Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan
MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

PENGARUH *GENERALIZED PERSONAL ANTECEDENT* PADA *ATTITUDE TOWARD COMPLAINING* KONSUMEN ITC KUNINGAN DAN MT. HARYONO JAKARTA

Thesis
untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana S-2

Program Studi Magister Manajemen
Jurusan Ilmu-ilmu Sosial

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS GADJAH MADA

diajukan oleh
Ananta Wahana Sandi
07/266293/PEK/12202

Kepada
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS GADJAH MADA
2009

Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

PENGARUH *GENERALIZED PERSONAL ANTECEDENT* PADA *ATTITUDE TOWARD COMPLAINING* KONSUMEN ITC KUNINGAN DAN MT. HARYONO JAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh
Ananta Wahana Sandi
07/266293/PEK/12202
telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 14 Oktober 2009
dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat

Yogyakarta, 14 Oktober 2009

Dosen Penguji I

Yulia Arisnani, Dra., MBA.

Dosen Penguji II

Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA.

Dosen Pembimbing

Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 14 Oktober 2009

Ananta Wahana Sandi

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmatNya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan thesis untuk meraih sebagian syarat kurikulum pada Program Studi Magister Manajemen UGM Yogyakarta guna meraih derajat Magister Manajemen.

Dalam penyusunan tesis penulis banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan baik secra materi maupun moril dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Jajaran Direktur dan Dewan Pembina MM UGM.
2. Prof. Dr. Basu Swastha Dharmmestha, M.B.A selaku pembimbing tesis dan dosen penguji di program MM UGM.
3. Dra. Yulia Arisnani M.B.A selaku dosen penguji.
4. Seluruh dosen, staff pengajar dan karyawan di MM UGM.
5. Kedua orang tua penulis, yaitu Hari Sasongko dan Rose Nalir atas doa dan kasih sayang serta dorongan yang telah diberikan kepada penulis.
6. Keempat kakak penulis atas doa, dorongan semangat dan kebersamaannya.
7. Teman-teman penulis Anto, Bejo, Elsi, dan seluruh teman-teman SEPTIC atas doa dan dukungannya.
8. Rekan-rekan MM UGM Jakarta angkatan E.19A atas kebersamannya selama penulis menyelesaikan kuliah di MM UGM.
9. Seluruh pihak-pihak yang telah membantu tesis ini.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Penulis menyadari bahwa teis ini jauh dari sempurna oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun agar tesis ini dapat lebih baik lagi.

Akhir kata penulis penulis berharap tesis dapat berguna bagi kita semua dan dapat menambah pengetahuan khususnya di Magister Manajemen.

Yogyakarta, 14 Oktober 2009

Penulis

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL i

LEMBAR PENGESAHAN ii

LEMBAR PERNYATAAN iii

KATA PENGANTAR iv

DAFTAR ISI vi

DAFTAR TABEL x

DAFTAR GAMBAR xii

DAFTAR LAMPIRAN xiii

INTISARI xiv

ABSTRACT xv

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Pernyataan Masalah 4

1.3 Lingkup Penelitian 4

1.4 Tujuan Penelitian 5

1.5 Manfaat Penelitian 5

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

BAB II TINJAUAN LITERATUR DAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori 6

2.1.1 Karakteristik Generalized Personal Antecedents 7

2.1.2 Attitude toward Complaining 11

2.1.3 Sikap 12

2.1.4 Pengertian Sikap 12

2.1.5. Arti Penting Sikap Konsumen Bagi Perusahaan 14

2.1.6. Karakteristik Sikap 15

2.1.7. Komponen Sikap 16

2.1.8. Fungsi Sikap 17

2.1.9. Hal yang Mempengaruhi Sikap 20

2.1.10. Pengembangan Sikap 21

2.1.11. Complaint 22

2.1.12. Pengertian Complaint 22

2.1.13. Tipe Complaint 23

2.1.14. Kategori Complaint 24

2.1.15. Perilaku Complaint Konsumen 27

2.1.16. Penyebab Terjadinya Complaint 29

2.1.17. Pentingnya Complaint bagi perusahaan 29

2.1.18. Pengertian Attitude toward Complaining 30

2.1.19. Faktor Penentu Attitude toward Complaining 31

UNIVERSITAS GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.2. Penelitian Terdahulu 32

2.3. Model Penelitian 37

2.4. Hipotesis 37

BAB III METODE RISET

3.1 Desain Riset 39

3.1.1. Metode Pengumpulan Data 39

3.1.2. Penentuan Sampel 40

3.2. Instrumen Penelitian 41

3.3. Uji Validitas Sampel Kecil 45

3.4. Uji Reliabilitas Sampel Kecil 48

3.5. Prosedur Analisis 49

3.5.1. Uji F 50

3.5.2. Uji t (Signifikasi Paramer Individual) 51

3.6. Proses Penyebaran Kuesioner Sampel Besar (N=300) 51

3.7. Uji Persyaratan Multiple Regresion 52

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Responden 58

4.2. Uji Validitas Sampel Besar 62

4.3. Uji Reliabilitas Sampel Besar 62

4.4. Statistik Deskriptif 65

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

4.5. Hasil Penelitian 68

4.6. Temuan Hasil Penelitian 73

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN UNTUK PENELTIAN SELANJUTNYA

5.1. Kesimpulan 78

5.2. Implikasi Manajerial 80

5.3. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya 81

DAFTAR PUSTAKA 83

LAMPIRAN

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1

Perbedaan Penelitian Terdahulu 33

Tabel 3.1

Hasil Pengujian Validitas Sampel Kecil Metode Analisis Faktor 47

Tabel 3.2

Hasil Pengujian Reliabilitas Sampel Kecil Cronbach's Alpha Coeficient 49

Tabel 3.3

Hasil uji Multikolinearitas 55

Tabel 3.4

Uji Heteroskedastisitas Rank Spearman 56

Tabel 4.1

Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 58

Tabel 4.2

Profil Responden Berdasarkan Usia 59

Tabel 4.3

Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 60

Tabel 4.4

Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan 61

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Tabel 4.5

Hasil Pengujian Validitas Sampel Besar Metode Analisis Faktor 63

Tabel 4.6

Hasil Pengujian Reliabilitas Sampel Besar Cronbach's Alpha Coeficient 64

Tabel 4.7

Statistik Deskriptif 66

Tabel 4.8

Pengujian Uji F Pengaruh Generalized Personal Antecedents Pada AttitudeTowardComplaining 69

Tabel 4.9

Hasil Uji t 70

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1

Attitude Component and Manifestation 33

Gambar 2.2

Classification of Consumers Complaint Behaviors 47

Gambar 2.3

Consumer Complaint Behavior Model 49

Gambar 2.4

Pengaruh Generalized Personal Antecedents pada

Attitude toward Complaining 55

Gambar 3.1

Hasil Uji Autokorelasi Durbin Watson 56

Gambar 4.1

Hasil Penelitian Pengaruh Generalized Personal Antecedent

pada Attitude toward Complaininng 77

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1

Kuesioner Pengaruh Generalized personal Antecedents pada

Attitude toward Complaining

Lampiran 2

Analisis Descriptive dan Frequencies Profil Respondent

Lampiran 3

Factor Analysis Sampel Kecil

Lampiran 4

Reliability Sampel Kecil

Lampiran 4.1

Reliability Alienation Sampel Kecil

Lampiran 4.2

Reliability Controllability Sampel Kecil

Lampiran 4.3

Reliability Assertiveness Sampel Kecil

Lampiran 4.4

Reliability Self Confident Sampel Kecil

Lampiran 4.5

Reliability Attitude toward Complaining Sampel Kecil

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Lampiran 5

Uji Autokorelasi

Lampiran 6

Uji Multikolinearitas

Lampiran 7

Uji Heteroskedastisitas

Lampiran 8

Factor Analysis Sampel Besar

Lampiran 9

Reliability Sampel Besar

Lampiran 9.1

Reliability Alienation Sampel Besar

Lampiran 9.2

Reliability Self Confident Sampel Besar

Lampiran 9.3

Reliability Controllability Sampel Besar

Lampiran 9.4

Reliability Attitude toward Complaining Sampel Besar

Lampiran 10

Regression

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *generalized personal antecedents* pada *attitude toward complaining*. Dalam penelitian ini terdapat beberapa dimensi dari *generalized personal antecedents* yang terdiri dari *alienation, controllability, assertiveness* dan *self confident*. Masing-masing dimensi diuji pengaruhnya pada *attitude toward complaining* satu persatu dan secara bersamaan. Data diperoleh dari alat bantu kuesioner dan responden yang diambil adalah konsumen yang baru saja selesai berbelanja di Carrefour ITC Kuningan dan MT Haryono Jakarta sebanyak 300 sampel. Metode analisis data yang digunakan adalah *construct validity*, *internal consistency reliability*, dan *multiple regression* dengan program SPSS.17.0.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini didapatkan generalized personal antecedents (*alienation, controllability, assertiveness, self confident* yang diuji secara bersama-sama) memiliki pengaruh pada *attitude toward complaining*. Tetapi apabila diuji satu persatu tidak semua dimensi dari *generalized personal antecedents* memiliki pengaruh pada *attitude toward complaining*, dimana self confident tidak memiliki pengaruh pada *attitude toward complaining*. Sedangkan *alienation* memiliki pengaruh yang paling besar pada *attitude toward complaining* dibandingkan dengan dimensi lainnya.

Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menggunkan lebih banyak lagi dimensi dari *generalized personal antecedents*, seperti *locus of control* dan *self monitoring*. Serta penentuan objek penelitian bukan hanya pada *convenience store* saja tetapi ditempat-tempat lain seperti *on line shoping, discount store, non traditional strore*. Selain itu penelitian ini sebaiknya tidak hanya dari kuantitatif tetapi juga dari sisi kualitatif seperti macam-macam *complaint* responden dari segi demografi, *sub culture*. Selain itu dalam menentukan responden sebaiknya tidak dibatasi oleh responden yang sudah pernah melakukan *complaint* saja tetapi juga menggunakan responden yang belum melakukan *complaint*.

Kata Kunci: generalized personal antecedents, attitude toward complaining, alienation, controllability, assertiveness and self confident.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan
MT. Haryono Jakarta**
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

This research has an objective to observe and analyze the influences of generalized personal antecedents on attitude toward complaining. In this research there are dimension on generalized personal antecedents which consist of alienation, controllability, assertiveness, and self confident. Each dimension was observed in order to find the influence on attitude toward complaining one by one and all of them in the same time. Questionnaire used for collecting data, and respondent on this research are customer which previously shopping in Carrefour ITC Kuningan dan MT Haryono, with 300 sample respondents. The analysis method was using construct validity, internal consistency reliability, and multiple regressions using SPSS 17.0 program.

Base from this research generalized personal antecedents (alienation, controllability, assertiveness, self confident observed in the same time) have an influence on attitude toward complaining. But not all the dimension from generalized personal antecedents has an influence on attitude toward complaining when the dimension observed one by one. Self confident not have an influence on attitude toward complaining and from this research alienation that have highest influence on attitude toward complaining than the other dimensions from generalized personal antecedents.

For further study this research suggested to have more dimensions from generalized personal antecedents such as self monitoring and locus of control. And for future research need examine not only in the convenience store but also in the on line shopping, traditional store and discount store. Finally this study suggested not only base on quantitative research but also base on qualitative research.

Key words: generalized personal antecedents, attitude toward complaining, alienation, controllability, assertiveness and self confident.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Complaint merupakan hal yang positif bagi perusahaan, dimana dengan *complaint* perusahaan akan dapat mengetahui masalah atau kekurangan perusahaan. Selain itu perusahaan sendiri tidak dapat menentukan apa yang harus mereka lakukan untuk meningkatkan performa perusahaan tanpa adanya *complaint* dari konsumen. Konsumen yang merasa tidak puas atas produk atau jasa yang mereka konsumsi, kebanyakan konsumen akan melakukan *complaint*. Jika *complaint* dari konsumen ditanggapi positif oleh perusahaan, maka konsumen akan memiliki tingkat pembelian kembali yang lebih tinggi dibandingkan konsumen yang tidak melaukan *complaint* apabila meraka merasa tidak puas atas produk atau jasa yang mereka konsumsi (Lau dan Ng, 2001).

Perilaku konsumen dalam melakukan *complaint* atau tidak, sangatlah dipengaruhi oleh sikap, sikap menentukan orang untuk berperilaku relatif konsisten terhadap suatau objek yang sama. Sikap juga mendorong beberapa perilaku konsumen dalam meluapkan kekecewaanya, seperti konsumen yang merasa tidak puas lebih memilih jalur hukum untuk menuntut haknya, konsumen yang merasa tidak puas lebih memilih untuk beralih ke produsen lain atau merek lain dan

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

menyampaikan pengalaman buruknya mengenai pembelian tersebut kepada teman ataupun keluarga mereka dari pada melakukan pengaduan langsung kepada pihak perusahaan (Day dan Ash, 1979).

Bentuk negatif dari *word-of-mouth communications* memungkinkan lebih merusak atau mengganggu performa perusahaan (Griffin, 1991). Dengan jumlah yang mencukupi dari kosumen yang melakukan *complaint* dapat mendorong tindakan yang merugikan dan menghancurkan produk, mengurangi kepercayaan dan dalam prosesnya dapat juga menghancurkan *market share* dari perusahaan (Jacoby dan Jaccard, 1981).

Beberapa perilaku yang berbeda tersebut disebabkan oleh banyak faktor, salah satunya adalah pandangan terhadap perusahaan yang buruk dipengaruhi oleh perasaan yang tidak baik atas perusahaan tersebut serta pengharapan yang berlebihan dari konsumen, dimana konsumen memasukan keseluruhan perasaan mereka pada perusahaan tersebut. *Consumer alienation* diukur dengan tingkat perasaan tidak senang konsumen dan tingkat *alienation* yang tinggi, merupakan pandangan perasaaan negatif pada perusahaan dan pasarnya (Westbrook, 1980).

Kegagalan *complaint* yang dirasakan oleh konsumen, membuat konsumen tidak percaya dan memiliki penilaian serta harapan yang buruk pada perusahaan tersebut (Singh, 1988). Hal tersebut menunjukkan rendahnya kemampuan perusahaan dalam mengendalikan kepuasan konsumennya, sehingga konsumen memasukkan

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

controllability sebagai bagian dari tanggung jawab terhadap ketidakpuasan, dimana mempengaruhi sikap dan perilaku *complaint* mereka (Folkes, 1984).

Ketegasan konsumen dalam menyikapi ketidakpuasan dalam pembelian juga sangat berpengaruh terhadap perilaku *complaint* kepada perusahaan. Konsumen yang melakukan *complaint* lebih memilki sikap *assertivenes* dan siap mengambil risiko serta mendapatkan keadaan yang memalukan dari tindakan *complaint* tersebut (Dearden dan Mason, 1984; Richins, 1982). Sedangkan menurut Fornell dan Westbrook (1979) konsumen yang melakukan *complaint* adalah yang lebih *assertive* dan mampu untuk menuntut hak mereka.

Faktor *psychographic* yang termasuk *personality* dan sikap adalah alasan utama konsumen melakukan *complaint* (Davidow dan Dacin, 1997). Pada umumnya orang yang memiliki *self confident* yang tinggi akan lebih mau menerima situasi yang memalukan saat melakukan *complaint* (Lau dan Ng, 2001).

Dalam penelitian ini penulis mereplikasi dari peneltian yang dilakukan oleh Kim et al (2006). Tujuan dari mereplikasi dari peneltian ini adalah untuk menguatkan dan menjelaskan lebih dalam lagi mengenai pengaruh *generalized personal antecedents* jika diuji dengan menggunakan dimensi yang berbeda pada *attitude toward complaining*. Dalam penelitian ini penulis ingin membandingkan pengaruh yang paling kuat dalam dimensi *generalized personal antecedents* apakah itu dimensi yang berasal dari faktor *internal* perusahaan maupun *external* perusahaan. Dimana

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

penulis memasukkan dua dimensi faktor *internal* perusahaan yaitu *alienation* dan *controllability* sedangkan faktor *external* perusahaan diwakili oleh *assertiveness* dan *self confident* konsumen. Jadi perusahaan bisa lebih fokus untuk mengembangkan metode untuk mendorong konsumen untuk melakukan *complaint* dan cara mengatasi *complaint* berdasarkan hasil dari penelitian ini.

1.2. Pernyataan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: "Apakah terdapat pengaruh *generalized personal antecedents* pada *attitude toward complaining* ? "

1.3. Lingkup Penelitian

Penelitian ini mempunyai lingkup masalah hanya terbatas pada beberapa dimensi dari *generalized personal antecedents yaitu alienation, controllability, assertiveness, dan self confident*, sedangkan *generalized personal antecedents* sendiri memilki dimensi yang lain di luar peneltian ini seperti *locus of control, self monitoring* serta beberapa dimensi yang lain. Selain itu pengambilan sampel pada penelitian ini hanyalah sebatas pada *convenience store* tepatnya hanya di Carrefour ITC kuningan Jakarta saja dan hanya mengambil 300 orang responden.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang ada maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis apakah terdapat pengaruh g*eneralized personal antecedents* pada a*ttitude toward complaining*. Serta seberapa besar pengaruh masing-masing dimensi pada g*eneralized personal antecedents* pada a*ttitude toward complaining*.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi manajer pemasaran untuk mengembangkan strategi pemasaran demi meningkatkan kepuasan konsumen dengan mengacu pada g*eneralized personal antecedents* sehingga konsumen memiliki a*ttitude toward complaining* yang tinggi. Sedangkan untuk penulis manfaat penelitian ini digunakan sebagai wahana penerapan teori selama mengikuti kuliah khususnya pemahaman mengenai hubungan pemasaran dan *complaint* yang dilakukan konsumen, serta pemahaman dalam pemasaran yang dihadapi perusahaan khususnya untuk masalah *complaint* yang dilakukan konsumen.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

BAB II

TINJAUAN LITERATUR DAN HIPOTESIS

2.1. Landasan Teori

Generalized personal antecedents adalah dasar dari suatu individu untuk menentukan sikap dan perilakunya terhadap suatu objek, objek disini adalah barang atau jasa yang telah dibeli oleh individu tersebut. Perbedaan *general personal antecedents* seseorang memungkinkan tiap-tiap individu memiliki sikap dan perilaku yang berbeda pada suatu objek.

Pengertian *generalized personal antecedents* telah didefinisikan oleh beberapa ahli diantaranya adalah, menurut Singh (1990) dalam Kim et al (2003), *generalized personal antecedents* dalam konteks sikap konsumen adalah respon pelanggan terhadap ketidakpuasan dipengaruhi oleh karakteristik individu, seperti *demography* dan nilai-nilai pribadi. Sedangkan menurut Engel et al (1990) dalam Bowo (2006) *generalized personal antecedents* didefinisikan sebagai sejumlah faktor yang merupakan determinan seorang individu untuk melakukan suatu tindakan. Sedangkan menurut Kim et al (2003) *generalized personal antecedents* dapat diartikan sebagai pengalaman yang dialami individu secara umum, sehingga mendorong terbentuknya suatu sikap dan persepsi individu tersebut.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Dari beberapa pengertian tadi, dapat disimpulkan pengertian *generalized personal antecedents* merupakan pengalaman ketidakpuasan yang dialami oleh individu yang dipengaruhi oleh beberapa karakteristik seperti *demography* dan nilai-nilai pribadi, sehingga mendorong pembentukan sikap selanjutnya terhadap apa yang telah dilalami oleh setiap individu tersebut.

2.1.1. Karakteristik *Generalized personal antecedents*

Kim et al (2003), Allison (1978), Bearden dan Mason (1984) berpendapat bahwa *generalized personal antecedents* memiliki beberapa karakteristik yang merupakan faktor penting untuk pembentukan sikap selanjutnya dari tiap individu. Beberapa karakter tersebut adalah *alienation*, *controllability*, *assertiveness* dan *self confident*.

A. *Consumer Alienation*

Menurut Singh (1989) kekecewaan merupakan bentuk negatif yang mendorong rasa ketidakpuasan konsumen terhadap perusahaan yang bersangkutan. Dengan kata lain konsumen yang merasa kecewa terhadap perusahaan akan mempunyai suatu bentuk awal konsumen merasa tidak puas terhadap perusahaan.

Secara umum, *consumer alienation* diukur melalui derajat dari menurunnya kepuasan konsumen, berkaitan dengan perasaan yang negatif terhadap perusahaan (Westbrook, 1980). Dalam perspektif yang lebih luas, hal tersebut merepresentasikan

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

perasaan konsumen secara menyeluruh terhadap industri, termasuk perusahaan dan karyawannya, dimana mereka tidak memberikan perhatian terhadap kebutuhan konsumen. Semakin besar konsumen yang merasa diperlakukan kurang baik oleh perusahaan, maka mereka akan mempunyai pandangan negatif terhadap perusahaan (Kim et al, 2003). Maka berdasarkan pembahasan tadi saya meyimpulkan *alienation* adalah pandangan negatif konsumen pada perusahaan karena konsumen merasa tidak diperhatikan dan diperlakukan tidak baik oleh produsen atau perusahaan.

B. *Controllability*

Lingkungan pembatas antara pembeli dan penjual bisa disebabkan oleh kegagalan produk, dilain pihak lingkungan pembatas lain dari pembeli dan penjual disebabkan oleh ketidaksadaran mereka untuk membiarkan kegagalan lain terjadi, contohnya penjahit tidak bisa menyelesaikan pesanan konsumennya tepat pada waktunya, karena tidak bisa mengatasi halangan yang terjadi (*uncontrollable by the seller*). Maka c*ontrollability* yang dimliki oleh perusahaan juga dapat menyebabkan *consumers reaction* salah satunya adalah mengajukan c*omplaint.* Helder (1958) dalam Bowo (2006) menyatakan bahwa *"Perceived control is related to blame and credit,"* konsumen akan menyalahkan lebih kepada perusahaan jika mereka melakukan tindakan yang negatif, dan memberikan pujian jika perusahaan melakukan tindakan yang positif, serta dapat atau sanggup mengerjakan pekerjaan dengan baik.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Dilihat dari kutipan ini maka *controllability* dari suatu perusahaan akan mendapatkan reaksi dari konsumen.

Menurut Folkes (1984) definisi *controllability* adalah kemampuan perusahaan dalam memprediksi dan mengendalikan ketidakpuasan konsumen. Konsumen melakukan *complaint* terhadap perusahaan karena mereka percaya bahwa masalah yang dialaminya akan dapat diatasi oleh pihak perusahaan. Konsumen memasukkan *controllability* sebagai bagian dari tanggung jawab terhadap ketidakpuasan, dimana akan mempengaruhi sikap dan perilaku *complaint* mereka (Folkes 1984).

Bowen dan Johnston (1999) dalam Bowo (2006), mengungkapkan beberapa hal yang meliputi suatu aktivitas yang hendaknya dilakukan pemasar dalam usaha mengendalikan kepuasan konsumen, yaitu: (1) Pengakuan dan permohonan maaf atas kesalahan yang terjadi, dengan respon yang cepat, (2) Informasi atau penjelasan atas kegagalan yang terjadi, menjamin bahwa masalah tidak akan terulang lagi, dan mendengarkan harapan konsumen, (3) Koreksi atas kegagalan untuk mengambil langkah-langkah perbaikan, (4) Pemberian kompensasi yang sesuai, meliputi pengambilan uang, penukaran barang dan pemberian diskon khusus bagi konsumen.

C. *Assertiveness*

Davidow dan Dacin (1997) mengemukakan bahwa faktor *psychographic* dalam *personality* dan sikap adalah alasan utama dari perilaku *complaint*, dan dari

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

individu yang berbeda-beda akan menunjukkan respon yang bervariasi dan berbeda-beda, ketika mereka mengahadapi situasi ketidakpuasan terhadap suatu objek.

Pada umumnya konsumen yang melakukan *complaint* adalah individu yang lebih memiliki *self-confident, socially responsible* (Lau dan Ng, 2001), *assertive* (Bearden dan Mason, 1984; Richins, 1982), *individualistic* dan *independentt* (Marganosky dan Buckley, 1986), individu yang mau mengambil risiko dan menghadapi keadaan yang memalukan ketika melakukan *complaint*.

Menurut Gallasi dan Gallasi (1977) yang dikutip oleh Phau dan Sari (2004) *assertiveness* adalah perilaku yang dipengaruhi oleh seseorang yang mempunyai ruang lingkup dalam diri yang mengungkapkan perasaan, sikap, keinginan, opini, atau hak langsung, dan kejujuran orang atau individu tersebut, dengan menghormati perasaan, sikap, keinginan atau hak dari orang lain. Fornell dan Westbrook (1979) menyatakan bahwa.*"consumers who complain are more assertive and able to stand for their right,"* dari kutipan tersebut menunjukkan konsumen yang melakukan *complaint* lebih memiliki sikap *assertive* dan mampu menuntut akan haknya.

Berdasarkan penjelasan tadi maka dapat disimpulkan bahwa *assertiveness* konsumen adalah ketegasan konsumen yang dipengaruhi oleh ruang lingkup dalam diri yang mengungkapkan perasaan, opini, hak langsung dan kejujuran individu dengan menghormati perasaan atau sikap, keinginan dan hak orang lain dalam mengajukan *complaint*.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Tidak seperti *aggresiveness, assertiveness* tidak melibatkan tindakan kekerasan dalam menuntut akan haknya. Tetapi orang yang *assertive* akan menjadi agresif jika pendekatan *assertive* dari mereka gagal untuk melakukan *complaint*. Ini biasanya terjadi jika tujuan dari *complaint* yang dilakukan adalah untuk membangun *self-image* (Richins, 1983; Krapfel, 1985).

D. *Self confident*

Coopersmith (1963) yang dikutip oleh Phau dan Sari (2004) mengungkapkan bahwa s*elf confident* adalah kepercayaan individu pada keseluruhan kemampuannya sendiri. Sedangkan menurut Davidow dan Dacin (1997) menunjukkan kepercayaan diri konsumen bisa dibangun oleh faktor *internal* individu tersebut maupun faktor *external* dari individu tersebut. Jadi perusahaan sebaiknya mampu merangsang konsumen untuk berani dan mempunyai kepercayaan diri untuk melakukan *complaint,* agar *complaint* yang dilakukan oleh konsumen ini dapat membantu perusahaan untuk bisa memperbaiki kesalahan ketidakpuasan dalam berbelanja.

2.1.2. *Attitude toward Complaining*

Sikap seseorang yang mengalami rasa ketidakpuasan atau kekecewaan akan mendorong sikap dan perilaku yang berbeda tiap individunya, tergantung dari beberapa hal dan faktor pendorong seperti *demography*, *psychographic*, dan faktor-faktor lain. Beberapa diantaranya ada yang melakukan *complaint* langsung terhadap

Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan
MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

perusahaan yang bersangkutan dan juga ada konsumen yang lebih memilih tidak melakukan tindakan apa-apa, dan menceritakan pengalaman buruknya. Semua tindakan tersebut bervariasi karena dipengaruhi oleh adanya *attitude toward complaining* yang dimiliki setiap konsumen (Kim et al, 2003).

2.1.3. Sikap

Sikap sudah menjadi salah satu objek yang paling penting dalam mempelajari perilaku konsumen. Sehubungan dengan beberapa penelitian yang sudah dilakukan beberapa ahli maka sikap menjadi dasar bagi perusahaan untuk mengembangkan produk, penempatan produk, sarana penciptaan iklan yang sesuai, dan digunakan juga untuk meramalkan *brand* yang disukai oleh konsumen. Mempelajari dan mengetahui bagaimana sikap berkembang dan mempengaruhi konsumen, adalah vital untuk suksesnya semua program pemasaran.

2.1.4. Pengertian Sikap

Definisi pertama mengenai sikap secara sederhana diperkenalkan oleh Trustone (1931) dalam Bowo (2006), yang berpendapat bahwa sikap merupakan jumlah pengaruh yang dimilki seseorang untuk menerima maupun menentang suatu objek. Sedangkan menurut Fazio (1986) dalam Bowo (2006), sikap merupakan evaluasi konsep secara menyeluruh yang dilakukan oleh seseorang.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Menurut Loudon dan Bitta (1993), definisi sikap diwakili oleh dua definisi yaitu, yang pertama Loudon dan Bitta (1993) menyatakan bahwa "*attitude is how positive or negative, favorable or unfavorable or pro or contra person feels toward object.*" Artinya sikap menerangkan bagaimana perasaan baik atau buruk, senang atau tidak senang, setuju atau tidak setuju dari persaan orang terhadap suatu objek. Definisi ini memandang sikap sebagai perasaan atau reaksi evaluatif terhadap suatu objek. Definisi kedua dari sikap menurut Loudon dan Bitta (1993) adalah "*attitude are learned predisposition to respond to an object or class of object in a consistently favorable or unfavorable way.*" Definisi ini bisa diartikan sebagai pembelajaran dari kecenderungan untuk merespon terhadap suatu objek atau penggolongan objek dengan cara yang konsisten. Definisi ini lebih rumit karena memasukan kesiapan pikiran seseorang untuk merespon sebuah objek.

Menurut Hawkins et al (2007: 396) sikap adalah "*enduring of motivational, emotional, perceptual, and cognitive process with respect to some aspect with our environment.*" Jadi dapat diartikan sikap adalah mempertahankan motivasi, emosi, persepsi, dan proses kognitif dengan sedikit rasa hormat pada beberapa aspek di dalam lingkungan kita, sedangkan menurut Kotler dan Keller (2009: 210) sikap didefinisikan sebagai evaluasi yang dipertahankan seseorang mengenai suka atau tidak suka, perasaan emosi, dan kecenderungan aksi terhadap beberapa objek atau gagasan.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.1.5. Arti Penting Sikap Konsumen Bagi Perusahaan

Pembahasan mengenai sikap dapat erat kaitannya dengan perbuatan atau tingkah laku manusia dalam kehidupan sehari-hari, sehingga telah banyak dipelajari. Ditinjau dari segi pentingnya masalah sikap pada tingkah laku atau perbuatan manusia dalam kehidupan manusia sehari-hari, sikap merupakan salah satu aspek yang mempengaruhi pola berpikir individu dalam kesehariannya terutama dalam pengambilan keputusan. Saat sikap telah terbentuk, maka sikap akan menentukan cara-cara berperilaku terhadap objek tertentu, hal ini menunjukkan betapa pentingnya peran sikap tersebut. Selanjutnya, sikap akan memberikan corak pada tingkah laku seseorang maupun kelompok.

Pengetahuan tentang sikap sangat penting bagi seorang manajer pemasaran, hal ini akan membantu memahami dengan baik mengenai sikap konsumen. Menurut Assael (2004: 222) sikap sangat penting karena: (1) Sikap membantu memprediksi perilaku konsumen. (2) Sikap dapat digunakan sebagai dasar segmentasi pasar. (3) Sikap dapat dipakai sebagai dasar dalam mengevaluasi strategi.

Mengingat peran sentral yang diberikan oleh sikap didalam pengembangan suatu segmentasi atau strategi mencari posisi, mengevaluasi keefektifan periklanan, memprediksi penerimaan produk dan memeberikan fasilitas kepada pengembangan program-program pemasaran (Engel et al, 1994 dalam Bowo, 2006).

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Dalam kaitannya dengan produk dan pemasaran, sikap ini mencerminkan apa yang konsumen pikirkan, rasakan, selanjutnya yang dilakukan terhadap produk ataupun perusahaan. Perusahaan sebaiknya menyesuaikan produknya dengan sikap konsumen yang telah ada daripada mencoba merubah sikap konsumen. Adanya usaha pengukuran sikap konsumen perusahaan dapat mengetahui apakah konsumen tersebut bersikap positif atau negatif. Dengan demikian posisi produk maupun perusahaan dimata konsumen dapat diketahui, selanjutnya perusahaan dapat menentukan strategi pemasaran yang dianggap paling relevan dengan sikap konsumen yang ada untuk mencapai tujuan.

2.1.6. Karakteristik Sikap

Menurut Loudon dan Bitta (1993), *attitude* memilki beberapa karakteristik, yaitu: (1) *Attitudes have an object*: Sikap berkaitan terhadap suatu objek. Objek tersebut dapat berwujud fisik produk, maupun suatu kegiatan yang berwujud. Objek dapat berupa satu item, seperti seseorang atau satu produk, maupun beberapa item, seperti sekumpulan orang atau kelompok. (2) *Attitude have direction, degree, and intensity*: Sikap biasanya mengekspresikan bagaimana perasaan ataupun penilaian seseorang terhadap suatu objek. Ekspresi tersebut adalah: (a) *Direction*: Bagaimana seseorang menerima ataupun menolak suatu objek. (b) *Degree*: Ukuran tingkatan suka atau tidak (menerima atau menolak) suatu objek. (c) *Intensity*: Seberapa sering seseorang mengeluhkan atau menyatakan suka atau tidaknya suatu objek. (3)

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Attitudes have structure: Sikap memiliki struktur yang artinya bahwa sikap dibentuk nilai-nilai individu yang dianggap penting, sehingga membentuk satu kesatuan dalam kurun waktu yang cukup lama. (4) *Attitudes are learned*: Sikap merupakan proses belajar. Proses pembelajaran diperoleh dari pengalaman yang dialami, informasi dari orang lain, berita dan lai-lain.

2.1.7. Komponen Sikap

Menurut Fiil (1995) dalam Bowo (2006), komponen-komponen pembentuk sikap adalah: (1) Perasaan: Perasaan senang maupun tidak senang merupakan komponen penting dalam pembentukan sikap seseorang. (2) Perilaku: Perilaku seseorang cenderung akan mendekati sesuatu yang disenanginya atau sebaliknya. (3) Keyakinan: Keyakinan seseorang berbanding lurus dengan sikap yang tumbuh, dengan kata lain keyakinan yang positif akan menumbuhkan sikap yang positif, begitu juga sebaliknya. Ketiga komponen tersebut merupakan dasar pembentukan sikap seseorang terhadap suatu objek, seseorang atau perusahaan.

Sedangkan menurut Hawkins et al (2007: 397) sikap memilki tiga komponen yaitu (1) *cognitive component*, meliputi cara pandang konsumen terhadap suatu objek. Dan konsumen memilki cara pandang terhadap suatu objek yang beraneka ragam. Contohnya seorang konsumen yang memandang produk minuman bersoda Mountain Dew sebagai produk yang terkenal dikalangan anak muda, memilki kandungan kafein yang tinggi, dan dibuat oleh perusahan besar. (2) *Affective*

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

component, perasaan dan reaksi emosional terhadap suatu objek adalah bagian dari komponen ini. Biasanya pemasar akan lebih menciptakan suatu dorongan kepercayaan pada konsumen terhadap produk yang mereka pasarkan. Contohnya diet coke atau less sugar coke akan lebih sehat bagi tubuh anda. Hal ini dilakukan untuk mendorong perasaan dan reaksi emosional konsumen terhadap produk ini. (3) *Behavioral component*, merupakan komponen sikap yang memilki kesatuan *tendency* untuk merespon terhadap suatu perilaku pada suatu objek atau aktifitas. Beberapa keputusan untuik membeli suatu produk atau merekomendasikannya menunjukkan komponen perilaku dari sikap. Gambar komponen sikap dan manifestasinya dapat dlihat pada Gambar 2.1

2.1.8. Fungsi Sikap

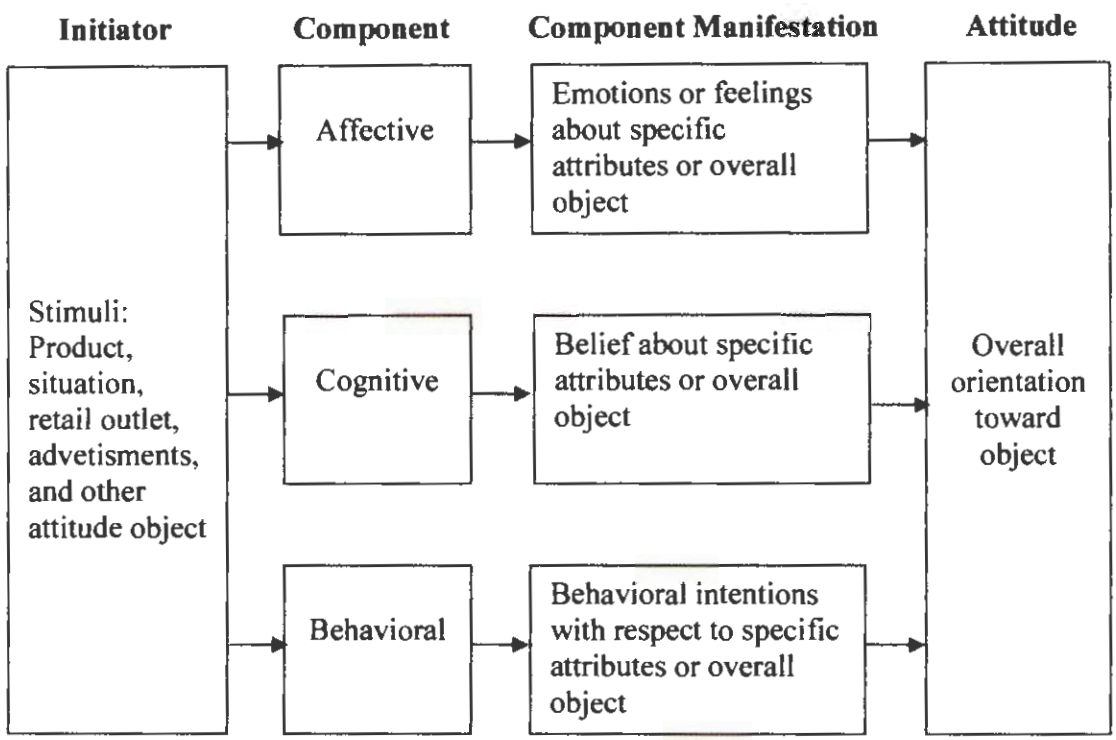
Sikap memiliki fungsi dalam masing-masing individu yang akan mendorong suatu individu untuk melakukan sesauatu. Berikut ini fungsi sikap menurut beberapa ahli. Terdapat empat fungsi utama sikap (Rangkuti, 2008: 67) yaitu: (1) Fungsi Penyesuaian: Sikap konsumen sebagian besar tergantung pada persepsi mereka tentang apa yang menguntungkan dan merugikan bagi diri mereka. (2) Fungsi mempertahankan ego: Sikap konsumen untuk menjaga citra dirinya, walaupun seringkali hal ini tidak disadari. (3) Fungsi pengekspresian nilai: Sikap memungkinkan seseorang dapat lebih mudah dalam mengekspresikan dan menterjemahkan nilai dirinya. (4) Fungsi pengetahuan: Sikap berfungsi dalam

Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan
MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

memproses pengetahuan yang diperoleh dan apa yang ingin diketahuinya cenderung spesifik, tertuju pada apa yang perlu atau perlu dipahaminya.

Gambar 2.1

Attitude Component and Manifestation



Sumber : Del I. Hawkins, David L. Mothersbough, dan Roger J. Best, (2007) *Consumer Behaviour: Building Marketing Strategy*, 10th ed, Mcgraw-Hill, New York.

Menurut Hawkins et al (2007: 396) fungsi sikap bagi individu adalalah (1) *Knowledge fuction,* beberapa sikap kebanyakan memilki artian pengeloloaan *beliefs* terhadap objek maupun aktifitas seperti *brands* dan *shopping*. Sikap seperti ini bisa akurat dan bisa juga tidak akurat terhadap pandangan pada objek yang sebenarnya,

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

tetapi sikap terhadap suatu objek maupun aktifiitas lebih mendorong perilaku dibandingkan dengan kenyataan yang ada. Jadi sikap disini mempunyai fungsi sebagai pengetahuan atas fungsi dari sutu objek maupun aktifitas. (2) *Value expressive function*, sikap yang lain terbentuk dan menjelaskan atas ekspresi dari *individual central value* dan konsep diri. Konsumen yang sangat menghargai dan memperdulikan lingkungan social dan lingkungan alam akan cenderung untuk memiliki sikap terhadap objek maupun aktifitas yang bersangkutan dwngan nilai ini. Konsumen seperti ini akan memilki sikap untuk mendukung gerakan peduli lingkungan dan sikap pembelian untuk memilih produk yang ranmah lingkungan. (3) *Utilitarian function*, fungsi ini didasari oleh situasi tertentu, dimana masyarakat akan lebih memilih sikap terhadap objek maupun aktifitas yang memilki penghargaan dibandingkan dengan yang tidak memilki penghargaan. Para pemasar biasanya memberikan janji akan bonus maupun hadiah bagi para calon pembeli apabila membeli produk yang mereka tawarkan. (4) *Ego defensive function*, masyarakat membentuk dan menggunakan sikap mereka untuk melindungi ego dan *self image* terhadap ancaman maupun sejenisnya. Produk yang menawarkan sisi kemaskulinan pria akan dikonsumi oleh konsumen pria yang merasa dirinya kurang *macho*. ataupun konsumen yang merasa tertekan oleh lingkungan sosial mereka akan lebih mengkonsumsi produk yang *stylish* dan terkenal untuk bisa diterima oleh lingkungan sosial tertentu.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.1.9. Hal yang Mempengaruhi Sikap

Sikap seseorang dapat dengan mudah berubah dengan adanya pengaruh-pengaruh yang datang. Beberapa hal yang dapat mempengaruhi sikap menurut Loudon dan Bitta (1993: 425) adalah sebagai berikut: (1) *Personal experience*: Dalam hubungannya seseorang dengan suatu objek yang dihadapinya, seseorang selalu menemui suatu objek yang baru maupun yang telah lama atau biasa dihadapinya. Seseorang selalu melakukan evaluasi terhadap objek yang dianggapnya baru, dan melakukan evaluasi kembali terhadap objek yang lama. Dalam evaluasinya tersebut, seseorang memperoleh suatu pengalaman. Pengalaman tersebut mempengaruhi sikap yang dimiliki terhadap suatu objek yang dievaluasi. Contohnya seorang konsumen yang telah mengalami pengalaman yang buruk terhadap pembelian di suatu toko tertentu, dan ia mengajukan *complaint*, lalu toko tersebut menanggapi *complaint* itu dengan sangat baik, sehingga konsumen tersebut yang pada awalnya merasa marah dan kecewa terhadap produk dan toko ynag bersangkutan berubah menjadi perasaan puas dan senang terhadap pengalaman pembelian di toko tersebut. (2) *Group association*: Sikap seseorang sangat dipengaruhi oleh komunikasi, cerita-cerita dari orang-orang disekitarnya. Seseorang biasanya akan lebih mudah mempercayai orang-orang terdekatnya sebagai golongannya. Golongan-golongan tersebut seperti keluarga, teman-teman, dan kebudayaan. Contohnya seorang konsumen yang memiliki rasa tidak suka terhadap suatu produk dan toko tertentu, setelah dipengaruhi oleh orang-orang terdekatnya maka ia menjadi berubah pikiran dan pandangannya

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

terhadap produk dan toko yang bersangkutan menjadi lebih baik. (3) *Influential other*: Sikap seseorang dapat dipengaruhi oleh hal lain yang mereka peroleh sebagai suatu objek. Hal lain yang dapat mempengaruhi sikap antara lain adalah iklan, mass media, komunikasi dengan orang lain yang ditemuinya, dan lain-lain. Contohya seorang konsumen yang sangat percaya sekali terhadap suatu merek terentu akibat dari pengaruh iklan dan media lainya, atau bisa juga konsumen tersebut berpindah mengkonsumsi produk yang lain akibat dari iklan dan media lainnya.

2.1.10. Pengembangan Sikap

Sikap dikembangkan sepanjang waktu melalui proses pembelajaran yang dipengaruhi oleh keluarga, pengaruh kelompok temen sebaya, informasi pengalaman dan kepribadian. (1) Pengaruh keluarga: Keluarga mempunyai pengaruh penting dalam keputusan pembelian. Dimana sikap terhadap kesehatan pribadi, pilihan iem-item produk dan kepercayaan mengenai nilai medis yang semuanya diperoleh dari keluarga, (2) Pengaruh kelompok teman sebaya: Pengaruh teman sebaya lebih memungkinkan mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen yang sering melakukan pembelian terhadap suatu produk atau jasa karena temannya telah mengkonsumsi dan menggunakan produk dan jasa tersebut, (3) Pengalaman: Pengalaman masa lalu mempengaruhi sikap terhadap pelayanan. Pelayanan suatu produk pada masa lalu akan memberikan evaluasi pada pelayanan tersebut, tergantung apakah pengalaman tersebut menyenangkan atau tidak, (4) Kepribadian: Kepribadian konsumen

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

mempengaruhi sikap. Sifat-sifat seperti suka menyerang, terbuka, kepatuhan, ketegasan atau otoritasisme mungkin mempengaruhi sikap terhadap produk dan pelayanan.

2.1.11. *Complaint*

Ketidakpuasan pada konsumen pasca pembelian mendorong konsumen untuk melakukan beberapa tindakan yang berbeda-beda, salah satunya dipicu oleh beberapa hal yang menunjang sikap tersebut, salah satunya adalah mengajukan *complaint* pada perusahaan. *Complaint* pada perusahaan akan dapat menimbulkan efek yang tidak baik pada perusahaan tersebut, tetapi pengatasan atau penanganan atas *complaint* yang diajukan oleh konsumen dengan baik oleh perusahaan akan menimbulkan efek yang positif bagi perusahaan.

2.1.12. Pengertian *Complaint*

Complaint pada perusahaan merupakan ungkapan ketidakpuasan konsumen pada perusahaan yang bersangkutan, dengan harapan mendapatkan kompensasi yang sesuai dari perusahan. (Richins 1980, 1982, 1983; Bearden dan Mason 1984). Definisi *complaint* menurut Hoffman dan Bateson (2002) adalah pengekspresian perasaan tidak puas, protes, kejengkelan ataupun penyesalan.

Selanjutnya secara lebih sederhana, Tjiptono (2005) dalam Winarto (2006) mengartikan *complaint* sebagai ungkapan rasa kekecewaan ataupun ketidakpuasan. Menyampaikan keluhan secara langsung dan atau meminta kompensasi kepada

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

perusahaan maupun penyalurnya, itu merupakan *complaint* yang diajukan oleh konsumen. Berdasarkan definisi *complaint* diatas maka dapat diartikan *complaint* merupakan pengekspresian perasaan tidak puas, penyesalan pada pihak perusahaan dengan harapan memperoleh kompensasi yang sesuai. Respon yang sesuai terhadap *complaint* yang terjadi dapat mencegah konsumen berpindah ke perusahaan. Selain itu salah satu jalan yang pasti untuk sampai pada budaya yang berfokus pada konsumen adalah melaui peningkatan *complaint*.

2.1.13. Tipe *Complaint*

Berdasarkan Hoffman dan Bateson (2002) yang dikutip oleh Bowo (2006) menyatakan bahwa konsumen menunjukkan *complaint* dapat dibedakan dua jenis, yaitu: (1) *Instrumental complaint*: *Complaint* yang dilakukan dengan tujuan mengubah dan memperbaiki situasi yang tidak diinginkan. Sebagai contoh ialah *complaint* yang dilakukan oleh seorang pengunjung restoran, karena masakan yang dipesan tidak matang. Pada kasus ini konsumen tersebut mengharapkan pelayanan untuk memperbaiki kesalahan yang dilakukan oleh pihak restoran. (2) *Non instrumental complaint*: Suatu keluhan yang dilontarkan dengan tanpa ekspetasi situasi tersebut dapat berubah. Sebagai contoh seseorang yang mengeluh panasnya terik matahari. Tanpa orang itu mengharapkan cuaca hari itu akan berubah. Jenis non instrumental yang lain adalah intrumental complaint yang disampaikan pada pihak kedua, bukannya pada pihak tertuduh.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.1.14. Kategori *Complaint*

Konsumen memiliki beberapa alternatif untuk mengekspresikan ketidakpuasannya (Singh, 1988). Beberapa *typologies* telah diungkapkan oleh Mason dan Himes 1973 yaitu: (1) *Passives*: Kelompok konsumen ini tidak banyak melakukan tindakan terhadap pembelian yang buruk atau tidak merasa puas. Mereka tidak melakukan apa-apa ataupun tidak melakukan pembelian produk atau jasa pada perusahaan tersebut mengacu pada respon ketidakpuasan mereka (Richins, 1983). Kelompok ini diklasifikasikan sebagai kelompok yang passives. Sebagai contoh seorang konsumen merasa kecewa terhadap restoran cepat saji yang tidak menyajikan masakanya dengan tepat waktu, namun konsumen tersebut tidak melakukan tindakan apa-apa untuk merespon ketidakpuasannya. (2). *Voicers*: Konsumen yang merasa tidak puas akan melakukan tindakan *private action*. *Private action* merupakan tindakan yang hanya melibatkan orang-orang yang berada di dalam lingkungan konsumen saja dengan cara yang tidak *formal*. Ini mencakup mengganti merek produk atau beralih pada pesaing, berhenti untuk menggunakan produk atau jasa, dan juga memberitahukan pada keluarga atau teman-temanya. *Private action* lebih cenderung digerakan oleh tindakan yang menginginkan situasi yang impas dan ganjaran yang setimpal (Sing dan Wilkes, 1996) yang dikutip oleh Phau dan Sari (2004). Kelompok ini diklasifikasikan sebagai kelompok *Voicers*. (3) *Irates*: Konsumen pada kelompok juga akan melakukan *public action* untuk merespon ketidakpuasan mereka. *Public action* merupakan tindakan yang, melibatkan orang-

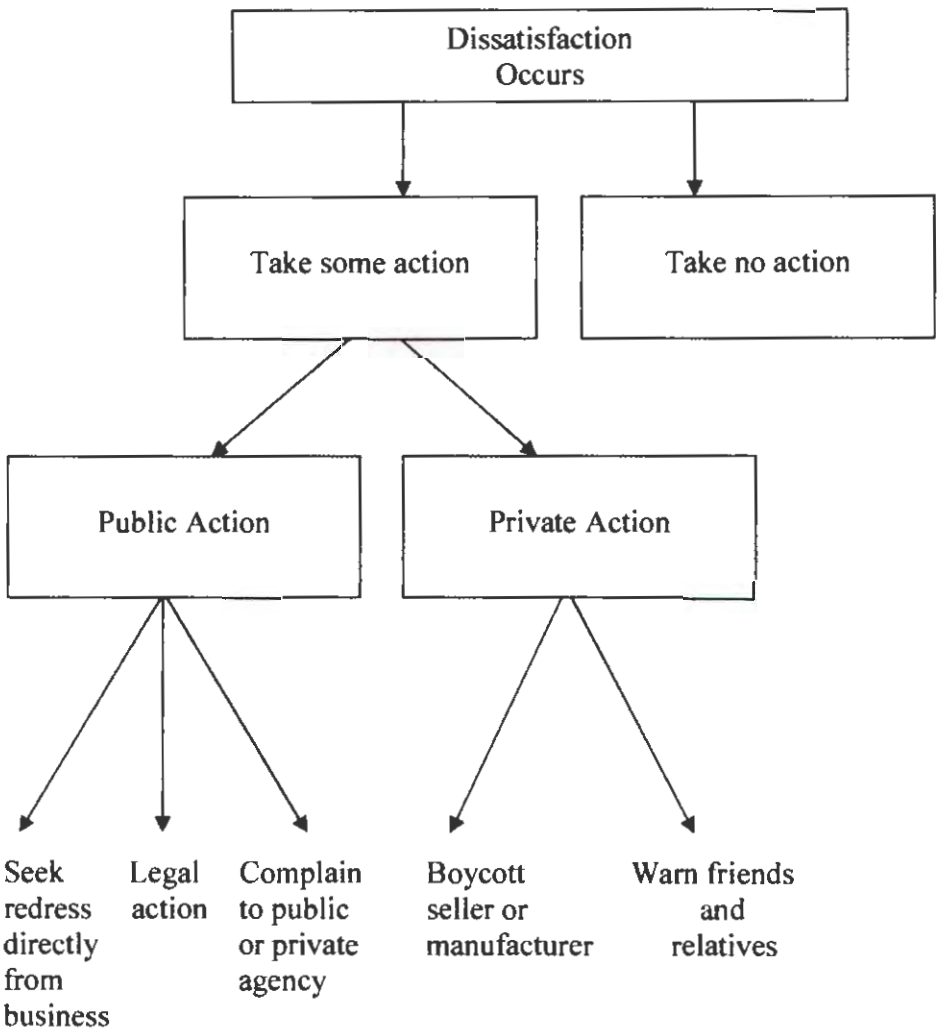
UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

orang dan organisasi diluar lingkungan konsumen grup dengan cara yang lebih formal. Tindakan ini mungkin akan langsung untuk mencari ganti rugi pada perusahaan yang bersangkutan dan melakukan tindakan yang legal demi menuntut ketidakpuasannya pada perusahaan atau penjual. Mereka juga akan melaporkan ketidakpuasannya pada organisasi pelindung konsumen, atau organisasi lain yang bergerak pada pengaduan konsumen terhadap pembelian yang gagal (Davidow dan Dacin, 1997). Orang yang melakukan *complaint* seperti ini akan menguntungkan perusahaan lain dengan mendorong mereka membuat produk atau jasa lebih baik (Mowen dan Minor, 1998) yang dikutip oleh Phau dan Sari (2004). Tujuan utama dari kelompok *complaint* seperti ini adalah untuk memperbaiki atau memulihkan kehilangan dari segi ekonomi dengan cara mendapatkan penggantian atau citra diri. Kelompok ini dinamakan *irates* (Singh, 1990) yang dikutip oleh Phau dan Sari (2004). (4) *Activists*: Pada kelompok yang keempat ini konsumen akan melakukan variasi dari tindakan *private* maupun *public actions*, konsumen akan menyalahkan penjual dan perusahaan yang bersangkutan mengenai ketidakpuasannya terhadap produk maupun jasa yang mereka gunakan. Mereka mungkin juga akan memboikot penjual dan perusahaan yang bersangkutan dengan cara menghentikan penggunaan produk atau jasa dan menyebarkan informasi yang negatif atau buruk mengenai produk dan jasa mereka. Kelompok seperti ini dikasifikasikan sebagai *activists* (Sing dan Wilkes, 1996) yang dikutip oleh Phau dan Sari (2004). Klasifikasi perilaku *complaint* konsumen dapat dilihat dalam Gambar 2.2.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Gambar 2.2

Classification of Consumers Complaint Behaviors



Sumber : Disesuaikan berdasar, Singh, J. (1988). "Consumers complaint intentions and behavior definitional and taxonomical issues," *Journal of Marketing*, Vol. 52, January, p.95.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

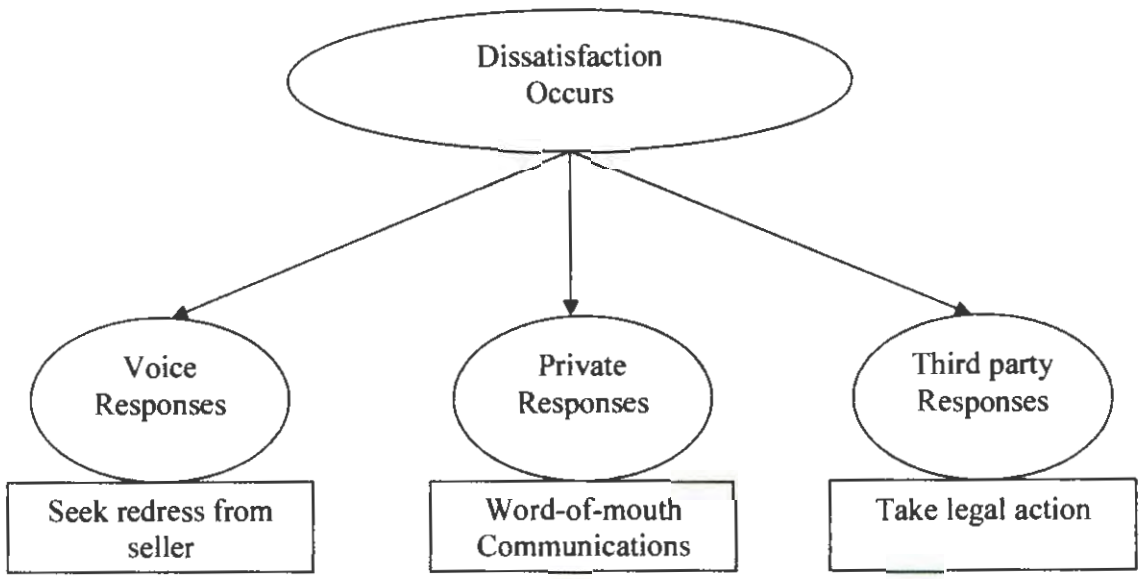
2.1.15. Perilaku *Complaint* Konsumen

Konsumen dalam kekecewaanya memiliki perilaku yang berbeda dalam mengekspresikannya. Walker (1991) dalam Bowo (2006), mengungkapkan bahwa saat konsumen merasa kecewa dan tidak puas, mereka memiliki perilaku yang beragam dalam mengungkapkan rasa kekecewaannya, seperti: (1) *Word-of-mouth comunication*: Konsumen yang merasa kecewa akan menceritakan pengalamanya kepada orang lain, dan menceritakan keburukan-keburukan yang dialaminya. Contohnya konsumen yang merasa kecewa terhadap pelayanan suatu toko retail dan menceritakanya kepada keluarga dan teman-temannya. (2) *Not repurchase the brand*: Konsumen yang merasa kecewa dan tidak puas terhadap suatu produk atau merek, mereka memilih untuk tidak membeli lagi produk atau merek tersebut dan beralih ke produk atau merek lain. Contohnya konsumen yang mengunjungi toko retail dan merasa tidak puas atas pelayanan yang disediakan maka konsumen tersebut tidak akan datang lagi ke toko tersebut dan pindah ke toko lain. (3) *Complaining*: Konsumen melakukan pengaduan maupun keluhan kepada pihak perusahan sebagai ungkapan rasa kekecewaanya. Contohnya seorang konsumen yang sedang membeli baju tetapi produk yang dibeli tersebut tidak sesuai harapan konsumen karena ada yang cacat di bagaian tertentu, dan konsumen tersebut melakukan *complaint* terhadap pihak toko agar bisa meminta ganti rugi atau pertukaran barang. Tindakan konsumen pada saat mengalami kekecewaan dapat dilihat dalam Gambar 2.3.

Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan
MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Gambar 2.3

Consumer Complaint Behavior Model



Sumber : Singh. J. (1988), "Consumers complaint intentions and behavior definitional and taxonomical issues," *Journal of Marketing*, Vol. 52, January, p.95.

Business News (11-06-1997) dalam Winarto (2006), diungkapkan definisi dari *voice, private, dan third party responses* sebagai berikut: (1) *Voice response*: Menyampaikan keluhan secara langsung dengan atau meminta ganti rugi kepada perusahaan yang bersangkutan. (2) *Private response*: Memperingatkan dan memberitahu teman atau keluarganya mengenai pengalaman buruknya dengan produk atau perusahaan yang bersangkutan. (3) *Third party responses*: Meminta ganti rugi dengan jalur hukum, mengadu lewat media massa misalnya, menulis di surat pembaca atau secara langsung mendatangi lembaga konsumen., instalasi hukum dan sebagainya.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.1.16. Penyebab Terjadinya *Complaint*

Kekecewaan atau ketidakpuasan konsumen merupakan awal konsumen mengajukan *complaint*. Penyebab terjadinya *complaint* konsumen menurut Bailey (1994) dalam Bowo (2006), adalah akibat adanya kegagalan dalam memenuhi harapan konsumen serta pelayanan yang tidak sopan dari staf perusahaan. Salah satu alasan mengapa konsumen melakukan *complaint* adalah karena adanya *service failure*, yang dapat didefinisikan sebagai persepsi yang ada di benak konsumen terhadap satu atau beberapa aspek dari penyampaian pelayanan yang tidak memenuhi ekspektasi konsumen.

2.1.17. Pentingnya *Complaint* bagi perusahaan

Complaint konsumen sebenarnya merupakan hal yang sangat penting dan merupakan asset berharga bagi perusahaan, karena dengan adanya *complaint*, perusahaan dapat mengetahui dan mengatasi hal-hal yang menjadi sumber kepuasan pada konsumen dan mendengarkan masukan maupun keluhan dari konsumen adalah hal yang sangat krusial bagi perusahaan, dan diharapkan konsumen akan loyal pada perusahaan (Kotler dan Keller, 2009: 178).

Complaint konsumen merupakan bentuk informasi yang paling penting dan berguna untuk membantu pemasar mengidenifikasi sumber-sumber ketidakpuasan dan kemudian digunakan untuk membuat keputusan strategies dan taktikal.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Konsumen yang tidak melakukan tindakan *complaint* ke perusahaan yang bersangkutan akan lebih merugikan bagi perusahaan tersebut, karena perusahaan atau penjual akan mendapatkan beberapa masalah. Masalah tersebut diauraikan oleh Stephens dan Gwinner (1998) dalam Bowo (2006), yaitu: (1) Perusahaan kehilangan kesempatan untuk menyelesaikan masalah dan mempertahankan pelanggannya. (2) Reputasi perusahaan yang terancam rusak dan hancur, karena konsumen sangat mungkin untuk menceritakan keburukan perusahaan pada orang lain. (3) Perusahaan kehilangan *feed-back* yang berharga tentang kualitas produk dan jasanya, sehingga tidak dapat mengidentifikasi varians kualitas dan melakukan perbaikan

2.1.18. Pengertian *Attitude toward Complaining*

Pengertian *attitude toward complaining* menurut Richins (1980, 1982); Bearden dan Mason (1984) adalah suatu kecenderungan pengungkapan ketidakpuasan konsumen dengan mengajukan *complaint* pada perusahaan yang bersangkutan, untuk memperoleh suatu bentuk kompensasi dari pihak perusahaan.

Bearden dan Mason (1984) mengatakan *atitude toward complaining* berhubungan dengan kecenderungan individu untuk mencari ganti rugi dari penjual, jika mereka tidak puas dengan produk. Day and Landon (1976) dalam Kim et al (2006) mengemukakan bahwa konsumen yang memiliki *attitude toward complaining* yang positif, akan lebih cenderung untuk mengajukan *complaint* ke perusahaan.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.1.19. Faktor Penentu *Attitude toward Complaining*

Faktor penentu *attitude toward complaining* diklasifikasikan menjadi tiga bagian oleh Sheth et al (1999) dalam Bowo (2006), dimana ketiga bagian tersebut adalah (1) *Dissatisfaction salience*: Dimana faktor penentu yang pertama dipengaruhi oleh gap antara kinerja dan harapan, serta derajat kepentingan suatu produk atau jasa, tidak semua situasi ketidakpuasan adalah sama, ada yang menyusahkan, mengganggu, atau bahkan menjengkelkan, namun ada juga yang merasa tidak begitu bermasalah. Umumnya konsumen sering mengabaikan gap yang kecil. (2) *Atribution to the marketer*: Berkaitan dengan kesalahan yang sebenarnya dapat dikendalikan oleh pihak pemasar, kemungkinan dapat diulangi lagi kesalahan tersebut oleh pemasar. Dalam hal ini konsumen akan menunjuk siapa yang patut bertanggung jawab atas kesalahan ini. Apabila mereka menunjuk dirinya sendiri, maka sikap terhadap pengajuan *complaint* adalah sangat kecil dan *complaint* mungkin juga tidak akan terjadi. Selain itu apabila konsumen percaya pemasar tidak akan mengulangi kesalahan itu, maka *complaint* tidak akan terjadi. Lebih lanjut lagi apabila konsumen menganggap pemasar atau perusahaan tidak akan menanggapi ataupun berusaha memperbaiki kesalahan, maka konsumen merasa tindakan untuk *complaint* adalah suatu hal yang sia-sia. Sebaliknya konsumen merasa kesalahan merupakan tanggung jawab pemasar ataupun perusahaan, maka *complaint* akan terjadi. (3) *Customers personality traits*: Faktor penentu yang terakhir berkaitan dengan kepercayaa diri dan agresitifitas seorang konsumen untuk menuntut haknya. Oleh karena itu, kedua sifat

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ini menyebabkan konsumen untuk memilih melakukan *complaint* daripada harus pasrah menerima kinerja pasar yang buruk.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya mengenai pengaruh *generalized personal antecedent* dan dimensinya (*alienation, prior complaint experience, controllability*, dan *assertiveness*) terhadap *attitude toward complaining* pernah dilakukan oleh beberapa peneliti, diantaranya adalah Kim et al (2003), Bowo (2006) dan Sandi (2007). Hasil penelitian yang diperoleh oleh beberapa peneliti sebelumnya dan perbedaannya dengan penilitian yang dilakukan penulis, akan diuraikan berikut ini dan dapat dilihat dalam Tabel 2.1

Dalam penelitian ini penulis mereplikasi dari peneltian yang dilakukan oleh Kim et al (2006). Tujuan dari mereplikasi dari peneltian ini adalah untuk menguatkan dan menjelaskan lebih dalam lagi mengenai pengaruh *generalized personal antecedents* jika diuji dengan menggunakan dimensi yang berbeda pada *attitude toward complaining*. Dan dalam penelitian ini penulis ingin membandingkan pengaruh yang paling kuat dalam dimensi *generalized personal antecedents* apakah itu dimensi yang berasal dari faktor *internal* perusahaan maupun *external* perusahaan. Dimana penulis memasukkan dua dimensi faktor *internal* perusahaan yaitu *alienation* dan *controllability* sedangkan faktor *external* perusahaan diwakili oleh *assertiveness* dan *self confident* konsumen. Jadi perusahaan bisa lebih fokus untuk

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

mengembangkan metode untuk mendorong konsumen untuk melakukan *complaint* dan cara mengatasi *complaint* berdasarkan hasil dari penelitian ini.

Tabel 2.1

Perbedaan Penelitian Terdahulu

Peneliti	Deskripsi Penelitian
Kim et al (2003)	Meneliti pengaruh *generalized personal antecedents* dengan dimensi variabelnya berupa *alienation, prior complaint experiment, controllability* pada *attitude toward complaining*. Dan penelitian ini dilakukan di department store pada konsumen di Korea dengan hasil Variabel independent berpengaruh positif pada variabel dependent beserta seluruh dimensi dari *General Personal Antecedents.*
Bowo (2006)	Meneliti pengaruh *generalized personal antecedents* dengan dimensi variabelnya berupa *alienation, prior complaint experiment, controllability* pada *attitude toward complaining*. Dan penelitian ini dilakukan di Cibubur Junction Matahari department store Jakarta. Dengan hasil yang sama dengan Kim et al (2003)
Sandi (2007)	Meneliti pengaruh *generalized personal antecedents* pada *attitude toward complaining* dengan menambah dimensi baru dari *independentt variable* sesuai dengan saran untuk peneltian selanjutnya yang dilakukan oleh Kim et al (2003) yaitu *assertiveness*. Dan penelitian ini dilakukan di *discount store* Goro Jakarta. Dengan hasil variabel *independentt* berpengaruh positif pada variabel *dependent*, tetapi apabila diuji satu persatu tidak semua dimensi memiliki pengaruh pada *generalized personal antecedents*, dimana *prior complaint experience* tidak mempunyai pengaruh pada *general personal antecedents.*
Sandi (2009)	Menambahkan dimensi baru pada *general personal antecedents* yaitu *self confident* dan membuang dimensi *prior complaint experience*. Dan peneltian ini dilakukan di *convenience store* Carrefour ITC Kuningan dan MT Haryono Jakarta, sesuai dengan saran untuk penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Kim et al (2003).

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

A.Pengaruh *Generalized Personal Antecedents* pada *Attitude toward Complaining*

Fishbein dan Ajzen pada tahun 1981 dalam Kim et al (2003) mengatakan bahwa konsumen akan menghubungkan pengalaman dan nilai-nilai yang mereka peroleh sebagai *generalized personal antecedent* dalam ingatannya, dimana hal tersebut akan menentukan *attitude toward complaint* konsumen. Fishbein dan Ajzen pada tahun 1981 dalam Kim et al (2003) mengungkapkan bahwa melalui berbagai pengalaman, konsumen mendapatkan berbagai kepercayaan terhadap suatu objek, dimana kepercayaan tersebut menciptakan sikap terhadap suatu objek.

Sedangkan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Bowo (2006) dan Sandi (2007) menunjukkan bahwa *generalized personal antecedents* mempunyai pengaruh positif terhadap *attitude toward complaining.*

B. Pengaruh *Alienation* pada *Attitude toward Complaining*

Kekecewaan yang dialami oleh konsumen akan mempengaruhi sikap dan harapan konsumen tersebut dalam menghadapi *Complaint* kepada perusahaan. Konsumen yang merasa kecewa dan tidak puas terhadap produk dan perusahaan yang bersangkutan akan menunjukkan sikap yang negatif terhadap perusahaan tersebut dan mempengaruhi harapan terhadap perusahan (Singh dan Wikes, 1996 dalam Kim et al, 2003).

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Consumer alieanation dapat mempengaruhi harapan konsumen terhadap perusahaan, Allison (1978), mengungkapakan ketika konsumen merasa diperlakukan tidak bersahabat atau baik dari perusahaan dan pasarnya, mereka membutuhkan pertolongan orang lain dan mereka merasa tidak dapat berbuat sesuatu. Selanjutnya penelitian yang pernah dilakukan Singh dan Wilkes pada tahun 1996 dalam Kim et al (2003) mengenai *alienation* dan pembentukan sikap konsumen, membuktikan bahwa *alienation* konsumen akan mempengaruhi sikap konsumen dalam pengajuan *complaint*. Dengan kata lain seorang konsumen yang merasa tidak diperhatikan, diacuhkan dan diperlakukan tidak baik oleh produsen biasanya memiliki sikap yang negatif dalam menyikapi *complaint* terhadap perusahaan.

C. Pengaruh *Controllability* pada *Attitude toward Complaining*

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Singh dan Wilkes pada tahun 1996 dalam Phau dan Sari (2004) mengungkapkan bahwa konsumen akan lebih giat mengajukan *complaint* apabila memperoleh tanggapan yang baik dari pihak perusahaan. Sedangkan Sheth et al (1999) dalam Bowo (2006) mengungkapkan kemampuan perusahaan dalam menegendalikan konsumenya membuktikan bahwa, "apabila konsumen merasa kesalahan yang terjadi akibat kekeliruan pemasar, maka konsumen akan mengajukan *complaint*, namun apabila konsumen menganggap perusahaan atau pemasar tidak menanggapi *complaint* dan tidak berusaha melakukan

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

perubahan atau perbaikan, maka sikap konsumen dalam mengajukan *complaint* adalah sangat kecil."

D. Pengaruh *Assertiveness* pada *Attitude toward Complaining*

Pada penelitian sebelumnya pengaruh *assertiveness* terhadap *attitude toward complaining* dilakukan oleh Davidow dan Dacin (1997), menunjukkan bahwa faktor psychographic dalam personality dan sikap adalah alasan utama dari *complaint behavior*, dan dari individu yang berbeda-beda akan menunjukkan respon yang bervariasi dan berbeda-beda, ketika mereka mengahadapi situasi ketidakpuasan terhadap suatu objek. Dimana *assertiveness* adalah salah satu dari faktor psychographic tersebut.

Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Phau dan Sari (2004) menunjukkan bahwa *assertiveness* berpengaruh positif terhadap *attitude toward complaining*, dimana seorang konsumen yang memilki *assertivenes* yang tinggi maka konsumen tersebut akan lebih berani mangambil risiko dan situasi yang memalukan pada saat melakukan *complaint* terhadap perusahaan.

E. Pengaruh *Self confident* pada *Attitude toward Complaining*

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Phau dan Sari (2004) menunjukkan hasil terdapat pengaruh positif *self confident* pada *attitude toward complaining.* dimana seorang konsumen yang memilki *self confident* yang tinggi maka konsumen

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

tersebut akan lebih berani mangambil risiko dan situasi yang menalukan pada saat melakukan *complaint* terhadap perusahaan

2.3. Model Penelitian

Konsumen dalam mengkonsumsi dan menggunakan suatu produk atau jasa dipengaruhi oleh kepuasan konsumen itu sendiri. Sedangkan dari produsen ialah dengan melayani dan memperbaiki *complaint* atau keluhan yang berasal dari konsumen yang telah menggunakan produk dan jasa, serta tanggapan dari konsumen akan *complaint* begitu beragam dan bergantung pada *generalized personal antecedent* masing-masing konsumen.

Pada saat konsumen merasa kecewa atau tidak puas, mereka mempunyai pilihan tindakan untuk menanggapi perasaan tersebut, seperti mengajukan *complaint* atau tidak mengajukan *complaint*. Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh beberapa hal yang merupakan bagian dari *generalized personal antecedent*. Dan di dalam generalized personal antecedent tersebut terdapat dimensi, yaitu *alieanation, controllability, assertiveness* dan *self confident*. Maka model penelitian dari riset ini dapat dilihat pada Gambar 2.4.

2.4. Hipotesis

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu yang telah diuarikan sebelumnya maka dapat diperoleh hipotesis sebagai berikut:

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

H1 : Terdapat pengaruh positif *generalized personal antecedents* pada *attitude toward complaining.*

H2 : Terdapat pengaruh negatif *alienation* konsumen pada *attitude toward complaining.*

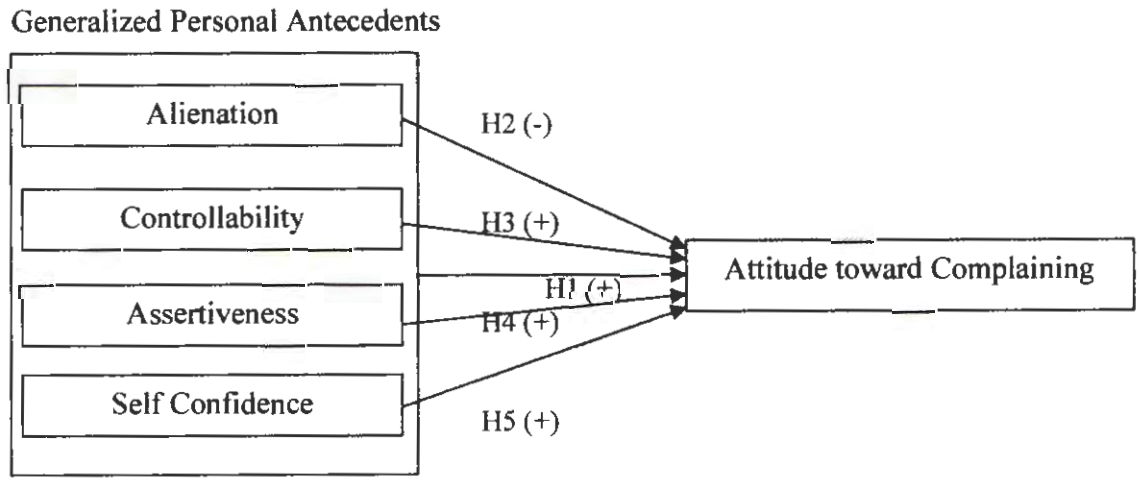
H3 : Terdapat pengaruh positif *controllability* pada *attitude toward complaining.*

H4 : Terdapat pengaruh positif *assertiveness* pada *attitude toward complaining.*

H5 : Terdapat pengaruh positif *self confident* pada *Attitude toward complaining*

Gambar 2.4

Pengaruh *Generalized Personal Antecedents* pada *Attitude toward Complaining*



Sumber: Kim et al, (2003) "The Effect of Attitude and Perception on Consumer Complaint Intentions." *The Journal of Consumer Marketing*, Vol. 20, p. 355.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

BAB III

METODE RISET

3.1. Desain Riset

Desain riset yang digunakan dalam peneltian ini adalah t*esting hypothesis*. Menurut Sekaran (2003: 103), *testing hypothesis* adalah penelitian yang mencoba menjelaskan sifat dari suatu hubungan tertentu, melihat perbedaan-perbedaan tertentu dalam beberapa kelompok dari independensi dari dua faktor atau lebih dalam suatu situasi.

3.1.1. Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dimana data primer ialah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian untuk memperoleh informasi yang berhubungan dengan keadaan sebenarnya yang diteliti.

Data yang diperoleh dalam peneltian ini adalah dengan cara menyebarkan kuisoner, kuisoner tersebut disebarkan kepada 300 orang yang merupakan sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang baru saja selesai berbelanja di Carrefour ITC kuningan dan MT

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Haryono yang sudah pernah melakukan *complaint*. Pemilihan objek penelitian ini berdasarkan pada saran pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kim et al (2003), yang menyatakan bahwa untuk peneltian selanjutnya sebaiknya objek yang diteliti adalah *convenience store*, dimana Carrefour adalah toko yang menyediakan seluruh kebutuhan rumah tangga.

3.1.2. Penentuan Sampel

Pemilihan sampel berdasarkan konsumen yang sudah pernah melakukan *complaint* sebelumnya dikarenakan pada penelitian ini *attitude toward complaining* adalah variabel terikat sehingga hanya diperlukan sampel konsumen yang sudah pernah melakukan *complaint* saja.

Oleh sebab itu metode yang digunakan dalam penarikan sampel adalah *purposive sampling*, yaitu merupakan salah satu dari tekhnik *non probabilitas sampling* dimana penarikan sampel ini berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan kebutuhan penelitian (Sekaran 2003: 77). Penentuan sampel menggunakan cara *judgment sampling* dalam *purposive sampling* yaitu memilih responden yang paling tepat untuk bisa memberikan informasi yang dibutuhkan (Sekaran 2003: 277), dan dalam penelitian ini responden yang sudah pernah melakukan *complaint* saja.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

3.2. Instrumen Penelitian

Terdapat 2 variabel dalam peneltian ini, yaitu *generalized personal antecedents* dan *attitude toward complaining.*

Generalized personal antecedents diukur dengan 4 dimensi yang dikemukakan oleh Blodgett et al (1999) dalam Phau dan Sari (2004), Singh (1989), Allison (1978), dan Bearden dan Mason (1984). Yaitu: *alienation, controllabilty, asertiveness* dan *self confident.* Pengukuran keempat dimensi tersebut ialah:

a). *Alienation*

Alienation diukur dengan 7 item pertanyaan, yang dikemukakan oleh Allison (1978) dan Singh (1990), yaitu:

1) Saya merasa produsen/toko tidak peduli terhadap pelanggan serta konsumenya.
2) Saya merasa pengalaman berbelanja di toko ini sering kali tidak menyenangkan
3) Saya merasa tidak dapat mempengaruhi manajemen toko dalam mengelola produknya
4) Saya merasa bahwa perantara/penjual tidak jujur pada konsumenya
5) Saya merasa perantara/penjual tidak menganggap konsumen sebagai hal yang penting
6) Saya merasa beberapa perantara/penjual melupakan konsumen setelah berhasil menjual produknya

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

7) Saya merasa beberapa toko mengabaikan garansi produk.

Ketujuh item tersebut diukur dengan menggunkan skala Likert, dari 1 sampai dengan 5, dimana 1 menunjukkan "sangat tidak setuju" sampai 5 menunjukkan "sangat setuju".

b). *Controllability*

Controllability diukur dengan 3 item pertanyaan yang dikemukakan oleh Blodgett et.al (1993) dalam Phau dan Sari (2004); Folkes (1984), yaitu:

1) Perusahaan harusnya dapat mencegah pengalaman belanja saya yang tidak memuaskan dan mengatasi ketidakpuasan tersebut apabila terjadi.
2) Perusahaan / toko kurang memberikan perhatian pada konsumen untuk mencegah ketidapuasan berbelanja.
3) Pengalaman berbelanja saya yang tidak memuaskan, merupakan tanggung jawab saya sendiri dan bukan tanggung jawab toko/produsen. [(R)1]

Ketiga item tersebut diukur dengan menggunakan Skala Likert, dari 1 sampai dengan 5, dimana 1 menunjukkan "sangat tidak setuju" dengan 5 menunjukkan "sangat setuju".

[(R)] Reverse

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

c). *Assertiveness*

Assertiveness diukur dengan 4 pertanyaan yang dikemukakan oleh Keng et al. (1995) dalam Phau dan Sari (2004), yaitu:

1) Saya selalu berpendirian dengan apa yang saya percayai.
2) Saya selalu menyerahkan semuanya pada takdir. (R)
3) Saya merasa tidak dapat menentukan masa depan dan takdir saya. (R)
4) Saya adalah seorang yang tegas.

Keempat item terebut di ukur dengan Skala Likert dari 1 sampai dengan 5, dimana 1 menunjukkan "sangat tidak setuju" dengan 5 menunjukkan "sangat setuju".

d). *Self confident*

Self confident diukur dengan 6 item pertanyaan yang dikemukakan oleh Keng et al. (1995) dalam Phau dan Sari (2004), yaitu:

1). Saya suka menjadi pusat perhatian.

2). Saya suka berbeda dengan yang lainya.

3). Saya lebih memilih melakukan hal yang berbeda dari pada melakukan hal yang sama dengan orang lain.

4). Saya menyukai produk yang berbeda dengan yang lain.

5). Saya tidak akan membeli apapun yang teman saya tidak sukai. (R)

Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan
MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

6). Saya mempunyai kepercayaan diri yang lebih dibandingkan orang lain.

Keenam item tersebut diukur dengan menggunakan Skala Likert, dari 1 sampai dengan 5, dimana 1 menunjukkan "sangat tidak setuju" dengan 5 menunjukkan "sangat setuju".

e). *Attitude toward Complaining*

Attitude toward complaining diukur dengan 5 item pertanyaan yang dikemukakan oleh Blodgett (1994) dalam Kim et al (2003); Richins (1982, 1983); Singh (1989), yaitu:

1) Apabila tidak mengajukan *complaint* terhadap produk dan jasa yang gagal, akan membuat diri saya tidak tenang dan tidak senang.
2) Saya berhak mengajukan *complaint* atas ketidakpuasan terhadap produk dan jasa.
3) Saya tidak melakukan *complaint* karena sering kali perusahaan menjual produk atau jasa yang tidak memuaskan. (R)
4) Saya jarang mengajukan *complaint* atas produk dan pelayanan jasa yang tidak memuaskan. (R)
5) Terkadang saya lebih memilih untuk tidak melakukan *complaint* dan tetap mengkonsumsi produk yang tidak memuaskan tersebut karena harganya cukup murah dari pada melakukan *complaint* dan mendapat ganti rugi. (R)

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Kelima item tersebut diukur dengan menggunakan Skala Likert, dari 1 sampai dengan 5, dimana 1 menunjukkan "sangat tidak setuju" dengan 5 menunjukkan "sangat setuju".

3.3. Uji Validitas Sampel Kecil

Validitas merupakan suatu ukuran untuk mengukur keabsahan suatu alat ukur. Suatu alat diakatakan baik valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur dan mampu mengungkapkan apa yang hendak diungkapkan. Tinggi rendahnya validitas alat ukur menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak mentimpang dari variabel yang dimaksud (Sekaran, 2003: 149).

Dalam penelitian ini estimasi validitas yang dinyatakan oleh suatu angka atau koefisien, atau yang dianalisisnya dilakukan terhadap data yang diperoleh secara empirik, yaitu skor sekelompok objek yang dikenai tes tersebut, maka uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *construct validity,* yaitu sejauh mana tes mengungkapkan suatu konstruk teoritis yang hendak diukur (Sekaran, 2003: 207). Untuk menguji *construct validity* bisa digunakan dengan analisis faktor konfirmatori (Sugiono, 2006: 114). Analisis faktor digunakan untuk menguji apakah suatu konstruk mempunyai *unidimensional* atau apakah indikator-indikator yang digunakan dapat mengkonfirmasikan sebuah konstruk atau variabel. Jika masing-masing indikator merupakan indikator pengukur konstruk maka akan memiliki nilai *factor loading* yang tinggi. Analisis faktor konfirmatori akan

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

mengelompokkan masing-masing indikator ke dalam beberapa faktor. Jika indikator merupakan indikator konstruk maka dengan sendirinya akan mengelompok menjadi satu dengan *faktor loading* yang tinggi (Gozhali, 2005: 47). Asumsi yang medasari dapat tidaknya digunakan analisis faktor adalah data matrik harus memiliki korelasi yang cukup. Untuk mengukur tingkat interkorelasi antar variabel dapat digunakan Kaiser-Meyer-Olkin Measure of sampling Adequacy (KMO-MSA). Nilai KMO-MSA bervariasi dari 0 sampai dengan 1. Nilai yang dikehendaki harus > 0,50 untuk dapat dilakukan analisis faktor (Gozhali, 2005: 49), daan nilai MSA > 0,5 (Santosa dan Tjiptono, 2001: 253) Dasar pengambilan keputusan valid atau tidaknya dilihat dari item yang mengelompok menjadi satu faktor (Gozhali, 2005: 51). Penentuan sampel kecil dari penelitian ini ialah sebesar 100 responden. Hasil validitas pada sampel 100 responden dapat dilihat pada Tabel 3.1.

Berdasarkan Tabel 3.1 hasil pengujian validitas *alienation, self confiendent, controllability, assertiveness, attitude toward complaining* mempunyai nilai KMO_MSA dan MSA > 0,50 sehingga bisa dilanjutkan dengan analisis faktor. Dari hasil penghitungan semua item menunjukkan pada semua variabel hanya terdapat satu faktor yang bermakna. Berarti indikator yang digunakan sebagai pengukur variabel bersifat valid atau dengan kata lain instrumen penelitian valid secara unidimensional. Hasil lengkap dari analisis faktor dapat dilihat di Lampiran 3.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Tabel 3.1

Hasil Pengujian Validitas Sampel Kecil

Metode Analisis Faktor

Item	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3	Faktor 4	Faktor 5
Alie1	0,691				
Alie2	0,757				
Alie3	0,840				
Alie4	0,877				
Alie5	0,850				
Alie6	0,543				
Alie7	0,660				
Cont1					0,579
Cont2					0,518
Cont3					0,610
Asset1				0,533	
Asset2				0,623	
Asset3				0,917	
Asset4				0,917	
Sc1		0,623			
Sc2		0,755			
Sc3		0,821			
Sc4		0,672			
Sc5		0,741			
Sc6		0,737			
Att1			0,658		
Att2			0,758		
Att3			0,854		
Att4			0,899		
Att5			0,903		

Sumber: Lampiran 3

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

3.4. Uji Reliabilitas Sampel Kecil

Uji reliabilitas pada alat ukur perlu dilakukan untuk memastikan instrumen dari alat ukur yang digunakan untuk penelitian ini adalah konsisten dan akurat. Reliabilitas berkaitan dengan konsisitensi, akurat dan prediktibilitas suatu alat ukur. (Sekaran, 2008: 203).

Mengingat alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini adalah kuesioner yang terdiri dari beberapa pertanyaan, maka perlu diuji reliabilitas dari setiap variabel yang digunakan dengan melihat *Cronbach's alpha* sebagai koefisien dari reliabilitas. *Cronbach's alpha* dapat diartikan sebagai hubungan positif antara item/pertanyaan satu dengan yang lainnya. Dimana menurut Sekaran (2008: 307) semakin dekat *Cronbach's alpha* dengan angka 1 maka semakin tinggi *internal* konsistensi reliabilitynya.

Menurut Hair et al (2006: 137) pada umunya nilai tingkat penerimaan reliability adalah diatas 0,7 meskipun bisa diturunkan hingga 0,6 untuk *exploratory research*. Berdasarkan data dari 50 responden maka *Koefisien Cronbach's Alpha* untuk masing-masing variabel dapat dilihat dalam Tabel 3.2.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Tabel 3.2

Hasil Pengujian Reliabilitas Sampel Kecil

Cronbach's Alpha Coeficient

Konstruk	Items	Cronbach's Coefficent Alpha	Keterangan
Alienation	7	0,914	Reliabel
Controllability	3	0,783	Reliabel
Assertiveness	4	0,914	Reliabel
Self Confident	6	0,886	Reliabel
Attitude toward Complaining	5	0,883	Reliabel

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 3.2 koefieien *Cronbach's Alpha* untuk semua konstruk dengan masing-masing item pertanyaan memiliki nilai *Cronbach's Coefficent Alpha* > 0,70 maka dari semua konstruk yang ada dinyatakan konstruk reliable. Maka dapat disimpulkan alat ukur yang digunakan adalah konsisten dan konstrak dapat dipercaya.

3.5. Prosedur Analisis

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi berganda, dimana metode ini adalah suatu metode analisis data untuk mengukur besarnya pengaruh lebih dari satu variabel bebas pada satu variabel terikat.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Meskipun pada penelitian ini hanya terdapat dua varibel, tetapi pada variabel bebas yaitu *generalized personal antecedents* terdapat empat dimensi (*alienation, controllabilty, assertiveness, self confident*) yang dijuji pengaruhnya satu persatu dan secara bersamaan terhadap variabel terikat yaitu *attitude toward complaining*. Oleh sebab itu penelitian ini menggunakan metode *multiple regression analysis* (regresi berganda). *Multiple regression analysis* adalah tekhnik statistik yang bisa digunakan untuk menganalisa hubungan antara *single dependent variable* dengan beberapa *independentt variables* (Hair et al, 2006: 176).

Pengolahan data untuk penelitian ini menggunakan software SPSS Statistik 17.0. Pengujian hipotesis dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian ini, dimana syarat dari pengujian hipotesis yang dilakukan adalah:

p – value < 0,05 maka Ho ditolak

p – value > 0,05 maka Ho diterima

3.5.1. Uji F

Pengujian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh dari *variable independentt* beserta seluruh dimensinya secara bersama-sama pada *variable dependent* (Hair et al, 2006: 173). Secara umum bentuk hipotesisnya adalah sebagai berikut:

Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan
MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Ho: *Variable independentt* beserta seluruh dimensinya tidak berpengaruh positif pada *variable dependent.*

Ha: *Variable independentt* beserta seluruh dimensinya berpengaruh positif pada *variable dependent.*

3.5.2. Uji t (Signifikasi Paramer Individual)

Uji t digunakan untuk menguji signifikasi pengaruh masing-masing dimensi dari variabel *independentt* pada *variable dependent* (Hair et al, 2006; 173) Pengujian ini juga digunakan untuk mengetahui dimensi dari variabel *independentt* mana yang mempenyai pengaruh paling besar pada *variable dependent* dan dimensi mana yang tidak mempunyai pengaruh pada *varible dependent*.

3.6. Proses Penyebaran Kuesioner Sampel Besar (N=300)

Penyebaran kuesioner sebanyak 300 responden dilakukan di Carrefour ITC Kuningan dan Carrefour MT Haryono Jakarta. Dalam penyebaran kuesioner ini penulis dibantu oleh *interviewer* dari Pixel Research Indonesia sebanyak 15 orang *interviewer*. Para *interviewer* ini sudah sangat terlatih, sama dengan *interviewer* pada saat pra uji, jadi para *interviewer* ini hanya di *briefing* satu hari sebelum penyebaran kuesioner.

Untuk proses *quality control* dari data responden, penulis melakukan *call back* (menghubungi kembali responden yang telah membantu memberikan jawaban,

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

dan menanyakan kembali pertanyaan yang sudah dijawab oleh responden untuk memastikan bahwa jawaban tersebut adalah benar) untuk setiap 3 responden yang didapatkan oleh *interviewer*, dan apabila satu dari 3 data hasil kuesioner yang di dapat pada saat diperiksa mengalami keganjilan maupun pemalsuan profil responden maka seluruh kuesioner yang diperoleh *interviewer* yang bersangkutan akan di batalkan dan *interviewer* diharuskan mengganti atau melakukan penyebaran kuesioner ulang.

Penulis hanya cukup mengkontrol pada hari pertama penyebaran kuesioner dilaksanakan, dan sisanya hanya para *interviewer* yang melaksanakan proses penyebaran kuesioner. Bagi setiap responden yang telah membantu memberikan jawaban untuk kuesioner ini diberikan cinderamata (*gift*) berupa mug kecil. Proses penyebaran kuesioner diselesaikan selama 5 hari.

3.7. Uji Persyaratan *Multiple Regresion*

Uji ini dilakukan untuk menguji apakah data dalam varibel dan dimensinya yang digunakan dalam peneltian ini melanggar asumsi klasik atau tidak, dimana apabila melanggar asumsi klasik, maka data yang ada dalam peneltian ini tidak dapat digunakan untuk hipotesis. Hasil dari uji asumsi klasik dalam penelitian ini, semua data yang diuji dengan berbagai macam metode telah lulus uji dan layak untuk uji regresi ganda. Berikut ini beberapa uji persyaratan *multiple regression* yang dilakukan.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

A. Uji Autokorelasi

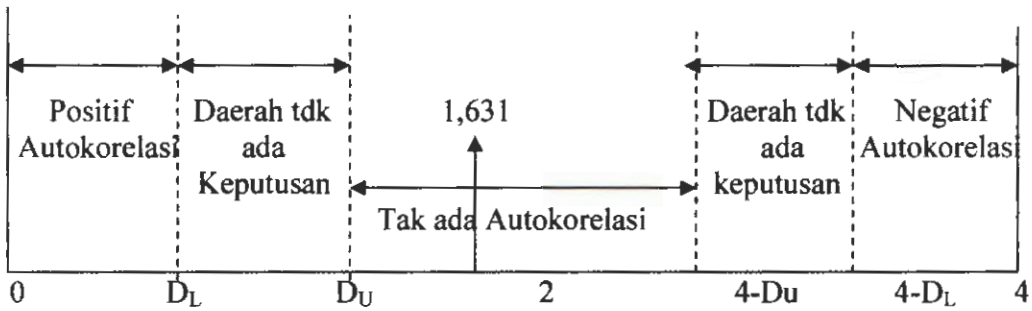
Autokorelasi merupakan korelasi antara anggota seri observasi yang disusun menurut urutan waktu atau tempat/ruang, atau korelasi yang timbul akibat dirinya sendiri (Sugiharto, 1992) yang dikutip oleh Sudarmanto (2005: 142). Berdasarkan konsep tersebut maka uji asumsi tentang autokorelasi sangat penting dilakukan tidak hanya pada data yang bersifat *time series* saja akan tetapi semua data yang diperoleh perlu diuji terlebih dahulu autokorelasinya apabila akan dianalisa regresi linear berganda.

Adanya autokorelasi dapat mengakibatkan penaksir mempunyai varians tidak minimum dan uji tidak dapat digunakan karena akan menimbulkan kesimpulan yang salah (Sudarmanto, 2005: 143). Untuk menguji autokorelasi dapat dilihat dari nilai *Durbin Watson* (DW), yaitu jika nilai DW terletak antara du dan (4 – dU) atau du ≤ DW ≤ (4 – dU), berarti bebas dari autokorelasi. Jika nilai DW lebih kecil dari dL atau DW lebih besar dari (4 – dL) berarti terdapat autokorelasi atau nilai statistiik *Durbin Watson* mendekati nilai 2, maka dapat dinyatakan bahwa data pengamatan tersebut tidak memiliki autokorelasi (Sudarmanto, 2005: 143). Pengujian autokorelasi dalam penelitian ini dibantu dengan program SPSS. Hasil dari uji autokorelasi dapat dilihat dalam Gambar 3.1.

Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan
MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Gambar 3.1

Hasil Uji Autokorelasi Durbin Watson



Sumber: Lampiran 5

Dari Gambar 3.1 dapat dilihat bahwa nilai DW sebesar 2,009 terletak diantara dU dan 4 –dU maka data dari penelitian ini tidak terdapat autokorelasi dan nilai DW mendekati nilai 2, maka data dari penelitian ini layak untuk di uji regresi ganda.

B. Uji Multikolinearitas

Uji asumsi tentang multikolinearitas ini dimaksudkan untuk membuktikan atau menguji ada tidaknya hubungan yang linear antara variabel *independent* satu dengan variabel *independent* lainnya. Dalam regresi ganda maka akan terdapat dua atau lebih variabel *independent* yang diduga mempengaruhi varibel *dependen*. Pendugaan ini akan dipertanggungjawabkan apabila tidak terjadi hubungan linear (multikolinearitas) diantara varibel-varibel *independentt*. Adanya hubungan linear antar varibel *independentt* akan

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

menimbulkan kesulitan dalam memisahkan pengaruh masing-masing varibel terhadap varibel terikatnya (Sudarmanto, 2005: 137).

Untuk mendeteksi apakah model regresi linier mengalami multikolinearitas dapat diperiksa menggunakan *variance inflation factor* (VIF) untuk masing-masing variabel *independentts*, yaitu jika suatu variabel *independent* mempunyai nilai VIF > 10 berarti telah terjadi multikolinearitas atau sebaliknya (Sudarmanto, 2005: 140). Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat dalam Tabel 3.4.

Tabel 3.3

Hasil uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Alieanation	0,767	1,304
Self Confident	0,855	1,169
Controllability	0,960	1,041
Assertiveness	0,819	1,221

Sumber: Lampiran 6

Dari Tabel 3.5 nilai VIF dari semua variabel bebas < 10 maka data dalam penelitian ini tidak ada gejala multikolinearitas dan layak untuk diuji regresi ganda.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

C. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah variasi residual absolut sama atau tidak sama untuk semua pengamatan. Apabila asumsi tidak terjadinya heteroskedatisitas ini tidak terpenuhi, maka penaksir menjadi tidal lagi efesien baik dalam sampel kecil maupun sampel besar (Gujarati, 1997) dan estimasi koefisien dapat dikatakan menjadi kurang akurat (Rietveld dan Sunaryanto, 1993) yang dikutip oleh Sudarmanto (2005: 148). Uji heteroskedastisitas daapat menggunakan uji *Rank Spearman* yang dibantu dengan program SPSS. Dasar pengambilan keputusannya ialah apabila nilai signifikan (Sig. 2 tail) > 0,05 maka data dapat dinyatakan tidak ada gejala heteroskedastisitas (Sudarmanto, 2005: 154). Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat dalam Tabel 3.5.

Tabel 3.4

Uji Heteroskedastisitas Rank Spearman

No	Variabel	Sig. 2-tailed	Keterangan
1	Alienation	0,085	Tidak ada heteroskedastisitas
2	Self confident	0,465	Tidak ada heteroskedastisitas
3	Controllability	0,948	Tidak ada heteroskedastisitas
4	Assertiveness	0,473	Tidak ada heteroskedastisitas

Sumber: Lampiran 7

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Dari hasil pengujian Rank Spearman dalam Tabel 3.5 nilai p-value atau nilai signifikan (Sig. 2-tailed) semua variabel bebas > 0,05 maka data dalam penelitian ini tidak ada gejala heteroskedastisitas dan layak untuk diuji regresi berganda.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan
MT. Haryono Jakarta**
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Responden

Dari hasil penyebaran kuesioner maka di dapat profil responden yang diteliti dalam penelitian ini sebagai berikut, total jawaban responden yang diperoleh berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1

Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	111	37 %
Wanita	189	63 %
Total	300	100 %

Sumber: Lampiran 2

Pada Tabel 4.1 dapat dilihat bahwa dari 300 orang responden di Carrefour ITC Kuningan dan MT Haryono, yang menjadi responden pria adalah 113 orang (37 %) dan wanita adalah sebanyak 189 orang (63 %). Dilihat dari data responden yang ada,

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

berarti mayoritas responden berdasarkan jenis kelamin adalah wanita, sedangkan minoritas responden adalah pria.

Total jawaban responden yang diperoleh berdasarkan usia dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2

Profil Responden Berdasarkan Usia

Usia	< 20	21-35	36-45	46-55	> 56	Total
Jumlah	21	81	129	36	33	300
Persentase	7 %	27 %	43 %	12 %	11 %	100 %

Sumber: Lampiran 2

Pada Tabel 4.2 dapat dilihat bahwa dari 300 orang responden yang berbelanja di Carrefour ITC Kuningan dan MT Haryono, yang berusia < 20 tahun adalah sebanyak 21 orang (7 %), yang berusia 21-35 tahun sebanyak 81 orang (27 %), yang berusia 36-45 sebanyak 129 orang (43 %), dan yang berusia 46-55 sebanyak 36 orang (12 %), sedangkan untuk kategori responden yang berusia > 56 tahun adalah sebanyak 33 orang (11 %). Hal ini berarti mayoritas reponden berdasarkan usia adalah responden yang berusia 36-45 tahun, sedangkan minoritas dari data ini adalah usia < 20 tahun.

Total jawaban responden yang diperoleh berdasarkan pendidikan terakhir dalam penelitian ini dapat dilihat dalam Tabel 4.3.

Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan
MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Tabel 4.3

Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan	Jumlah	Persentase
TK – SMU	51	17 %
Diploma 1	33	11 %
Diploma 3	69	23 %
S 1	105	35 %
S 2	42	14 %
Total	300	100 %

Sumber: Lampiran 2

Pada Tabel 4.3 dapat dilihat bahwa dari 300 orang responden yang berbelanja di Carrefour ITC Kuningan dan MT Haryono, yang berpendidikan TK-SMU adalah sebanyak 51 orang (17%), Diploma I (D1) sebanyak 33 orang (11 %), yang berpendidikan Diploma III (D3) adalah sebanyak 69 orang (23 %), dan responden yang berpendidikan Sarjana 1 (S1) adalah sebanyak 105 orang (35 %), sedangkan untuk responden yang berpendidikan Sarjana 2 (S2) terdapat sebanyak 42 orang (14 %). Hal ini berarti bahwa mayoritas responden berdasarkan pendidikan terakhir adalah Sarjana 1 (S1), sedangkan minoritas responnya adalah Diploma 1 (D1).

Total jawaban responden yang diperoleh berdasarkan jenis pekerjaan dalam penelitian ini adalah:

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Tabel 4.4

Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

Status Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar/mahasiswa	42	14 %
Pegawai Negeri	57	12 %
Pegawai Swasta	99	39 %
Wiraswasta	30	10 %
Ibu Rumah Tangga	72	25 %
Total	300	100 %

Sumber: Lampiran 2

Pada Tabel 4.4 dapat dilihat bahwa dari 300 orang responden yang berbelanja di Carrefour ITC Kuningan dan MT Haryono, yang berstatus pelajar/mahasiswa adalah sebanyak 42 orang (14%), yang berstatus pegawai negeri sebanyak 57 orang (12%), dan untuk yang berstatus pegawai swasta berjumlah 99 orang (39%), lalu orang berstatus pekerjaan wiraswasta sebanyak 30 orang (10%), sedangkan yang mempunyai pekerjaan sebagai ibu rumah tangga berjumlah sebanyak 72 orang (25 %). Hal ini berarti mayoritas dari responden yang diteliti dari jenis atau status pekerjaanya adalah responden yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta, dan sedangkan minoritas respondennya adalah responden yang pekerjaannya wiraswasta.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

4.2. Uji Validitas Sampel Besar

Setelah dilakukan penyebaran kuesioner dengan sampel sebesar 300 *responden*, maka sebelum di uji regresi ganda data harus di uji validitasnya dahulu dengan tujuan untuk mengukur keabsahan suatu alat ukur. Suatu alat diakatakan baik valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur dan mampu mengungkapkan apa yang hendak diungkapkan. Tinggi rendahnya validitas alat ukur menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak mentimpang dari variabel yang dimaksud (Sekaran, 2003:149). Hasil validitas dengan sampel besar dapat dilihat dalam Tabel 4.5.

Berdasarkan Tabel 4.5 hasil pengujian pengujian validitas keseluruhan item dari *alienation, self confiendent, controllability, assertiveness, attitude toward complaining* mempunyai nilai MSA > 0,50 sehingga bisa dilanjutkan dengan analisis faktor. Dari hasil penghitungan analisis faktor tersebut terdapat beberapa item instrumen yang harus dikeluarkan dari model penelitian, karena tidak mengelompok pada suatu faktor maupun nilai faktor *loading* yang dimiliki tidak > 0,55. Hasil penghitungan lengkap bisa dilihat dalam Lampiran 8.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Tabel 4.5

Hasil Pengujian Validitas Sampel Besar

Metode Analisis Faktor

Item	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3	Faktor 4	Faktor 5
Alie2	-0,706				
Alie3	-0,524				
Alie4	-0,830				
Alie5	-0,920				
Cont1					0,714
Cont2					0,758
Asset1				0,881	
Sc4			0,777		
Sc5			0,853		
Sc6			0,840		
Att1		0,584			
Att2		0,829			
Att3		0,755			
Att4		0,570			

Sumber: Lampiran 8

4.3. Uji Reliabilitas Sampel Besar

Sama halnya dengan uji validitas, uji reliabilitas dengan sampel besar juga dilakukan sebelum data diuji regresi ganda dengan tujuan untuk memastikan instrumen dari alat ukur yang digunakan untuk penelitian ini adalah konsisten dan

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

akurat. Reliabilitas berkaitan dengan konsisitensi, akurat dan prediktibilitas suatu alat ukur. Hasil reliabilitas dengan sampel besar dapat dilihat dalam Tabel 4.6.

Tabel 4.6

Hasil Pengujian Reliabilitas Sampel Besar

Cronbach's Alpha Coeficient

Konstruk	Items	Cronbach's Coefficent Alpha	Keterangan
Alienation	4	0,814	Reliabel
Self Confident	3	0,827	Reliabel
Controllability	2	0,784	Reliabel
Attitude toward Complaining	4	0,772	Reliabel

Sumber: Lampiran 9

Berdasarkan Tabel 4.6 koefieien *Cronbach's Alpha* untuk semua konstruk dengan masing-masing item pertanyaan memiliki nilai *Cronbach's Coefficent Alpha* > 0,70 maka dari semua konstruk yang ada dinyatakan konstruk *reliable*. Sedangkan untuk dimensi *assertiveness* tidak perlu dilakukan uji reliabilitas karena hanya terdapat satu item alat ukur. Maka dapat disimpulkan seluruh alat ukur yang digunakan adalah konsisten dan konstrak dapat dipercaya serta data layak untuk di uji regresi ganda.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

4.4. Statistik Deskriptif

Statistik *deskrpitif* menguraikan jawaban responden dalam bentuk minimal, maksimal, mean (rata-rata) dan *standard deviation* dari masing-masing jawaban, diamana responden menjawab masing-masing pertanyaan dengan memberikan skor yang telah ditentukan, dan dalam peneltian ini digunakan skala 1 sampai dengan 5.

Nilai minimum menggambarkan skor minimum yang diberikan responden dan sebaliknya nilai maksimal menggambarkan skor maksimum yang diberikan oleh responden, nilai *mean* menggambarkan rata-rata skor yang diberikan responden dan nilai *standard deviation* menyatakan kecenderungan variasi data, dimana jika nilai *standard deviation* mendekati nol maka variasi jawaban yang diberikan oleh responden semakin tidak bervariasi (homogen) dan begitu pula sebaliknya jika nilai standard deviation menjahui nilai nol maka variasi jawaban yang diberikan responden semakin bervariasi (heterogen).

Berikut ini adalah Tabel statistik deskriptif yang diperoleh melalui data statistik berdasarkan item-item yang terdapat dalam kuesioner yang disajikan dalam Tabel 4.7.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Tabel 4.7

Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maksimum	Mean	Standard Deviation
Alieantion	300	1	3,25	2,268	0,523
Controllability	300	3	5	4,121	0,567
Assertiveness	300	1,50	5	3,450	0,761
Self confident	300	2	5	3,726	0,673
Attitude toward complaining	300	1,50	5	3,540	0,678

Sumber: Lampiran 2

Dilihat dari nilai rata-ratanya, menjelaskan bahwa responden cenderung menjawab tidak setuju untuk dimensi *alienation*, dimana *alienation* dari *generalized personal antecedents* dinilai buruk, yang artinya perusahaan kurang memperhatikan keinginan konsumen. Sedangkan dilihat dari *standard deviation* sebesar 0,523, menunjukkan bahwa penyebaran data bersifat heterogen dan jawaban dari respondennya cukup bervariasi. 2) *generalized personal antecedents* dilihat dari dimensi *controllability* terdiri dari 3 pertanyaan dengan jumlah responden yang diteliti sebanyak 300 responden, diperoleh nilai minimum sebesar 3 dan nilai maksimum sebesar 5 dengan nilai rata-rata sebesar 4,121. Dilihat dari nilai rata-ratanya menunjukkan bahwa responden cenderung menjawab setuju untuk dimensi

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

controllability. Hal ini menjelaskan bahwa *controllability* dari perusahaan atau produsen dinilai tinggi bagi responden, yang artinya perusahaan memiliki kemampuan dalam memprediksi dan mengendalikan ketidakpuasan konsumen yang tinggi. dilihat dari *standard deviation* sebesar 0,567, menunjukkan bahwa penyebaran data bersifat heterogen dan jawaban dari responden cukup bervariasi. 3) *generalized personal antecedents* dilihat dari dimensi *assertiveness* terdiri dari 4 pertanyaan dengan jumlah responden sebanyak 300 responden, diperoleh nilai minimum sebesar 1,5 dan nilai maksimum sebesar 5 dengan nilai rata-rata sebesar 3,450. Dilhat dari nilai rata-rata menunjukkan bahwa responden cenderung menjawab setuju untuk dimensi *assertiveness*, yang artinya ketegasan dalam mengajukan *complaint* dari responden dinilai tinggi. Sedangkan dilihat dari *standard deviation* sebesar 0,761, menunjukkan bahwa penyebaran data bersifat heterogen dan jawaban dari responden cukup bervariasi. 4) *generalized personal antecedents* dilihat dari dimensi *self confident* terdiri dari 6 pertanyaan dengan jumlah responden sebanyak 300, diperoleh nilai minimum sebesar 2 dan nilai maksimum sebesar 5 dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 3,726. dilihat dari nilai rata-ratanya responden cenderung menjawab percaya diri untuk *self confident*, dimana *self confident* dari responden dinilai tinggi. Sedangkan dilihat dari standar deviasi yang sebesar 0,673, menunjukkan bahwa penyebaran data bersifat heterogen dan jawaban dari responden cukup bervariasi. 5) *attitude toward complaining* terdiri dari 5 pertanyaan dengan jumlah responden sebanyak 300 orang, diperoleh nilai minimum sebesar 1,5 dan nilai maksimum sebesar 5 dengan nilai rata-rata 5,540. dilihat dari nilai rata-ratanya menunjukkan

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

bahwa responden cenderung menjawab setuju untuk *attitude toward complaining*, dimana *attitude toward complaining* terhadap perusahaan dinilai rendah yang artinya kecenderungan pengungkapan ketidakpuasan dalam pengajuan *complaint* dari responden rendah. Sedangkan dilihat dari *standard deviation* sebesar 0,678, menunjukkan bahwa penyebaran data bersifat heterogen dan jawaban dari responden cukup bervariasi.

4.5. Hasil Penelitian

Berdasarkan data pengolahan dengan menggunakan data statistik maka didapatkan hasil penelitian yang disajikan berikut ini:

Hiotesis pertama: apakah terdapat pengaruh *generalized personal antecedents* pada *attitude toward complaining*, dan diolah dengan menggunakan SPSS Statistik 17.0, maka diperoleh hasil pengujian hipotesis yang dijabarkan sebagai berikut ini:

Ho1 : Tidak terdapat pengaruh positif *generalized personal antecedents* pada *attitude toward complaining*.

Ha1 : Terdapat pengaruh positif *generalized personal antecedents* pada *attitude toward complaining*.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Tabel 4.8

Pengujian Uji F

Pengaruh Generalized Personal Antecedents Pada Attitude Toward Complaining

F-hitung	Sig.	Kesimpulan
24,789	0,000	Ho ditolak

Sumber: Lampiran 10

Ho1 : $b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$

Alienation, self confident, controllability dan asertiveness secara bersama-sama tidak berpengaruh pada *attitude toward complaining*

Ha1 : $b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$

Alienation, self confident, controllability dan asertiveness secara bersama-sama berpengaruh pada *attitude toward complaining.*

Pengambilan keputusan berdasarkan:

Jika signifikansi < 0.05, Ho ditolak.

Jika signifikansi > 0.05, Ho diterima.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Dari pengujian regresi Uji F diketahui bahwa signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka Ho1 ditolak dan Ha1 diterima, yang berarti bahwa *alienation, self confident, controllability* dan *asertiveness* secara bersama-sama (*generalized personal antecedents)* mempunyai pengaruh pada *attitude toward complaining*. Hal ini membuktikan bahwa semakin baik pengalaman sebagai faktor penentu perilaku konsumen (*generalized personal antecedents*), maka konsumen semakin terdorong untuk mengajukan *complaint* pada produsen atau perusahaan.

Tabel 4.9

Hasil Uji t

Variabel	Coefficient beta	t-hitung	Sig.	Kesimpulan
Alienation	-0,362	-6,302	0,000	Ho ditolak
Self Confident	0,075	1,377	0,170	Ho diterima
Controllability	0,140	2,716	0,007	Ho ditolak
Assertiveness	0,122	2,118	0,029	Ho ditolak

Sumber: Lampiran 10

Hipotesis kedua: apakah terdapat pengaruh *alienation* pada attitude *toward complaining*, dan diolah dengan menggunakan SPSS Statistik 17.0, maka diperoleh hasil pengujian sebagai berikut:

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Ho2 : Tidak terdapat pengaruh negatif *alienation* pada *attitude toward complaining.*

Ha2 : Terdapat pengaruh negatif *alienation* pada *attitude toward complaining.*

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa koefisien variabel *alienation* adalah negatif sebesar -0,362 yang berarti semakin besar *alienation* akan menurunkan *attitude toward complaining.* Hal ini membuktikan bahwa semakin besar kekecewaan (*alienation*) yang dirasakan konsumen, maka konsumen akan semakin enggan untuk bersedia melakukan *complaint* terhadap produsen atau perusahaan. Pengaruh *alienation* signifikan secara statistik karena dari hasil uji t diatas diketahui bahwa signifikansi variabel *alienation* sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka Ho2 ditolak dan Ha2 diterima yang berarti terdapat pengaruh negatif *alineation* pada *attitude toward complaining.*

Hipotesis Ketiga: apakah terdapat pengaruh *controllability* pada *attitude toward complaining*, dan diolah dengan menggunakan SPSS Statistik 17.0, maka diperoleh hasil pengujian hipotesis yang dijabarkan berikut ini:

Ho3 : Tidak terdapat pengaruh positif *controllability* pada *attitude toward complaining.*

Ha3 : Terdapat pengaruh positif *controllability* pada *attitude toward complaining.*

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa koefisien variabel *controllability* adalah positif sebesar 0,140 yang berarti semakin baik perusahaan dalam mengendalikan ketidakpuasan konsumennya (*controllability*), maka konsumen akan semakin bersedia mengajukan *complaint* pada produsen atau perusahaan. Pengaruh *controllability* signifikan secara statistik karena dari hasil uji t pada Tabel diketahui bahwa signifikasi *controllability* sebesar 0,007 lebih kecil dari 0,05 maka Ho3 ditolak dan Ha3 diterima yang berarti terdapat pengaruh *controllability* pada *attitude toward complaining*.

Hipotesis Keempat: apakah terdapat pengaruh *assertiveness* pada *attitude toward complaining*, dan diolah dengan menggunakan SPSS Statistik 17.0, maka diperoleh hasil pengujian hipotesis berikut ini:

Ho4 : Tidak terdapat pengaruh positif *assertiveness* pada *attitude toward complaining*.

Ha4 : Terdapat pengaruh positif *assertiveness* pada *attitude toward complaining*.

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui koefisien varibel *assertiveness* adalah positif sebesar 0,122 yang berarti semakin semakin besar *assertiveness* konsumen, akan semakin menaikan *attitude toward complaining*. Hal ini membuktikan bahwa konsumen yang memiliki *assertiveness* (ketegasan dalam menyikapi ketidakpuasan berbelanja) akan mendorong konsumen untuk melakukan *complaint* terhadap toko

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

atau produsen. Pengaruh *assertiveness* signifikasi secara statistik karena dari hasil uji t pada tabel, diketahui bahwa signifikasi *assertiveness* sebesar 0,029 lebih kecil dari 0,05 maka Ho4 ditolak dan Ha4 diterima yang berarti terdapat pengaruh *assertiveness* pada *attitude toward complaining*.

Hipotesis Kelima: apakah terdapat pengaruh *self confident* pada *attitude toward complaining*, dan diolah dengan menggunakan data statistik, maka diperoleh hasil hipotesis berikut ini:

Ho5 : Tidak terdapat pengaruh positif *self confident* pada *attitude toward complaining*.

Ha5 : Terdapat pengaruh positif *self confident* pada *attitude toward complaining*.

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa koefisien *self confident* adalah positif sebesar 0,075 yang berarti semakin besar *self confident* akan semakin menaikan *attitude toward complaining*. Hal ini membuktikan bahwa konsumen yang memiliki *self confident* (kepercayaan diri dalam melakukan *complaint*) akan mendorong konsumen untuk melakukan *complaint* terhadap toko atau produsen. Pengaruh *self confident* tidak signifikasi secara statistik karena dari hasil uji t pada tabel diketahui bahwa signifikansi *self confidence* sebesar 0,170 lebih besar dari 0,05 maka Ho5 diterima dan Ha5 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh *self confident* pada *attitude toward complaining*.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

4.6. Temuan Hasil Penelitian

Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa *generalized personal antecedents* mempunyai pengaruh positif terhadap *attitude toward complaining*, dimana secara bersama-sama seluruh dimensi dari *generalized personal antecedents,* tetapi tidak semua dimensi dari *generalized personal antecedents* mempunyai pengaruh pada *attitude toward complaining*, dimana dalam penelitian ini dimensi *self confident* tidak mempunyai pengaruh pada *attitude toward complaining*. Hasil ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Kim et al (2003) dan Bowo (2006), semua dimensi dari *generalized personal antecedents* mempunyai pengaruh pada *attitude toward complaining*. Hal ini dapat dilihat dari tingkat signifikasi dari dimensi *self confident* sebesar 0,170 > dari 0,05 yang berarti Ho diterima (tidak terdapat pengaruh *self confident* pada *attitude toward complaining*).

Perbedaan ini terjadi karena dalam peneltian ini menggunakan dimensi tambahan dari *generalized personal antecedents* yaitu *assertiveness* dan *self confident*, dan menggunakan responden konsumen yang baru saja selesai berbelanja dan pernah melakukan *complaint* sebelumnya di *convenience store.* Sedangkan pada peneltian sebelumnya Kim et al (2003) dan Bowo (2006) menggunakan responden konsumen yang baru saja selesai berbelanja dan pernah melakukan *complaint* sebelumnya di *departement store*. Berarti responden dalam penelitian ini lebih cenderung akan melakukkan *complaint* apabila perusahaan lebih peduli terhadap

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

keinginan konsumen dan perusahaan bisa mengendalikan dan menanggapi ketidakpuasan berbelanja konsumen, dibandingkan sifat dasar dari responden yaitu *assertiveness* dan *self confident*.

Penelitian ini juga mendapatkan hasil bahwa dari keempat dimensi dari *generalized personal antecedents* yang mempunyai pengaruh paling signifikan pada *attitude toward complaining* adalah *alienation*, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan sebesar 0,000 dan nilai beta sebesar -0,362. Artinya semakin besar kekecewaan yang dirasakan oleh konsumen terhadap produsen atau toko, maka semakin rendah sikap konsumen untuk bersedia mengajukan *complaint*.

Diikuti dengan dimensi *controllability* yang memiliki nilai signifikasi sebesar 0,007 dan nilai beta sebesar 0,140. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kemampuan perusahaan atau produsen dalam mengendalikan ketidakpuasan konsumen, maka sikap konsumen untuk bersedia mengajukan *complaint* pada perusahaan juga akan semakin baik.

Yang terakhir dimensi *assertiveness* yang memiliki nilai signifikasi sebesar 0,029 dan nilai beta sebesar 0,122. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang memilki *assertiveness* (ketegasan dalam menyikapi ketidakpuasan dalam pembelian) yang tinggi, maka sikap konsumen untuk bersedia mengajukan *complaint* pada produsen atau toko juga akan semakin tinggi atau baik.

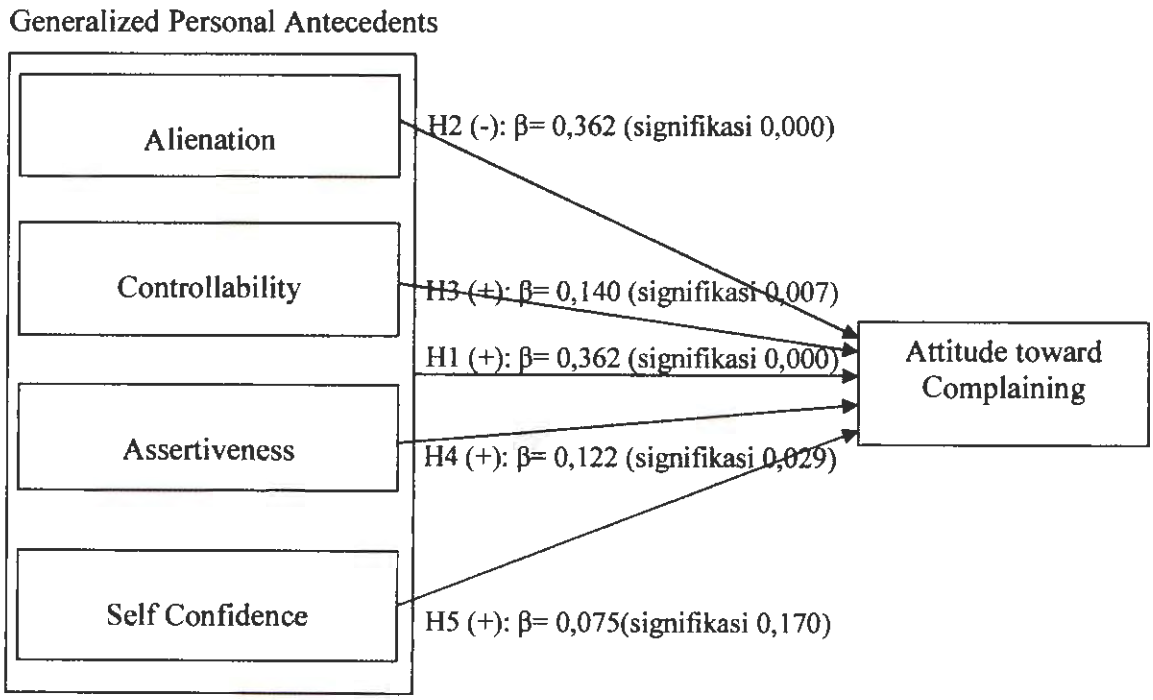
UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kecenderungan konsumen untuk melakukan *complaint* lebih besar dipengaruhi oleh faktor *internal* perusahaan itu sendiri dibandingkan dengan faktor *external* perusahaan, yaitu *alienation* konsumen yang diakibatkan oleh ketidakpedulian perusahan dengan apa yang diinginkan oleh konsumen dimana perusahaan mengabaikan tanggung jawab dalam kepuasan berbelanja konsumen, serta *controllability* dari perusahaan yang dianggap konsumen sangat lemah sehingga mendorong terjadinya kecenderungan konsumen untuk enggan melakukan *complaint*. Hal ini dapat dilihat dari nilai beta kedua dimensi tersebut lebih besar dibandingkan dengan nilai beta dari dimensi *assertiveness* dan *self confident* yang berasal dari *external* perusahaan meskipun perusahan bisa mendorong tingkat *assertiveness* dan *self confident* konsumen. Hasil dari penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 4.1.

Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan
MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Gambar 4.1

Hasil pengaruh *Generalized Personal Antecedents* pada *Attitude toward Complaining*



UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL, DAN SARAN UNTUK PENELITIAN SELANJUTNYA

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan dalam bab-bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian ini tetap mendapatkan hasil terdapat pengaruh positif *generalized personal antecedents* pada *attitude toward complaining* meskipun menggunakan dimensi yang berbeda dari *generalized personal antecedents* dibandingkan dengan peneltian sebelumnya. Hal ini membuktikan bahwa semakin baik pengalaman sebagai faktor penentu perilaku konsumen, maka konsumen semakin terdorong untuk mengajukan komplain pada produsen atau perusahaan. Tetapi tidak semua dimensi dari *generalized personal antecedents* mempunyai pengaruh pada *attitude toward complaining*, hal ini ditunjukkan dengan hasil signifikasi dari dimensi *self confident* dalam peneltian ini mendapatkan hasil tidak memmpunyai pengaruh pada *attitude toward complaining*.

Sedangkan untuk dimensi yang lain dari *generalized personal antecedents* yaitu *alienation, controllablity, assertiveness* mempunyai pangaruh yang signifikan pada *attitude toward complaining*. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikasi dan nilai

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

beta untuk masing-masing dimensi. Untuk *alienation* sendiri hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, dimensi *alienation* adalah dimensi yang mempunyai pengaruh yang paling besar pada *attitude toward complaning*, diikuti oleh *controllability*, kemudian *assertiveness*. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen akan lebih cenderung terdorong untuk melakukan *complaint* apabila mereka mempunyai tingkat kekecewaan yang rendah pada perusahaah/toko tersebut, dibandingkan dengan penilaian konsumen terhadap kemampuan perusahaan untuk mengendalikan ketidakpuasan konsumen, serta ketegasan konsumen dalam menyikapi ketidakpuasan mereka dalam berbelanja.

Perusahaan sendiri untuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan *complaint* demi kepentingan perusahaan, lebih besar dipengaruhi oleh faktor *internal* perusahaan itu sendiri dibandingkan dengan faktor *external* perusahaan, yaitu *alienation* konsumen yang diakibatkan oleh ketidakpedulian perusahan dengan apa yang diinginkan oleh konsumen dimana perusahaan mengabaikan tanggung jawab dalam kepuasan berbelanja konsumen, serta *controllability* dari perusahaan yang dianggap konsumen sangat lemah sehingga mendorong terjadinya kecenderungan konsumen untuk enggan melakukan *complaint*. Hal ini dapat dilihat dari nilai beta kedua dimensi tersebut lebih besar dibandingkan dengan nilai beta dari dimensi *assertiveness* dan *self confident* yang berasal dari *external* perusahaan meskipun perusahan bisa mendorong tingkat *assertiveness* dan konsumen.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

5.2. Implikasi Manajerial

Manajer pemasaran harus dapat mengembangkan strategi pememasaran yang lebih efektif lagi untuk meningkatkan tingkat kepuasan konsumen berdasarkan variabel sikap dan persepsi secara keseluruhan yang berhubungan dengan tindakan *complaint* yang dilakukan oleh konsumen. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kecenderungan pengungkapan ketidakpuasan konsumen dengan mengajukan *complaint* pada perusahaan yang bersangkutan, untuk memperoleh suatu bentuk kompensasi dari pihak perusahaan (*attitude toward complaining*) dipengaruhi oleh orientasi dari pengalaman ketidakpuasan yang dialami individu yang dipengaruhi oleh beberapa karakteristik, sehingga mendorong pembentukan sikap selanjutnya terhadap apa yang telah di alami oleh setiap individu tersebut (*generalized personal antecedents*), seperti *alienation, controllability, assertiveness,* dan selain itu *attitude toward complaining* dapat ditingkatkan dengan cara memberikan pengetahuan dan pelajaran mengenai mekanisme dan pilihan dalam melakukan *complaint.*

Berdasarkan penelitian ini *generalized personal antecedents* mempengaruhi *attitude toward complaining*, maka perusahaan harus dapat mencari jalan bagaimana (*alienation*) kekecewaan terhadap perusahaan dapat diminimalisasikan sekecil mungkin sehingga konsumen memiliki pandangan yang baik terhadap perusahaan dan berdasarkan pandangan itu konsumen akan merasa terdorong untuk melakukan *complaint*. Dan juga perusahaan harus dapat mengontrol dan menangani

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ketidakpuasan konsumen secara benar (*controllabilty*) sehingga konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaan, untuk itu perusahaan harus dapat mengakui kesalahan dan kekurangan yang ada dan merespon *complaint* konsumen dengan baik, mengingat kecenderungan *complaint* konsumen lebih banyak di pengaruhi oleh kedua faktor ini.

Sedangkan untuk *assertivenes* (ketegasan konsumen dalam menanggapi ketidakpuasan dalam pembelian) perusahaan harus dapat memotivasi konsumen bahwa *complaint* adalah hak mereka dan bagian dari proses pembelian, yang nantinya konsumen sendiri akan merasa terbiasa untuk melakukan *complaint.*

Attitude toward complaining sendiri tidak dapat berkembang secara cepat maka perusahaan harus merubah budaya kerjanya, memotivasi karyawannya untuk membiasakan diri mengahadapi ekspresi dari konsumen yang melakukan *complaint* dan meningkatkan kemauan karyawan untuk mendengarkan *complaint*, yang selanjutnya ditangani secara baik dan benar agar konsumen merasa komplain adalah hal yang tidak menyulitkan bagi mereka.

5.3. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Pertama saran untuk penelitian selanjutnya sebaiknya dilakukan bukan hanya pada *convenience store* saja tetapi di tempat-tempat lain seperti *non traditional store, discount store, dan online shopping* agar memungkinkan hasil yang baru. Kedua

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan dimensi-dimensi *generalized personal antecedents* yang lain seperti *locus of control* dan *self monitoring* serta pada peneltian selanjutnya diharapkan menggunakan sampel lebih dari 300 orang. Yang terakhir peneltian ini sebaiknya tidak hanya dari kuantitatif tetapi juga dari sisi kualitatif seperti macam-macam *complaint* responden dari segi demografi, *sub culture*. Selain itu dalam menentukan responden sebaiknya tidak dibatasi oleh responden yang sudah pernah melakukan *complaint* saja tetapi juga menggunakan responden yang belum melakukan *complaint*.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR PUSTAKA

Alisson, N.K. (1978), "A psychometric development of a test for consumer alienation from the marketplace.'' *Journal of Marketing Research.* Vol. 16. November, pp. 565-75.

Assael, H. (2004), *Consumer Behavior: A Strategic Approach*, Houghton Mifflin Company, New York.

Baker, M.J. (1999). *The IEBM Encyclopedia of Marketing*, International Thomson Business Press, Berkshire House, London, UK.

Bearden, W and Mason, J.B. (1984), "An investigation of influences on consumers reports," *Advances in Consumers Research*, Vol. 11, pp. 490-5.

Bowo, A.E. (2006) *Pengaruh Generalized personal antecedents terhadap Attitude Toward Complaining*. Tesis, Magister Manajemen Universitas Trisakti, Jakarta

Crie, D. and Ladwein, R. (2002), "Complaint letters and commitment theory: An empirical approach in mail order selling," *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, Vol. 11 No. 1, pp 44-45.

Day, R.L and Ash, S.B. (1979), "Consumers response to dissatisfaction with durable product." *Advances in Consumer Research*, Vol. 11, pp.469-71.

Davidow, M. and Dacin, P.A. (1997), "Understanding and influencing consumer complaint behavior: improving organizational complaint management," *Advances in Consumer Research*, Vol.24, pp. 450-6.

Folkes, V.S. (1984) "Consumer reaction to product failure: An attributional approach." *Journal of Consumer Research*, Vol. 10, pp. 398-409.

Fornell, C. and Westbrook, R.A. (1979), "An exploratory study of Assertiveness and consumer complaining behavior," *Advances in Consumers Research*, Vol. 6, pp.105-10.

Ghozali, I. (2005) *Aplikasi Analsis Multivariate dengan Program SPSS*, 13th ed, Badan Penerbit UNDIP, Semarang.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Griffin, M; Babin, B.J and Attaway, J.S. (1991), "An empirical investigation of the impact of negative public publicity on consumer attitude and intentions," *Advances in Consumers Research*, Vol. 18, pp. 334-41.

Gronhaug, K and Gerald, Z. (1981), "Complainers and Noncomplainers Revisited: Another Look at the Data," *Advances in Consumers Research,* 8, pp. 83-87.

Hair, J.F; Anderson. R.E; Babin, B; Black, B and Tatham, R.L. (2006), *Multivariate Data Analysis*, 6th ed, Prentice Hall, Enlewood Cliffs, NJ.

Hanke, E.J and Arthur G. R. (1994) *Understanding Business Statistics*. Mc Graw-Hill Inc, New York.

Hart, C; James, W.L; Heskett, L and Sasser, W. E. (1990), "The Profitable Art of Service Recovery," *Harvard Business Review*, 68, (July-August), 148-56.

Hawkins. D. I; Mothersbough. D. L; and Best. R. J (2007), *Consumer Behaviour: Building Marketing Strategy,* 10th ed, Mcgraw-Hill, New York.

Hermawan, A. (2003), *Pedoman Praktis Metedologi Penelitian Bisnis* LPEE Usakti, Jakarta.

Jacoby, J.and Jaccard, JJ. (1981) "The sources, meaning and validity of consumers complaint behavior: a psychological analysis," *Journal of Retailing*, Vol. 57, Fall, pp 4-24.

Kim, Chulmin; Sounghie, Kim; Subin, Im and Changhoon, Shin. (2003). "The Effect of Attitude and Perception on Consumer Complaint Intentions." *The Journal of Consumer Marketing.*

Kotler, P and Keller, K. (2009), *Marketing Management*, 13th ed, Prentice Hall, NJ.

Krapfel, RE. (1985). "A consumers complaint strategy model: Antecedents and outcomes," *Advances in Consumers Research,* vol. 12, pp. 346-50.

Lau, G.T and Ng, S. (2001). "Individual and situational factors influencing negative word of mouth behavior," *Revue Canadienne de Science de l'administration*, Vol. 18, No. 3, pp. 163-78.

Loudon, D. L and Bitta, A.J.D. (1993), *Consumer Behavior* 4th ed, McGraw-Hill, Inc, Singapore.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Margonosky, M.A, and Buckley, H.M. (1986), "Complaining Behavior Analysis by Demographics Lifestyle and Consumer Values," *Advances In Consumers Research,* Vol, 17, pp. 460-9.

Mason, J.B and Himes, S.H. (1973), "An exploratory behavioral and socio-economical profile of consumer action about a dissatisfaction with selected household appliances," *Journal of Consumer Affairs*, Vol. 7, pp. 121-7

Oliver, T.A. (1997) *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Costumer*, Irwin McGraw-Hill, Boston, MA.

Paterik, S. (2002), "Sheraton Plans to pay Guests for Bad Service," *Wall Street Journal,* September 6, 2002.

Phau, I. and Sari, R.P. (2004). "Engaging in Complaint Behavior: An Indonesian Perspective." *Marketing Intelligence & Planning.* pp. 22-4.

Rangkuti, F. (2008), *Measuring Customer Satisfaction: Gaining Customer Realtionship Startegy,* 4th ed, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Richins, M.L. (1980). "Consumers perception of cost and benefits associated with complaining," in Hunt, h.K. and Day R.L, (Eds), *Refining Concepts and Measure of Consumer Satisfaction and Complaining Behavior.* Indiana University Press Bloomington, In. pp. 50-53.

Richins, M.L. (1982). "An Investigation of consumers Attitude toward Complaining," A*dvances in Consumers Researc,* Vol. 9, pp. 502-6.

Richins, M.L. (1983). "An Analysis of consumers interaction styles in the marketplace." *Journal of Consumers Research*, Vol. 11, pp. 93-107.

Saifuddin, A. (1997), *Reliabilitas dan Validitas,* 43h ed, Pustaka Pelajar Offset, Yogyakarta.

Sandi, A.W. (2007). *Pengaruh alienation, prior complaint experience, controllability terhadap attitude toward complaining,* Skripsi Sarjana, Universitas Trisakti, Jakarta.

Sekaran, U. (2003). *Research Method for Business: A skill Building Approach,* 4thed., John Willey and Sons,Inc, New York.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Singh, J. (1988). "Consumers complaint intentions and behavior: definitional and taxonomical issues," *Journal of Marketing*, Vol. 52, January, pp.93-107.

Singh, J. (1989), "Determinants of consumers decisions to seek third party redress: An empirical study of dissatisfied patients." *Journal of Consumers Affairs*, Vol. 23, Winter, pp 329-63.

Santoso, S. dan Tjiptono F. (2001) *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.

Sugiyono, (2006) *Metode Penelitian Bisnis*, CV. Afabeta, Bandung.

Sudarmanto, G. R. (2005). *Analisis Regresi Linear Ganda dengan SPSS*, Graha Ilmu, Yogyakarta.

Tax, S.S and Brown, S.W (1998). "Recovering and Learning from Service Failure." *Sloan Management Review*, Vol. 40, Fall, pp.75-88.

Ursic, M. (1985b). "A model of the consumer decision to seek legal redress," *Journal of Consumer Affairs*, Vol. 19, pp. 20-35.

Warland, R.H; Robert O. H and Jane, W. (1975). "Dissatisfied Consumers: Who Gets Upset and Take Action," *Journal of Consumers Affairs*, 9. (Fall), 148-163.

Westbrook, RA. (1980). "Intra personal affective influences on consumer satisfaction with product," *Journal of Consumers Research*, Vol. 7, June. Pp.49-54.

Winarto, W. (2006). *Pengaruh Sikap yang dirasakan konsumen terhadap kecenderungan koomplain.* Tesis, Magister Manajemen Universitas Trisakti, Jakarta.

Zeithaml, V.A; Bery L.L and Pasuraman, A. (1996). " The Behavioral Consequences of Service Quality," *Journal of Marketing*, Vol 60 No. 2 pp. 31-46.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Lampiran 1

KUESIONER PENGARUH GENERAL PERSONAL ANTECEDENT

PADA ATTITUDE TOWARD COMPLAINING

Selamat Pagi/siang/sore/malam saya adalah interviewer perwakilan dari mahasiswa MM UGM yang sedang melakukan penelitian untuk thesis mengenai perilaku konsumen. Saya ingin mengajukan beberapa pertanyaan yang bertujuan untuk mendapatkan data mengenai perilaku konsumen, kesedian anda untuk memberikan jawaban sangat membantu penelitian ini.

Apakah Anda pernah melakukan complaint sebelumnya di Carrefour ITC Kuningan/MT.Haryono ini?

☐ Ya

☐ Tidak

Jika jawaban responden ya maka interview dilanjutkan
Jika jawaban responden tidak maka interview dihentikan

Nama :

Alamat :

Telp :

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

1) Jenis Kelamin

- ☐ Pria
- ☐ Wanita

2. Usia Anda Saat ini

- ☐ < 20 Tahun
- ☐ 21 – 35 Tahun
- ☐ 36 – 45 Tahun
- ☐ 46 – 55 Tahun
- ☐ 55 Tahun

3) Pendidikan Terakhir

- ☐ SLTA dan Sederajat
- ☐ D 1
- ☐ D 3
- ☐ S 1
- ☐ S 2
- ☐ S 3
- ☐ Kursus, lainnya (Sebutkan ; .....)

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

5) Pekerjaan

- ☐ Pelajar /Mahasiswa
- ☐ Pegawai Negeri
- ☐ Pegawai Swasta
- ☐ Wirswasta
- ☐ Ibu Rumah Tangga
- ☐ Lainnya (Sebutkan ; .....)

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

PERTANYAAN INTI

Alienation	**STS**	**TS**	**R**	**S**	**SS**
Saya merasa perusahaan / toko tidak peduli terhadap pelanggan dan konsumennya					
Saya merasa pengalaman berbelanja di toko tersebut tidak menyenangkan.					
Saya merasa tidak dapat mempengaruhi manajemen toko dalam mengelola produknya					
Saya merasa perusahaan / toko tidak menganggap konsumen sebagai hal yang penting					
Saya merasa perusahaan / toko tidak jujur pada konsumennya					
Saya merasa perusahaan / toko melupakan konsumennya setelah berhasil menjual produknya.					
Saya merasa perusahaan /toko mengabaikan garansi produk					
Controllability	**STS**	**TS**	**R**	**S**	**SS**
Perusahaan dapat mencegah pengalaman berbelanja saya yang tidak memuaskan dan dapat mengatasi ketidakpuasan tersebut apabila terjadi					

UNIVERSITAS GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Perusahaan / toko kurang memberikan perhatian pada konsumen untuk mencegah ketidapuasan berbelanja.					
Ketidakpuasan dalam pembelian merupakan tanggung jawab saya dan bukan tanggung jawab produsen /toko. (R)					
Assertiveness	**STS**	**TS**	**R**	**S**	**SS**
Saya selalu berpendirian dengan apa yang saya percapai.					
Saya selalu menyerahkan semuanya pada takdir, (R)					
Saya merasa tidak dapat menentukan masa depan dan takdir saya. (R)					
Saya adalah seorang yang tegas.					
Self Confident	**STS**	**TS**	**R**	**S**	**SS**
Saya suka menjadi pusat perhatian.					
Saya suka berbeda dengan yang lainya					
Saya lebih memilih melakukan hal yang berbeda dari pada melakukan hal yang sama dengan orang lain.					
Saya menyukai produk yang berbeda dengan yang lain					

UNIVERSITAS GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Saya tidak akan membeli apapun yang teman saya tidak sukai. (R)					
Saya mempunyai kepercayaan diri yang lebih dibandingkan orang lain					
Attitude Toward Complaining	**STS**	**TS**	**R**	**S**	**SS**
Apabila tidak mengajukan complaint, terhadap produk dan jasa yang gagal akan membuat diri saya. Tidak tenang dan tidak nyaman					
Saya berhak mengajukan complaint atas ketidakpuasan terhadap produk atau jasa.					
Saya tidak mengajukan/melakukan complaint karena seringkali perusahaan/toko tidak menghiraukan *complaint*. (R)					
Saya jarang mengajukan *complaint* atas produk dan pelayanan jasa yang tidak memuaskan. (R)					
Terkadang saya lebih memilih untuk tidak melakukan *complaint* dan tetap mengkonsumsi produk yang tidak memuaskan tersebut karena harganya cukup murah dari pada melakukan *complaint* dan mendapatkan ganti rugi. (R)					

Atas perhatian dan waktu yang diberikan saya ucapkan terimakasih.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Lampiran 2 (Analisis Descriptive dan Frequencies Profil Respondent)

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Alienation	300	1.00	3.25	2.2683	.52576
Self Confident	300	3.00	5.00	4.1211	.56643
Controllability	300	1.50	5.00	3.4500	.76120
Assertiveness	300	2.00	5.00	3.7267	.67340
Attitude Toward Complaining	300	1.50	5.00	3.5408	.67952
Valid N (listwise)	300				

Statistics

Jenis Kelamin

N	Valid	300
	Missing	0
Mean		1.63
Minimum		1
Maximum		2

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	111	37.0	37.0	37.0
	Wanita	189	63.0	63.0	100.0
	Total	300	100.0	100.0	

Statistics

Usia

N	Valid	300
	Missing	0
Mean		2.93
Minimum		1
Maximum		5

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 Tahun	21	7.0	7.0	7.0
	21-35 Tahun	81	27.0	27.0	34.0
	36-45 Tahun	129	43.0	43.0	77.0
	46-55 Tahun	36	12.0	12.0	89.0
	> 55 Tahun	33	11.0	11.0	100.0
	Total	300	100.0	100.0	

Statistics

Pendidikan

N	Valid	300
	Missing	0
Mean		3.18
Minimum		1
Maximum		5

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SLTA dan Sederajat	51	17.0	17.0	17.0
	D1	33	11.0	11.0	28.0
	D3	69	23.0	23.0	51.0
	S1	105	35.0	35.0	86.0
	S2	42	14.0	14.0	100.0
	Total	300	100.0	100.0	

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Statistics

Pekerjaan

N	Valid	300
	Missing	0
Mean		3.20
Minimum		1
Maximum		5

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	42	14.0	14.0	14.0
	Pegawai Negeri	57	12.0	12.0	26.0
	Pegawai Swasta	99	39.0	39.0	65.0
	Wiraswasta	30	10.0	10.0	75.0
	Ibu Rumah Tangga	72	25.0	25.0	100.0
	Total	300	100.0	100.0	

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Lampiran 3 (Factor Analysis Sampel Kecil)

Communalities

	Initial	Extraction
Alie1	1.000	.607
Alie2	1.000	.737
Alie3	1.000	.790
Alie4	1.000	.829
Alie5	1.000	.813
Alie6	1.000	.697
Alie7	1.000	.856
Cont1	1.000	.768
Cont2	1.000	.685
Cont3	1.000	.698
Asst1	1.000	.718
Asst2	1.000	.798
Asst3	1.000	.939
Asst4	1.000	.939
Sc1	1.000	.607
Sc2	1.000	.614
Sc3	1.000	.801
Sc4	1.000	.746
Sc5	1.000	.773
Sc6	1.000	.627
Att1	1.000	.536
Att2	1.000	.686
Att3	1.000	.766
Att4	1.000	.839
Att5	1.000	.873

Extraction Method: Principal Component Analysis.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	9.365	37.460	37.460	9.365	37.460	37.460	4.808	19.232	19.23
2	3.904	15.617	53.077	3.904	15.617	53.077	4.406	17.623	36.85
3	2.552	10.209	63.286	2.552	10.209	63.286	3.792	15.167	52.02
4	1.839	7.355	70.641	1.839	7.355	70.641	3.738	14.952	66.97
5	1.082	4.330	74.970	1.082	4.330	74.970	1.999	7.997	74.97
6	.909	3.634	78.605						
7	.835	3.340	81.945						
8	.699	2.797	84.741						
9	.666	2.666	87.407						
10	.542	2.166	89.573						
11	.472	1.889	91.462						
12	.365	1.461	92.924						
13	.345	1.382	94.306						
14	.264	1.055	95.360						
15	.242	.970	96.330						
16	.222	.888	97.217						
17	.190	.759	97.976						
18	.149	.596	98.572						
19	.113	.452	99.024						
20	.092	.369	99.393						
21	.061	.243	99.636						
22	.040	.161	99.798						
23	.028	.113	99.911						
24	.022	.089	100.000						
25	-2.038E-17	-8.153E-17	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Component Matrix[a]

	Component				
	1	2	3	4	5
Alie1	-.645				
Alie2	-.699				
Alie3	-.642				
Alie4	-.616		.575		
Alie5	-.633				
Alie6	-.663				
Alie7	-.771				
Cont1	.768				
Cont2	.652				
Cont3	.622				
Asst1	.676				
Asst2	.734				
Asst3	.729			-.528	
Asst4	.729			-.528	
Sc1	.692				
Sc2	.532				
Sc3	.754				
Sc4	.735				
Sc5	.699				
Sc6	.608				
Att1		.711			
Att2		.780			
Att3		.822			
Att4		.835			
Att5		.845			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 5 components extracted.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Rotated Component Matrix[a]

	Component				
	1	2	3	4	5
Alie1	.691				
Alie2	.757				
Alie3	.840				
Alie4	.877				
Alie5	.850				
Alie6	.543				
Alie7	.660			-.616	
Cont1					.579
Cont2					.518
Cont3					.610
Asst1				.533	
Asst2				.623	.530
Asst3				.917	
Asst4				.917	
Sc1		.623			
Sc2		.755			
Sc3		.821			
Sc4		.672		.508	
Sc5		.741			
Sc6		.737			
Att1			.658		
Att2			.758		
Att3			.854		
Att4			.899		
Att5			.903		

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan
MT. Haryono Jakarta**
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4	5
1	-.564	.567	.062	.509	.312
2	.264	.065	.954	.028	.122
3	.780	.444	-.271	.326	.123
4	-.059	.685	.021	-.684	-.240
5	.038	-.083	-.108	-.407	.902

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Lampiran 4 (Reliability Sampel Kecil)

4.1 Reliability Alienation Sampel Kecil

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100
	Excluded[a]	0	0
	Total	50	100

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.914	7

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Alie1	2.52	0.707	50
Alie2	2.46	0.762	50
Alie3	2.48	0.839	50
Alie4	2.36	0.749	50
Alie5	2.52	0.863	50
Alie6	2.44	0.787	50
Alie7	2.6	0.881	50

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Alie1	14.86	16.368	.675	.908
Alie2	14.92	15.585	.759	.899
Alie3	14.90	14.990	.775	.897
Alie4	15.02	15.367	.817	.894
Alie5	14.86	14.653	.807	.894
Alie6	14.94	16.262	.607	.915
Alie7	14.78	14.910	.742	.902

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
17.38	20.730	4.553	7

4.2. Reliability Controllability Sampel Kecil

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.783	3

UNIVERSITAS GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Cont1	3.62	.635	50
Cont2	3.86	.639	50
Cont3	3.56	.675	50

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Cont1	7.42	1.269	.684	.638
Cont2	7.18	1.375	.579	.750
Cont3	7.48	1.275	.604	.726

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11.04	2.651	1.628	3

4.3. Reliability Assertiveness Sampel Kecil

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.914	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Asst1	3.42	.731	50
Asst2	3.44	.760	50
Asst3	3.38	.805	50
Asst4	3.38	.805	50

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Asst1	10.20	4.857	.707	.921
Asst2	10.18	4.600	.764	.903
Asst3	10.24	4.145	.877	.863
Asst4	10.24	4.145	.877	.863

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
13.62	7.669	2.769	4

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

4.4. Reliability Self Confident Sampel Kecil

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100
	Excluded[a]	0	0
	Total	50	100

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.886	6

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Sc1	3.66	0.688	50
Sc2	3.52	0.677	50
Sc3	3.58	0.731	50
Sc4	3.64	0.631	50
Sc5	3.46	0.676	50
Sc6	3.54	0.762	50

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Sc1	17.74	8.074	0.653	0.874
Sc2	17.88	8.23	0.621	0.879
Sc3	17.82	7.212	0.855	0.839
Sc4	17.76	8.104	0.723	0.864
Sc5	17.94	7.894	0.724	0.863
Sc6	17.86	7.796	0.641	0.878

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
21.40	11.102	3.332	6

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

4.5. Reliability Attitude toward Complaining Sampel Kecil

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.883	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Att1	3.78	.648	50
Att2	3.64	.749	50
Att3	3.90	.839	50
Att4	4.06	.712	50
Att5	4.00	.756	50

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Att1	15.60	7.020	.578	.888
Att2	15.74	6.278	.688	.866
Att3	15.48	5.724	.746	.854
Att4	15.32	6.100	.802	.840
Att5	15.38	5.914	.799	.839

Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan
MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
19.38	9.424	3.070	5

Lampiran 5 (Uji Autokorelasi)

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Assertiveness, Controllability, Self Confident, Alienation[a]	.	Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.502[a]	.252	.241	.59184	1.631

a. Predictors: (Constant), Assertiveness, Controllability, Self Confident, Alienation

b. Dependent Variable: Attitude Toward Complaining

UNIVERSITAS GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Lampiran 6 (Uji Multikolinearitas)

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Assertiveness, Controllability, Self Confident, Alienation[a]	.	Enter

a. All requested variables entered.

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Alienation	.767	1.304
	Self Confident	.855	1.169
	Controllability	.960	1.041
	Assertiveness	.819	1.221

a. Dependent Variable: Attitude Toward Complaining

Collinearity Diagnostics[a]

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions				
				(Constant)	Alienation	Self Confident	Controllability	Assertiveness
1	1	4.875	1	0	0	0	0	0
	2	0.066	8.578	0	0.42	0.01	0.06	0.06
	3	0.035	11.726	0	0	0.05	0.89	0.12
	4	0.019	16.191	0	0.05	0.43	0	0.63
	5	0.004	33.002	0.99	0.52	0.51	0.05	0.2

a. Dependent Variable: Attitude Toward Complaining

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Lampiran 7 (Uji Heteroskedastisitas)

Correlations

			Unstandardized Residual	Alienation	Self Confident	Controllability	Assertiveness
Spearman's rho	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	1	-0.1	0.042	-0.004	0.042
		Sig. (2-tailed)	.	0.085	0.465	0.948	0.473
		N	300	300	300	300	300
	Alienation	Correlation Coefficient	-0.1	1	-.351**	-.126*	-.401**
		Sig. (2-tailed)	0.085	.	0	0.029	0
		N	300	300	300	300	300
	Self Confident	Correlation Coefficient	0.042	-.351**	1	0.09	.261**
		Sig. (2-tailed)	0.465	0	.	0.118	0
		N	300	300	300	300	300
	Controllability	Correlation Coefficient	-0.004	-.126*	0.09	1	.203**
		Sig. (2-tailed)	0.948	0.029	0.118	.	0
		N	300	300	300	300	300
	Assertiveness	Correlation Coefficient	0.042	-.401**	.261**	.203**	1
		Sig. (2-tailed)	0.473	0	0	0	.
		N	300	300	300	300	300

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Lampiran 8 (Factor Analysis Sampel Besar)

Communalities

	Initial	Extraction
Alie1	1.000	.520
Alie2	1.000	.645
Alie3	1.000	.480
Alie4	1.000	.752
Alie5	1.000	.669
Alie6	1.000	.580
Alie7	1.000	.548
Sc1	1.000	.856
Sc2	1.000	.664
Sc3	1.000	.281
Sc4	1.000	.661
Sc5	1.000	.762
Sc6	1.000	.765
Cont1	1.000	.609
Cont2	1.000	.633
Cont3	1.000	.370
Asset1	1.000	.856
Asset2	1.000	.508
Asset3	1.000	.210
Asset4	1.000	.643
Att1	1.000	.525
Att2	1.000	.753
Att3	1.000	.639
Att4	1.000	.477
Att5	1.000	.600

Extraction Method: Principal Component Analysis.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	7.255	29.021	29.021	7.255	29.021	29.021	3.527	14.11	14.11
2	2.47	9.88	38.901	2.47	9.88	38.901	3.384	13.535	27.645
3	2.033	8.13	47.031	2.033	8.13	47.031	2.995	11.979	39.623
4	1.77	7.079	54.111	1.77	7.079	54.111	2.673	10.692	50.315
5	1.48	5.921	60.031	1.48	5.921	60.031	2.429	9.716	60.031
6	1.281	5.126	65.157						
7	1.052	4.21	69.367						
8	1.01	4.04	73.406						
9	0.922	3.689	77.096						
10	0.833	3.332	80.428						
11	0.707	2.828	83.256						
12	0.611	2.445	85.701						
13	0.556	2.223	87.924						
14	0.472	1.889	89.812						
15	0.442	1.769	91.582						
16	0.406	1.622	93.204						
17	0.349	1.397	94.601						
18	0.297	1.188	95.789						
19	0.271	1.086	96.875						
20	0.256	1.026	97.9						
21	0.15	0.6	98.5						
22	0.145	0.58	99.08						
23	0.123	0.49	99.57						
24	0.108	0.43	100						
25	1.16E-16	4.63E-16	100						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Component Matrix[a]

	Component				
	1	2	3	4	5
Alie1	.685				
Alie2	-.700				
Alie3	-.651				
Alie4	-.681				
Alie5	-.606				
Alie6	-.651				
Alie7	-.714				
Sc1	.603			.654	
Sc2	.653				
Sc3					
Sc4	.502		.603		
Sc5			.687		
Sc6	.522		.655		
Cont1		.587			
Cont2		.546			
Cont3					
Asset1	.603			.654	
Asset2		-.570			
Asset3					
Asset4		-.729			
Att1					
Att2	.528				.555
Att3	.591				
Att4	.597				
Att5					

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 5 components extracted.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Rotated Component Matrix[a]

	Component				
	1	2	3	4	5
Alie1					
Alie2	-.706				
Alie3	-.524				
Alie4	-.830				
Alie5	-.792				
Alie6		-.578			
Alie7					
Sc1				.881	
Sc2	.574			.526	
Sc3					
Sc4			.777		
Sc5			.853		
Sc6			.840		
Cont1					.714
Cont2					.758
Cont3					
Asset1				.881	
Asset2					-.677
Asset3					
Asset4					-.743
Att1		.584			
Att2		.829			
Att3		.755			
Att4		.570			
Att5					

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 8 iterations.

UNIVERSITAS GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4	5
1	.578	.538	.432	.394	.187
2	-.256	.345	-.190	-.283	.836
3	-.248	-.396	.843	-.132	.234
4	-.256	-.312	-.172	.848	.299
5	-.688	.581	.194	.169	-.350

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Lampiran 9 (Reliability Sampel Besar)

9.1. Reliability Alienation Sampel Besar

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	300	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	300	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.814	4

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Alie2	2.27	.656	300
Alie3	2.30	.733	300
Alie4	2.25	.586	300
Alie5	2.26	.642	300

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Alie2	6.81	2.651	.628	.769
Alie3	6.78	2.636	.525	.825
Alie4	6.82	2.616	.771	.709
Alie5	6.82	2.665	.642	.762

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
9.07	4.423	2.103	4

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

9.2. Reliability Self Confident Sampel Besar

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	300	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	300	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.827	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Sc4	4.03	.760	300
Sc5	4.20	.568	300
Sc6	4.13	.628	300

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Sc4	8.33	1.300	.583	.896
Sc5	8.16	1.479	.785	.686
Sc6	8.23	1.404	.732	.716

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan
MT. Haryono Jakarta**
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
12.36	2.888	1.699	3

9.3. Reliability Controllability Sampel Besar

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	300	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	300	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.784	2

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Cont1	3.50	.812	300
Cont2	3.40	.866	300

Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan
MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Cont1	3.40	.750	.647	.[a]
Cont2	3.50	.659	.647	.[a]

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
6.90	2.318	1.522	2

9.4. Reliability Attitude toward Complaining Sampel Besar

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	300	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	300	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.772	4

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Att1	3.53	.886	300
Att2	3.50	.905	300
Att3	3.48	.945	300
Att4	3.66	.784	300

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Att1	10.63	4.816	.460	.776
Att2	10.67	4.256	.619	.692
Att3	10.69	4.102	.625	.689
Att4	10.51	4.712	.606	.705

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
14.16	7.388	2.718	4

UNIVERSITAS GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Lampiran 10 (Regression)

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Attitude Toward Complaining	3.5408	0.67952	300
Alienation	2.2683	0.52576	300
Self Confident	4.1211	0.56643	300
Controllability	3.45	0.7612	300
Assertiveness	3.7267	0.6734	300

Correlations

		Attitude Toward *Complaining*	Alienation	Self Confident	Controllability	Assertiveness
Pearson Correlation	Attitude Toward Complaining	1	-0.456	0.25	0.217	0.308
	Alienation	-0.456	1	-0.364	-0.129	-0.392
	Self Confident	0.25	-0.364	1	0.099	0.239
	Controllability	0.217	-0.129	0.099	1	0.185
	Assertiveness	0.308	-0.392	0.239	0.185	1
Sig. (1-tailed)	Attitude Toward Complaining	.	0	0	0	0
	Alienation	0	.	0	0.013	0
	Self Confident	0	0	.	0.043	0
	Controllability	0	0.013	0.043	.	0.001
	Assertiveness	0	0	0	0.001	.
N	Attitude Toward Complaining	300	300	300	300	300
	Alienation	300	300	300	300	300
	Self Confident	300	300	300	300	300
	Controllability	300	300	300	300	300
	Assertiveness	300	300	300	300	300

UNIVERSITAS GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Assertiveness, Controllability, Self Confident, Alienation	.	Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.502[a]	.252	.241	.59184

a. Predictors: (Constant), Assertiveness, Controllability, Self Confident, Alienation

b. Dependent Variable: Attitude Toward Complaining

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	34.732	4	8.683	24.789	.000[a]
	Residual	103.330	295	.350		
	Total	138.062	299			

a. Predictors: (Constant), Assertiveness, Controllability, Self Confident, Alienation

b. Dependent Variable: Attitude Toward Complaining

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pengaruh generalized personal antecedent pada attitude toward complaining konsumen ITC Kuningan dan MT. Haryono Jakarta
SANDI, Ananta Wahana, Basu Swastha Dharmmesta, Prof., Dr., MBA
Universitas Gadjah Mada, 2009 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.344	.446		7.496	.000
	Alienation	-.468	.074	-.362	-6.302	.000
	Self Confident	.090	.065	.075	1.377	.170
	Controllability	.125	.046	.140	2.716	.007
	Assertiveness	.123	.056	.122	2.188	.029

a. Dependent Variable: Attitude Toward Complaining

Residuals Statistics[a]

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.7642	4.5638	3.5408	.34082	300
Residual	-2.31777	1.55053	.00000	.58787	300
Std. Predicted Value	-2.279	3.001	.000	1.000	300
Std. Residual	-3.916	2.620	.000	.993	300

a. Dependent Variable: Attitude Toward Complaining