

ABSTRACT

The purposes of this study were to investigate and develop model of the antecedents and consequence of online negative word of mouth communication. Moreover, this study also investigates the role of individualism cultural value on the antecedents of online negative word of mouth communication. This study used the direct and online surveys and the research samples were individuals who had an unpleasant experience on certain medical services, either directly or indirectly and made an online negative word of mouth communication. The number of respondents were 347 people. Multiple regression analysis and sub-group analysis were used to test the hypotheses.

The research results showed that antecedents of online negative word of mouth communication are self confidence, altruism, likelihood of success, complaint benefit, external attribution, and intention to retaliate. Furthermore, the results also showed that online negative word of mouth communication has consequence to defect repeat purchases. Moderating effect of values individualism appears at the relationship between self confidence and online negative word of mouth communication. Moderating effect of values individualism also appears at the relationship between likelihood of success and online negative word of mouth communication, between external attribution and online negative word of mouth communication, and between intention to retaliate and online negative word of mouth communication. However, the moderating effect does not strengthen but weaken the relationship between independent variable and the dependent variable.

Theoretical contribution that can be given of the results of this research was the formation of a comprehensive model to describe online negative word of mouth communication. It appears from finding of two antecedents of online negative word of mouth communication that have not been used in previous complaint behavior studies. Another theoretical contribution of this study was that Indonesian consumers that did online negative word of mouth in this research were consumers who have individualism cultural values. This finding differed from Hofstede (2001) who categorizes Indonesians as individuals with collective cultural values. However, the results of this study also showed that although the respondents have individualism cultural values, they also show that their behavior were the behavior of individuals who have collective cultural values. It becomes the input for those who would learn the cultural values to be more observant when studying the cultural values at specific consumer groups.

Keywords: online negative word of mouth, online, individualism cultural values, medical service

INTISARI

Tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti dan mengembangkan model anteseden dan konsekuensi komunikasi negatif dari mulut ke mulut secara daring. Selain itu, penelitian ini juga meneliti peran nilai-nilai individualisme, pada anteseden komunikasi negatif dari mulut ke mulut secara daring. Penelitian ini menggunakan metode survei langsung dan secara daring dengan sampel penelitian yaitu individu yang memiliki pengalaman yang tidak menyenangkan atas jasa medis tertentu baik secara langsung maupun tidak langsung dan pernah melakukan komunikasi negatif dari mulut ke mulut secara daring. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 347 orang. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Regresi Linear Berganda dan Analisis Sub-grup.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa anteseden komunikasi negatif dari mulut ke mulut secara daring meliputi kepercayaan diri, altruisme, kemungkinan sukses keluhan, manfaat keluhan, atribusi eksternal, dan niat retaliasi. Selain itu hasil penelitian juga menunjukkan bahwa komunikasi negatif dari mulut ke mulut secara daring memiliki konsekuensi untuk melakukan penolakan pembelian ulang. Efek moderasi nilai-nilai individualisme tampak pada hubungan antara kepercayaan diri dan komunikasi negatif dari mulut ke mulut secara daring. Efek moderasi nilai-nilai individualisme juga tampak pada hubungan antara kemungkinan sukses keluhan dan komunikasi negatif dari mulut ke mulut secara daring, atribusi eksternal dan komunikasi negatif dari mulut ke mulut secara daring, serta niat retaliasi dan komunikasi negatif dari mulut ke mulut secara daring. Namun efek moderasi pada ketiga hubungan tersebut tidak memperkuat namun memperlemah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.

Kontribusi teoritis yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah terbentuknya model yang komprehensif untuk menggambarkan komunikasi negatif dari mulut ke mulut secara daring. Hal itu tampak dari ditemukannya dua anteseden komunikasi negatif dari mulut ke mulut yang belum digunakan pada penelitian-penelitian perilaku keluhan sebelumnya. Kontribusi teoritis lain yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah bahwa konsumen Indonesia yang melakukan komunikasi negatif dari mulut ke mulut secara daring pada penelitian ini merupakan konsumen yang memiliki nilai-nilai budaya individualisme. Temuan tersebut berbeda dengan pendapat Hofstede (2001) yang mengkategorikan orang-orang Indonesia sebagai individu-individu yang memiliki nilai-nilai budaya kolektif. Meskipun demikian, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa meski para responden memiliki nilai-nilai budaya individualisme, mereka juga menunjukkan perilaku yang merupakan perilaku individu yang memiliki nilai-nilai budaya kolektif. Hal itu menjadi masukan bagi pihak-pihak yang akan mempelajari nilai-nilai budaya untuk lebih jeli saat mempelajari nilai-nilai budaya pada kelompok konsumen tertentu.

Kata kunci: komunikasi negatif dari mulut ke mulut, daring, nilai-nilai individualisme, jasa medis