

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Karakteristik Demografi

Kata Demografi berasal dari bahasa Yunani yang berarti “*Demo*” adalah rakyat atau penduduk dan “*Grafein*” menulis. Jadi Demografi adalah tulisan-tulisan atau karangan-karangan mengenai rakyat atau penduduk. Menurut Kotler dan Amstrong (2001) dalam Sangadji dan Sopiah (2013) Demografi adalah ilmu tentang populasi manusia dalam hal ukuran, kepadatan, lokasi, umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pendapatan, ras, mata pencaharian atau pekerjaan, dan statistik lainnya.

Penduduk dunia yang besar dan sangat beraneka ragam memberikan baik kesempatan maupun tantangan. Oleh karena itu, pemasar tetap mengawasi dari dekat tren demografis dan perkembangan dalam pasar mereka, baik di dalam maupun di luar negeri. Mereka mengawasi struktur usia dan keluarga, perpindahan penduduk secara geografis, karakter pendidikan, dan perbedaan penduduk (Sangadji dan Sopiah, 2013).

Dalam karakteristik demografis menganalisis dan mengidentifikasi dalam (Handoyo dan Setiyawan. 2015) :

1. usia merupakan lama waktu kehidupan seseorang yang diukur dengan tahun dan terhitung mulai saat dilahirkan sampai saat berulang tahun

2. Tingkat pendidikan merupakan suatu kondisi jenjang pendidikan yang dimiliki oleh seseorang melalui pendidikan formal yang dipakai oleh pemerintah serta disahkan oleh departemen pendidikan.
3. Pendapatan merupakan balas jasa ataupun penghargaan yang diberikan secara teratur kepada seorang pegawai atas jasa dan hasil kerjanya.
4. Jenis kelamin merupakan perbedaan yang nampak antara laki – laki dan perempuan apabila dilihat dari nilai dan tingkah laku.

B. Ketidakpuasan

Kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang terhadap Ketidakpuasan konsumen selalu terlahir karena terdapat kesenjangan dari apa yang diharapkan dengan apa yang dirasakan (Sangadji dan Sopiha, 2013). Ketidakpuasan yang berasal dari keluhan mungkin berasal dari pengalaman pembelian yang mengalami permasalahan baik secara fungsional atau non fungsional terkait dengan penggunaan atau konsumsi produk, seperti evaluasi harga (Vela'zquez dkk., 2010) dalam (Nityawan dan Ardani, 2015). Ketidakpuasan menyebabkan timbulnya pikiran negatif dan dapat mengakibatkan kerusakan besar kepada perusahaan – perusahaan dalam hal reputasi mereka dan hubungan dengan pelanggan mereka. Ketidakpuasan berakibat terhadap niat mengeluh pelanggan atau konsumen (Nityawan dan Ardani, 2015).

Kepuasan adalah sejauh mana suatu tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya. Hal itu berarti penilaian bahwa suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa ataupun barang atau jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan dibawah harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan pelanggan (Kotler, 2008). Sebelum mengkonsumsi jasa tertentu, sebenarnya pelanggan telah memiliki harapan tertentu terhadap jasa yang akan dikonsumsi. Harapan merupakan standar yang digunakan pelanggan untuk menilai kualitas jasa yang akan dialami (Kotler, 2008). Seseorang pelanggan dapat mengalami tingkat kepuasan umum salah satunya yaitu kinerja dibawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas atau gembira.

Kepuasan konsumen diukur dengan seberapa besar harapan konsumen tentang produk dan pelayanan yang aktual. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesan dengan kinerja suatu produk dan harapan – harapannya (Sangadji dan Sopiah, 2013)

Dari perspektif manajerial, mempertahankan dan/ atau meningkatkan kepuasan pelanggan adalah hal yang sangat kritis. Oleh karena itu, para manajer harus memandang program – program yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sebagai investasi. Tingkat kepuasan / ketidakpuasan ini juga akan dipengaruhi oleh evaluasi konsumen atas ekuitas pertukaran, serta

oleh atribusi mereka terhadap kinerja produk. Isu utama dalam penilaian kinerja produk adalah dimensi apa yang digunakan konsumen untuk melakukan evaluasinya (Sangadji dan Sopiah, 2013). Tujuh dimensi dasar dari kualitas adalah (Sangadji dan Sopiah, 2013) :

- a. Kinerja : tingkat *absolut* kinerja barang atau jasa pada atribut kunci yang diidentifikasi para pelanggan, sejauh mana produk atau jasa digunakan dengan benar.
- b. Interaksi Pegawai : keramahan, sikap hormat, dan empati yang ditunjukkan oleh masyarakat pemberi jasa atau barang.
- c. Reliabilitas : konsistensi kinerja barang, jasa dan toko
- d. Daya tahan : rentang kehidupan produk dan kekuatan umum
- e. Ketepatan waktu dan kenyamanan : seberapa cepat produk diserahkan atau diperbaiki.
- f. Estetika : penampilan fisik barang atau toko, daya tarik penyajian jasa
- g. Kesadaran akan merek : Dampak positif atau negatif tambahan atas kualitas yang tampak.

B. Sikap Mengeluh

Sikap adalah inti dari perasaan suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu objek tertentu. Sikap merupakan tanggapan perasaan seseorang terhadap objek tertentu. Sikap konsumen adalah tanggapan perasaan konsumen yang bisa berupa perasaan suka atau tidak suka terhadap objek tertentu, misalnya bagaimana sikap konsumen terhadap

kinerja produk, bagaimana sikap konsumen terhadap merek perusahaan, bagaimana sikap konsumen terhadap harga produk, bagaimana sikap konsumen terhadap iklan produk perusahaan yang ditayangkan di TV, dan sebagainya (Sangadji dan Sopiah, 2013).

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013) Sikap adalah suatu mental dan syaraf yang berkaitan dengan kesiapan untuk menanggapi, diorganisasi melalui pengalaman, dan mempunyai pengaruh yang mengarahkan dan/ atau dinamis terhadap perilaku. Sikap disebut juga konsep yang paling khusus dan sangat dibutuhkan dalam psikologi sosial kontemporer. Sikap juga merupakan salah satu konsep yang paling penting yang digunakan pemasar untuk memahami konsumen. Sementara menurut (Kotler, 2001) dalam (Sangadji dan Sopiah, 2013), sikap adalah perilaku yang menunjukkan apa yang disukai atau tidak disukai konsumen.

★ Fungsi dari sikap adalah membantu menyimpan memori jangka panjang sehingga orang bisa dengan mudah mengingat kembali suatu hal pada saat yang tepat ketika sedang menghadapi isu atau masalah pada produk, merek, dan jasa dalam membuat pernyataan tentang diri mereka. Definisi tersebut menggambarkan pandangan kognitif dari psikolog sosial, dimana sikap dianggap memiliki tiga unsur, yaitu :

- (1) Kognitif (pengetahuan),
- (2) afektif (emosi, perasaan),
- (3) konatif (tindakan).

Jadi, dari beberapa definisi tersebut dapat dapat disimpulkan bahwa sikap adalah suatu mental dan saraf sehubungan dengan kesiapan konsumen untuk menanggapi apa yang mereka sukai dan yang tidak disukai karena adanya rangsangan. Definisi yang dikemukakan oleh para peneliti tersebut mengandung makna bahwa sikap mempelajari kecenderungan pemberian tanggapan terhadap suatu objek, baik yang disenangi maupun tidak, secara konsisten (Sangadji dan Sopiah, 2013).

C. Perilaku Mengeluh

Perilaku konsumen (*consumer behavior*) merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut (Bodey, 2006) dalam (Nityawan dan Ardani, 2015)

Model perilaku keluhan konsumen mengidentifikasi dua tujuan utama untuk mengeluh. Pertama, konsumen mengeluh untuk menutupi kerugian ekonomi. Mereka mungkin berusaha menukar produk yang bermasalah dengan produk lainnya, atau berusaha memperoleh uang mereka kembali, baik secara langsung dari perusahaan/toko maupun secara tidak langsung melalui tindakan hukum. Alasan kedua mengapa konsumen terlibat dalam perilaku keluhan adalah untuk membangun kembali citra diri mereka. Seringkali pembelian suatu produk terikat pada citra diri pembeli sehingga bila produk kurang berhasil, citra diri pembeli menurun. Untuk memperbaiki citra diri, konsumen dapat menggunakan

komunikasi dari mulut ke mulut yang negatif, berhenti karena melihat merek, mengeluh pada perusahaan atau *Better Business Bureau*, atau mengambil tindakan hukum (Sangadji dan Sopiha, 2013).

Menurut Jagdip Singh (2010) dalam (Adiputra, 2015) Menyatakan Perilaku Keluhan konsumen adalah istilah yang mencakup semua tindakan konsumen yang berbeda bila mereka merasa tidak puas dengan suatu pembelian. Menurut Mowen dkk., (2002) dalam (Handoyo dan Setiawan, 2015) mendefinisikan perilaku keluhan konsumen adalah istilah yang mencakup semua tindakan konsumen yang berbeda bila mereka merasa tidak puas dengan suatu pembelian produk atau jasa.

Berdasarkan Lerman (2006) dalam (Nityawan dan Ardani, 2015) mengidentifikasi tiga jenis perilaku mengeluh antara lain :

1. Suara, Sebagian besar suara mengacu pada perilaku mengeluh langsung diarahkan pada pihak yang bersalah atau dikeluhkan.
2. Tindakan pribadi, Tindakan pribadi langsung masuk kedalam lingkungan sosial konsumen sendiri yang merupakan konsumen – konsumen, teman dan keluarga mereka untuk tidak menggunakan penyediaan layanan dalam memutuskan tidak membeli barang atau jasa.
3. Tindakan orang ketiga. Tindakan pihak ketiga dilakukan konsumen dengan mengadu melalui media masa, lembaga konsumen, ataupun instansi pemerintah yang terkait.

D. Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Judul	Peneliti	Hasil
1.	Pengaruh Karakteristik Demografi dan Ketidakpuasan Terhadap Perilaku Mengeluh Konsumen Pada Bengkel Service Sepeda Motor Yamaha Diponegoro Denpasar Bali	Handoyo dan Setiawan, 2015	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat pengaruh antara karakteristik demografi terhadap perilaku mengeluh konsumen. 2. Terdapat pengaruh antara ketidakpuasan terhadap perilaku mengeluh konsumen. 3. Terdapat pengaruh antara karakteristik demografi dan sikap mengeluh terhadap perilaku mengeluh konsumen.
2.	Pengaruh Sikap dan Ketidakpuasan Pada Perilaku Mengeluh Pembeli Sepeda Motor Yamaha	Nitywan dan Ardani, 2015	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat pengaruh antara sikap mengeluh terhadap perilaku mengeluh konsumen. 2. Terdapat pengaruh antara ketidakpuasan terhadap perilaku mengeluh konsumen. 3. Terdapat pengaruh antara sikap mengeluh dan ketidakpuasan terhadap perilaku mengeluh konsumen.
3.	Pengaruh Sikap dan Ketidakpuasan Terhadap Perilaku Keluhan Konsumen Smartphone Merek Blackberry di Kota Denpasar	Adiputra, 2015	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat pengaruh antara ketidakpuasan terhadap perilaku keluhan konsumen. 2. Terdapat pengaruh antara sikap mengeluh terhadap perilaku keluhan konsumen. 3. Terdapat pengaruh antara ketidakpuasan dan sikap mengeluh terhadap perilaku keluhan konsumen.

4.	Pengaruh Keidakpuasan dan Sikap mengeluh terhadap Perilaku Mengeluh Pengguna Mobil Suzuki di Kota Denpasar	Putra dan Wardana, 2013	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel ketidakpuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku mengeluh 2. Variabel sikap mengeluh berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku mengeluh 3. Terdapat pengaruh antara ketidakpuasan dan sikap mengeluh terhadap perilaku mengeluh
5.	Pengaruh Variabel Demografi Terhadap Perilaku Mengeluh Konsumen Pengguna Jasa Industri Central Laundry di Kota Denpasar	Perdana dan Sukaatmadja, 2015	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel demografi terhadap perilaku mengeluh konsumen
6.	Motivation for Customer Complaining and Non-Complaining Behaviour Toward Mobile Telecommunicatio Service	Nimako dan Mensah, 2012	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyimpulkan bahwa karakteristik demografi seperti Usia dan status perkawinan tampaknya memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku mengeluh
7.	Consumer complaint behavior in telecommunications: The case of mobile phone users in Spain	Garín-Muñoz, Teresa; Gijón, Covadonga; Pérez-Amaral, Teodosio; López, Rafael, 2014	<ol style="list-style-type: none"> 1. Faktor Demografi (gender dan Usia) berpengaruh terhadap perilaku mengeluh.

E. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Penelitian

1. Hubungan Karakteristik Demografi dengan Perilaku Mengeluh

Perilaku keluhan konsumen berhubungan erat dengan karakteristik demografi seseorang. Menurut Hanet dkk., (1995) dalam (Handoyo dan Setiawan, 2015) , faktor demografi memainkan peran yang sangat penting dalam perilaku keluhan konsumen. Penelitian yang dilakukan Handoyo dan Setiawan (2015) hasil penelitiannya menunjukkan karakter demografi secara signifikan berpengaruh terhadap perilaku konsumen pada layanan jasa bengkel *service* motor yamaha. Penelitian juga dilakukan oleh Perdana dan Sukaatmadja (2015) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel demografi terhadap perilaku mengeluh konsumen. Penelitian Nimako dan Mensah (2012) menyimpulkan bahwa karakteristik demografi seperti Usia dan status perkawinan tampaknya memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku mengeluh dan hasil penelitian Garín-Muñoz, Teresa, Covadonga, Teodosio (2014) menemukan Faktor Demografi (gender dan Usia) berpengaruh terhadap perilaku mengeluh.

2. Hubungan Ketidakpuasan dengan Perilaku Mengeluh

Ketidakpuasan selalu terlahir karena terdapat kesenjangan dari apa yang diharapkan dengan apa yang dirasakan. Ketidakpuasan yang berasal dari keluhan mungkin bersal dari pengalaman pembelian yang mengalami permasalahan baik secara fungsional maupun non fungsional terkait dengan penggunaan atau konsumsi produk, seperti evaluasi harga Vela'zquez dkk., (2010) dalam (Putra dan Wardana, 2013).

Ketidakpuasan menyebabkan timbulnya pikiran negatif dan dapat mengakibatkan kerusakan besar kepada perusahaan-perusahaan dalam hal reputasi mereka dan hubungan dengan pelanggan mereka. Ketidakpuasan akan berakibat terhadap niat mengeluh pelanggan atau konsumen. Menurut Handoyo dan Setiawan (2015), Nityawan dan Ardani (2015), Putra dan Wardana (2013) dan Adiputra (2015) menemukan bahwa ketidakpuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keluhan konsumen.

3. Hubungan Sikap Mengeluh dengan Perilaku Mengeluh

Keluhan adalah konsekuensi alami dari setiap kegiatan pelayan karena kesalahan fitur yang tidak dapat dihindari dari semua usaha dan demikian juga dengan pelayanan (Mousavi and Esfidani, 2013) dalam (Putra dan Wardana, 2013). Ferguson and Ian (2012) dalam (Putra dan Wardana, 2013) menyatakan bahwa sikap mengeluh memiliki sifat positif dengan perkiraan yang mempunyai respon keluhan dengan penjual (menyuarakan), memberitahu teman-teman dan kerabat keluarga dan mengambil tindakan dengan pihak eksternal.

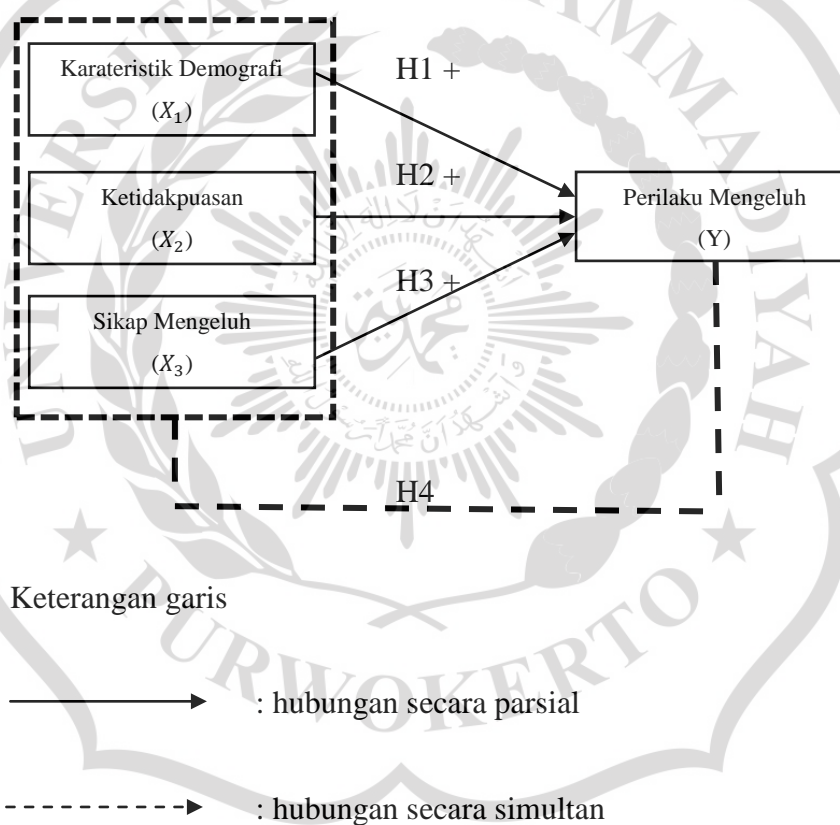
Hubungan antara sikap mengeluh dan perilaku mengeluh adalah berpengaruh positif menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Adiputra (2015). Penelitian lain yang dilakukan oleh Putra dan Wardana (2013) juga menemukan ada hubungan antara sikap mengeluh dan perilaku mengeluh berpengaruh positif dan signifikan. Nityawan dan Ardani (2015)

menemukan pengaruh sikap mengeluh terhadap perilaku mengeluh konsumen.

Kerangka pemikiran penelitian dapat di jelaskan pada gambar di bawah ini.

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H1 : Karateristik Demografi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku mengeluh konsumen.

- H2 : Ketidakpuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku mengeluh konsumen.
- H3 : Sikap Mengeluh berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku mengeluh konsumen.
- H4 : Karakteristik Demografi, Ketidakpuasan dan Sikap Mengeluh berpengaruh signifikan terhadap perilaku mengeluh konsumen.

