mungkin berusaha mengurangi ketidakcocokannya dengan mencari informasi yang mungkin mengkonfirmasi produk tersebut sebagai bernilai tinggi (atau menghindari informasi yang menginformasikan produk tersebut bernilai rendah) (Setiadi, 2013). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Handoyo dan Setiawan (2015) menunjukkan Ketidakpuasan secara signifikan berpengaruh positif terhadap perilaku mengeluh konsumen pada layanan jasa bengkel *service* motor Yamaha, penelitian lain yang dilakukan oleh Putra dan Wardana (2013) variabel ketidakpuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku mengeluh. Hasil yang sama juga dilakukan oleh Nityawan dan Ardani (2015), Adiputra (2015) yang menyatakan bahwa ketidakpuasan berpengaruh terhadap perilaku mengeluh konsumen.

Sikap mengeluh sebagian besar mempunyai perilaku mengeluh. Sikap didefinisikan sebagai sebuah kecenderungan psikologis yang diungkapkan dengan mengevaluasi entitas tertentu dengan beberapa tingkat bantuan atau ketidakpuasan (Putra dan wardana, 2013). Sikap juga

merupakan keseluruhan tindakan dan sifatnya bisa positif atau negatif (Mini, 2010) dalam (Putra dan Wardana, 2013). Sikap mengeluh dapat juga dipahami sebagai kecenderungan pribadi konsumen puas untuk mencari ganti rugi dari perusahaan (Matos dkk, 2009) dalam (Putra dan Wardana, 2013). Hasil penelitian Putra dan Wardana (2013) menunjukkan Variabel sikap mengeluh berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku mengeluh konsumen, penelitian yang dilakukan oleh Nityawan dan Ardani (2015) juga menunjukkan ada hubungan positif dan signifikan antara sikap mengeluh terhadap perilaku mengeluh konsumen. Hasil yang sama juga ditemukan oleh Adiputra (2015) terdapat pengaruh antara sikap mengeluh terhadap perilaku mengeluh konsumen.

Keluhan adalah konsekuensi alami dari setiap pelayanan karena kesalahan fitur yang tidak dapat dihindari dari semua usaha dan demikian juga dengan pelayanan (Mousavi and Esfidani, 2013) dalam (Putra dan Wardana, 2013). Keluhan pelanggan merupakan kesempatan bagi perusahaan untuk mengekstra informasi yang berharga dan mendapatkan pengetahuan mendalam (Lutek dkk., 2010) dalam (Adiputra, 2015). Perilaku keluhan konsumen adalah istilah yang mencakup semua tindakan konsumen yang berbeda bila mereka merasa tidak puas dengan suatu pembelian (Jagdip Singh, 2010 ; Putra, 2015). Pengalaman pelanggan menyebabkan emosi negatif dapat mengakibatkan kerusakan besar untuk perusahaan – perusahaan dalam hal reputasi mereka dan hubungan dengan pelanggan mereka (Svari dkk., 2011) dalam (Adiputra, 2015).

Penelitian ini merupakan pengembangan dari Handoyo dan Setiawan (2015), dalam penelitian tersebut variabel karakteristik demografi (X1) (seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan pendapatan), ketidakpuasan (X2) dan Perilaku mengeluh (Y) saya gunakan sebagai variabel dalam penelitian yang akan saya lakukan. Kemudian dalam penelitian yang dilakukan oleh Nityawan dan Ardani (2015), variabel Sikap Mengeluh (X3) saya gunakan untuk menambah variabel dalam penelitian yang akan saya lakukan.

Penelitian hanya saya lakukan pada konsumen Arteta Komputer yang sudah melakukan pembelian atau pernah menggunakan jasa service Arteta Komputer Kebumen. Alasan saya melakukan penelitian pada konsumen Arteta Komputer Kebumen adalah karena saya ingin mengetahui apakah konsumen Arteta Komputer di Kebumen merasa mereka mengeluhkan atau mereka merasa puas atas layanan Arteta Komputer. Dengan demikian judul yang saya rencanakan adalah **Analisis Pengaruh Karakteristik Demografi, Ketidakpuasan dan Sikap Mengeluh Terhadap Perilaku Mengeluh Konsumen (Studi Kasus Pada Arteta Komputer).**

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Karakteristik Demografi berpengaruh positif terhadap perilaku mengeluh konsumen Pada Arteta Komputer Kebumen?
2. Apakah Ketidakpuasan berpengaruh positif terhadap perilaku mengeluh konsumen Pada Arteta Komputer Kebumen?
3. Apakah sikap mengeluh berpengaruh positif terhadap perilaku mengeluh konsumen Pada Arteta Komputer Kebumen?
4. Apakah Karakteristik Demografi, Ketidakpuasan dan Sikap Mengeluh Berpengaruh Terhadap Perilaku Mengeluh Konsumen Pada Arteta Komputer Kebumen?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :
 - a. Untuk menganalisis pengaruh positif dan signifikan dari variabel karakteristik demografi terhadap perilaku mengeluh konsumen.
 - b. Untuk menganalisis pengaruh positif dan signifikan dari variabel ketidakpuasan terhadap perilaku mengeluh konsumen.
 - c. Untuk menganalisis pengaruh positif dan signifikan dari variabel sikap mengeluh terhadap perilaku mengeluh konsumen
 - d. Untuk menganalisis pengaruh signifikan dari variabel karakteristik demografi, ketidakpuasan dan sikap mengeluh terhadap perilaku

mengeluh konsumen

2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan serta dapat memberikan suatu informasi yang dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan didalam menentukan kebijakan perusahaan untuk kegiatan selanjutnya.

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi khasanah perpustakaan bagi Universitas Muhammadiyah Purwokerto, serta memberikan referensi bagi seluruh mahasiswa dari kalangan akademisi.

c. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi yang bermanfaat kepada konsumen, serta dapat dijadikan pertimbangan sebelum melakukan pembelian smartphone merk Lenovo.

d. Bagi Peneliti

Sebagai syarat menyelesaikan pendidikan sarjana S1 Manajemen Pemasaran dan Bisnis