**PENGARUH KEPRIBADIAN DAN MOTIVASI TERHADAP PERILAKU KOMPLAIN BERDASARKAN SUKU**

Dwi Wandani1\*), Megawati Simanjuntak 1

1Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen, Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor, Jalan Lingkar Kampus IPB Dramaga, Bogor 16680

*\*)E-mail: wandanidwi22@gmail.com*

# ABSTRACT

Behavior complaints made by consumers are important, so consumers can convey their sense of dissatisfaction. This study aims to analyze the personality and motivation toward consumer complaint behavior based on ethnicity. The design of this study used quantitative and cross-sectional studies with an online survey method. Respondents were selected by purposive sampling technique. Respondents who entered are as many as 286 people. Data analysis uses SEM method through Analysis of Moment Structures (AMOS) and Smart Partial Least Square (PLS) and One Way ANOVA differentiation test using SPSS (Statistical Package for Social Science) 22.0. The result of this research shows real difference between Javanese and Bataknese in conducting complaint behavior. Based on SEM model, personality significantly influence the Bugisnese complaint behavior and there is a significant influences between motivation and complaint behavior of Javanese.

# Keywords: complaint behavior, ethnicity, motivation, personality

# ABSTRAK

Perilaku komplain yang dilakukan konsumen merupakan suatu hal yang penting, agar konsumen dapat menyampaikan rasa ketidakpuasannya. Penelitian ini bertujuan menganalisis kepribadian dan motivasi terhadap perilaku komplain berdasarkan suku. Desain penelitian ini menggunakan studi kuantitatif dan cross-sectional dengan metode survei online. Responden dipilih dengan teknik penarikan contoh secara purposive. Responden yang masuk sebanyak 286 orang. Analisis data menggunakan metode SEM melalui program Analysis of Moment Structures (AMOS) dan Smart Partial Least Square (PLS) dan uji beda one way ANOVA menggunakan SPSS (Statistical Package for Social Science) 22.0. Hasil penelitian menunjukkan terdapat perbedaan nyata antara Suku Jawa dan Suku Batak dalam melakukan perilaku komplain. Berdasarkan uji pengaruh menggunakan model SEM, terdapat pengaruh signifikan kepribadian terhadap perilaku komplain Suku Bugis dan terdapat pengaruh signifikan antara motivasi dengan perilaku komplain pada Suku Jawa.

Kata kunci : kepribadian, motivasi, perilaku komplain, suku

# PENDAHULUAN

Perilaku komplain yang dilakukan konsumen merupakan suatu hal yang penting, agar konsumen dapat menyampaikan rasa ketidakpuasannya, dan dapat memperoleh hak serta menjalankan kewajiban yang seharusnya konsumen lakukan. Konsumen yang merasa tidak puas terhadap barang dan/atau jasa akan menyampaikannya dengan berbagai cara, diantaranya dengan melakukan perilaku komplain (Blodgett *et al.* 1995). Perilaku komplain juga merupakan suatu hal yang baik bagi pelaku usaha. Komplain terhadap pelaku usaha tidak hanya dapat dilakukan secara manual dengan menghampiri toko atau tempat penjualan secara langsung. Sudah banyak pelaku usaha yang membuka saluran untuk komplain secara online melalui website atau media sosial, maka pada perkembangan teknologi digital sekarang ini, tumbuhlah Generasi Z (Priporus *et al.* 2017).

Perilaku komplain konsumen dapat dipengaruhi oleh kepribadian konsumen (Keng 2015). Jika dibedakan berdasarkan tipe kepribadian *extrovert* dan *introvert*, pengguna media sosial dengan tipe kepribadian *introvert* tidak mudah mengekspresikan dan menyatakan pikiran dan perasaannya di media sosial, berbeda dengan tipe *extrovert* yang lebih mudah membagi informasi pribadinya (Cahyaning dan Cahyono 2015).

Ketika konsumen melakukan komplain, motivasi dapat terlibat didalamnya. Motivasi menentukan cara konsumen menyampaikan komplain yang sesuai dengan ciri atau atribut yang ada dalam dirinya. Biasanya, konsumen membeli barang dan/atau jasa menyesuaikan dengan kebutuhan berdasarkan motivasi yang dimiliki, sehingga dalam melakukan tindakan komplain, konsumen akan memperjuangkan suatu kebutuhan yang seharusnya didapatkan karena jika tidak dilakukan, konsumen tersebut tidak akan mendapatkan barang dan/atau jasa yang sesuai (Nimako dan Mensah 2012).

Menurut Peter dan Olson (2010) budaya adalah ketika sebagian besar masyarakat tersebut memiliki pemahaman yang sama mengenai suatu makna. Pentingnya melakukan komplain akan dimaknai berbeda pada setiap suku budaya tertentu. Ketika melakukan komplain, tiap budaya baik Suku Bugis, Batak dan Jawa akan memberikan pemahaman yang berbeda. Budaya Jawa khususnya masyarakat Provinsi Jawa Tengah cenderung lebih halus dalam menyampaikan sesuatu dan dikemas secara implisit, sementara masyarakat Suku Bugis dan Batak cenderung lebih speak up dan menyampaikan secara eksplisit.

Komplain konsumen akan memberikan dampak baik bagi perusahaan, karena melalui keluhan yang disampaikan oleh konsumen, pelaku usaha dapat memperbaiki barang produksi atau kinerjanya. Penelitian mengenai komplain secara umum telah dilakukan oleh beberapa peneliti antara lain oleh Metehan dan Yasemin (2011) berdasarkan penelitiannya mengenai karakteristik demografi, tingkat pendidikan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku komplain. Thorgesen *et al.* (2003) menyatakan bahwa sikap dan kepribadian memiliki pengaruh kuat terhadap perilaku komplain. Berdasarkan penelitian Hartoyo *et al.* (2016) dalam penelitiannya mengelompokkan perilaku komplain menjadi empat kelompok yaitu private, voicers, irates dan activist. Iliyola dan Ibiduni (2013) emosi negatif konsumen mendorong konsumen untuk melakukan perilaku komplain word of mouth negatif. Penelitian Blodgett *et al.* (1995) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa sikap dan tingkat kepentingan produk memengaruhi perilaku komplain. Ndubisi *et al.* (2007) meneliti mengenai pengaruh perbedaan gender terhadap perilaku komplain. Putra dan Giantari (2015) meneliti mengenai pengaruh sikap dan jenis kelamin berdasarkan perilaku komplain. Berdasarkan uraian diatas, hal yang membedakan dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian komplain konsumen berdasarkan tiga suku yakni Suku Jawa (Jawa Tengah), Batak, dan Bugis belum pernah dilakukan sebelumnya.

**METODE**

Penelitian ini menggunakan desain *cross sectional study.* Data dikumpul dengan menggunakan instrumen kuesioner yang disebar secara *online*. Penentuan responden dalam penelitian ini dilakukan secara *purposive*. Responden adalah konsumen Suku Batak, Bugis, dan Jawa serta aktif melakukan pembelian barang dan/atau jasa dan pernah merasa dirugikan atau kecewa dengan barang dan/atau jasa yang telah dikonsumsi. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2017 sampai April 2018 yang meliputi penyusunan proposal, pengambilan data, pengolahan data, analisis data dan diakhiri dengan pelaporan data hasil dari penelitian yang telah dilakukan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Suku Batak, Bugis, dan Jawa seluruh Indonesia. Contoh dalam penelitian ini adalah mahasiswa Indonesia dari Suku Jawa, Batak, dan Bugis dan pernah melakukan pembelian serta pernah merasa kecewa dan sempat melakukan komplain. Ferdinand (2005) yang mengemukakan bahwa penentuan jumlah sampel untuk analisis *Structural Equation Modelling (SEM)* menggunakan rumus jumlah indikator dikalikan lima sampai sepuluh. Total pertanyaan/pernyataan dalam instrumen pengukuran sebanyak 57 item dikali lima sehingga jumlah responden sebanyak 285 orang yang dipilih secara convenience sampling. Proporsi pengambilan data setiap suku berbeda, bergantung kepada peringkat suku terbanyak di Indonesia melalui data Badan Pusat Statistik (BPS). Berdasarkan data tersebut maka sebanyak 168 responden (58.4%) diambil dari Suku Jawa, 80 responden (28.3%) diambil dari Suku Batak dan 36 responden (13.3%) diambil dari Suku Bugis.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan jenis data primer, yakni data yang diambil secara langsung dari responden atau objek penelitian. Data primer diperoleh melalui survei online yang terdiri atas kepribadian, motivasi, dan perilaku komplain dari ketiga suku. Adapun data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner adalah sebagai berikut:

1. Kepribadian konsumen diukur dengan instrumen EPQ-R (Eysenck *Personality Quetionnaire-Revision)* sebanyak 12 pertanyaan. Instrumen tersebut dapat mengukur kepribadian *extrovert* dan *introvert.* Skor penilaian kepribadian menggunakan skala Guttman dengan skor 0 (tidak) dan 1 (ya) dengan nilai reliabilitas sebesar 0.709. Kepribadian adalah karakteristik dalam diri responden, kepribadian terdiri atas kepribadian *introvert* dan *extrovert*, setiap manusia memiliki kepribadian yang mendominasi. *Introvert* adalah tipe kepribadian yang cenderung lebih tertutup, individualis, dan pendiam. *Extrovert* adalah tipe kepribadian yang terbuka, suka keramaian, senang berkumpul, dan lebih banyak bicara dibandingkan kepribadian *introvert*
2. Motivasi diukur dengan pengisian salah satu kolom yang sesuai dengan motivasi contoh. Instrumen motivasi konsumen meliputi pernyataan mengenai motivasi menurut Heung dan Lam (2003) dengan lima item pernyataan dan dikolaborasi dengan instrumen motivasi menurut Nimako dan Mensah (2012) sebanyak tujuh item pernyataan, sehingga total pernyataan sebanyak 12 item. Pengukuran kuesioner untuk mengukur motivasi berbentuk skala likert dan mempunyai rentang jawaban dari skor 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (antara setuju dan tidak setuju), 4 (setuju), sampai 5 (sangat setuju). Nilai reliabilitas instrumen motivasi yakni sebesar 0.791. Motivasi adalah keinginan dalam diri responden untuk menyampaikan keluhannya akibat perasaan ketidakpuasan terhadap barang dan/atau jasa yang telah dikonsumsi
3. Perilaku komplain diukur menggunakan instrumen *Consumer Complaint Behavior* (CCB) Singh (1988) yang terdiri atas 10 pertanyaan, 3 pertanyaan dimensi *voice*, 3 pertanyaan dimensi *private response* dan 4 pertanyaan dimensi *third party response*, serta akan dikombinasikan dengan instrumen yang dikembangkan oleh Musyrifah (2015) sehingga jumlah total pernyataan menjadi 16 item. Pengukuran kuesioner untuk mengukur perilaku komplain berbentuk skala jawaban likert dan mempunyai rentang jawaban dari skor 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (antara setuju dan tidak setuju), 4 (setuju), sampai 5 (sangat setuju). Nilai reliabilitas instrumen perilaku komplain yakni sebesar 0.618. Perilaku Komplain adalah seberapa sering responden melakukan komplain kepada pelaku usaha terkait kerugian pembelian yang dialami*. Voice* adalah perilaku komplain responden yang secara berani bersedia menyampaikan ketidakpuasannya kepada pelaku usaha secara langsung untuk meminta ganti rugi berupa pengembalian uang, penukaran barang, atau perbaikan. *Private response* adalah perilaku komplain yang dilakukan responden ketika mengalami ketidakpuasan, responden akan memberitahukannya kepada pihak lain seperti kerabat, teman, dan keluarga atas kekecewaannya ketika mengonsumsi suatu barang dan/atau jasa. *Third Party Response* adalah perilaku komplain responden yang mengadukan perasaan ketidakpuasan atau kekecewaannya kepada lembaga yang berwenang menangani hal tersebut

Pengambilan dan pengumpulan data dilakukan dengan metode survei *online*, yakni tautan atau link berisi kuesioner yang sudah dibuat melalui google form, dan disebar melalui media sosial seperti Line dan Whatsapp kepada mahasiswa Suku Bugis, Batak, dan Jawa seluruh Indonesia yang pernah mengalami permasalahan atau kekecewaan ketika mengonsumsi barang dan/atau jasa.

Data yang telah diperoleh diolah melalui proses editing, coding, input data, cleaning data dan juga analisis data. Data dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis inferensia. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program software Microsoft Excel dan dianalisis menggunakan metode SEM (*Structural Equation Modelling*) melalui aplikasi program Amos V22.0 (Analysis of Moment Structures) untuk menghitung jumlah responden diatas 100 yakni pada Suku Jawa (168 responden) dan perhitungan total (286 responden), dan Smart PLS (*Partial Least Square*) digunakan untuk menghitung jumlah responden dibawah 100 yakni pada Suku Batak (80 responden) dan Suku Bugis (36 responden), dan uji beda one way ANOVA menggunakan program software SPSS (*Statistical Package for Social Science*) 22.0

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Karakteristik Responden**

**Suku**

Suku responden pada penelitian ini didominasi oleh Suku Jawa sebanyak 58.4 persen atau 168 responden. Suku Jawa merupakan suku terbanyak di Indonesia, berdasarkan sensus penduduk yang dilakukan oleh BPS (2010) Suku Jawa memiliki jumlah penduduk terbanyak di Indonesia dengan persentase sebanyak 40.05 persen yang terdapat di Indonesia. Responden Suku Batak dalam penelitian ini sebanyak 80 responden (28.3%), dan responden Suku Bugis sebanya 38 responden (13.3%).

**Jenis Kelamin**

Responden dalam penelitian ini yang dibagi berdasarkan tiga suku, yang secara keseluruhan didominasi oleh jenis kelamin perempuan (68.9%). Sebanyak tujuh dari sepuluh responden Suku Jawa berjenis kelamin perempuan (72%). Sebanyak 67.5 persen responden Suku Batak berjenis kelamin perempuan. Demikian pula dengan Suku Bugis, lebih dari separuh responden berjenis kelamin perempuan (57.9%).

**Usia**

Secara umum, hampir separuh (46.5%) responden berusia 21 tahun. Usia responden terbanyak Suku Jawa berada pada usia 21 tahun yakni sebanyak 45.2 persen, lebih dari separuh responden Suku Batak (51.3%) berada pada usia 21 tahun. Sebanyak 42.1 persen Suku Bugis juga berada pada usia 21 tahun.

**Uang Saku**

Berdasarkan sebaran karakteristik yang tertera pada Tabel 4, uang saku terbanyak yang dimiliki responden secara umum berkisar satu sampai dua juta per bulan (47.2%). Uang saku responden Suku Jawa terbanyak berada pada kisaran satu juta sampai dua juta rupiah per bulan dengan jumlah responden sebanyak 48.8 persen. Demikian pula dengan Suku Batak dan Suku Bugis. Responden terbanyak memiliki uang saku berkisar satu juta sampai dua juta rupiah per bulan dengan jumlah responden masing-masing sebesar 41.3 persen dan 52.6 persen.

**IPK**

Lebih dari tiga per empat responden Suku Jawa memiliki IPK diatas 3.50 (77.9%). Sebanyak 63.7 persen responden Suku Batak memiliki IPK 2.76 sampai 3.50. Demikian pula dengan Suku Bugis, lebih dari separuh responden Suku Bugis memiliki (52.6%) memiliki IPK antara 2.76 sampai 3.50. Berdasarkan data keseluruhan lebih dari separuh (56.3%) responden dalam penelitian ini memiliki IPK antara 2.76 sampai dengan 3.75.

**Pendidikan Orangtua**

Sebaran karakteristik pendidikan orangtua responden yang disajikan pada Tabel 5 dibagi menjadi 10 kelompok, yaitu tidak tamat SD, tamat SD, tidak tamat SMP, tamat SMP, tidak tamat SMA, tamat SMA, Diploma, S1, S2, dan S3. Pendidikan ayah dan Ibu tertinggi pada responden Suku Jawa masing-masing sebesar 29.8 pesen dan 31.5 persen yaitu pada jenjang S1. Sebanyak tiga dari sepuluh pendidikan ayah responden Suku Batak berada pada jenjang S1, sedangkan pendidikan ibu Suku Batak berada pada tamat SMA sebesar 35.0 persen. Lebih dari separuh pendidikan ayah responden Suku Bugis juga berada pada jenjang S1 (57.9%) demikian pula sebanyak 31.6 persen pendidikan ibu responden Suku Bugis berada pada jenjang S1.

Secara keseluruhan, sebagian besar pendidikan terakhir ayah merupakan lulusan S1 dengan persentase sebesar 35 persen dan sebagian kecil pendidikan terakhir ayah yaitu tidak tamat SMP dengan jumlah 0.7 persen. Pendidikan ibu didominasi oleh lulus SMA sebanyak 31.5 persen, dan pendidikan ibu paling sedikit persentasenya yaitu tidak tamat SMA sebanyak 0.3 persen.

**Pekerjaan Orangtua**

Pekerjaan orangtua pada penelitian ini terdiri atas sembilan kelompok, yaitu tidak bekerja/IRT, buruh, petani/peternak, wiraswasta, pegawai Bank/BUMN/desa/swasta/toko, PNS/POLRI/TNI/Guru, pensiunan dan not applicable (NA) yang dapat dilihat pada Tabel 5. Pekerjaan ayah responden Suku Jawa terbanyak adalah wiraswasta dengan persentase sebesar 29.8 persen dan sebanyak separu (50%) pekerjaan ibu terbanyak responden Suku Jawa berada pada ibu rumah tangga (IRT). Lebih dari satu per tiga (31.3%) pekerjaan ayah dari Suku Batak merupakan wiraswasta dan separuh (50%) pekerjaan ibu dari Suku Batak sebagai IRT. Selanjutnya, pekerjaan orangtua Suku Bugis terbanyak yakni kurang dari 40 persen (39.5%) pekerjaan ayah responden yakni PNS/POLRI/TNI/Guru. Demikian pula dengan pekerjaan ibu responden Suku Bugis, sebanyak 47.4 persen berada pada golongan PNS/POLRI/TNI/Guru.

Hasil perhitungan secara keseluruhan menunjukkan bahwa pekerjaan ayah didominasi oleh wiraswasta sebanyak 30.1 persen dan yang paling sedikit yaitu buruh sebanyak 0.1 persen. Sebanyak 5 dari 10 pekerjaan ibu yaitu ibu rumah tangga (48.3%) dan jumlah pekerjaan ibu terendah yaitu sebagai dokter sebanyak satu persen.

**Kepribadian**

Lebih dari separuh responden Suku Jawa, Suku Bugis, dan Suku Batak lebih banyak menjawab Ya pada pertanyaan kepribadian *extrovert*. Hampir sebagian besar Suku Jawa (91.7%) menjawab senang mencari teman baru dan senang bergaul dengan orang lain (92.9%) dan hanya 31 persen responden Suku Jawa yang senang bekerja di belakang panggung. Mayoritas responden Suku Batak juga senang bergaul dengan orang lain (88.8%), senang mencari teman baru (80%) menyukai banyak kegiatan/aktivitas ramai di sekitar (77.5%), dan penuh semangat (81.3%).

Selanjutnya, sebagian besar responden Suku Bugis senang bertemu orang-orang baru (92.1%), senang mencari teman baru (89.5%), membuat kegiatan yang membosankan menjadi asyik (81.6%), senang bergaul dengan orang lain (92.1%), dan menyukai banyak kegiatan yang ramai di sekitar lingkungan (86.8%). Secara keseluruhan, sebagian besar dari ketiga suku tersebut (91.6%) senang bergaul dengan orang lain.

Deskripsi indikator kepribadian berdasarkan suku, dapat diketahui bahwa pada variabel kepribadian responden Suku Bugis memiliki kepribadian *extrovert* paling tinggi dibandingkan Suku Jawa dan Batak yaitu sebesar 84.2 persen. Berdasarkan sebaran indikator, Suku Bugis paling tinggi persentasenya pada pernyataan lebih senang bertemu orang baru dan bergaul dengan orang lain (92.1%) daripada kedua suku lainnya. Sementara Suku Batak memiliki persentase kepribadian *intovert* paling tinggi sebesar 36.3 persen. Hasil rata-rata paling tinggi yang memiliki kepribadian *extrovet* yakni Suku Bugis dengan nilai rata-rata 76.31.

Hasil uji beda kepribadian yang dibedakan berdasarkan suku menunjukkan tidak ada perbedaan signifikan antara kepribadian dengan masing-masing suku. Menurut Depkes (1992) perkembangan kepribadian bersifat dinamis, artinya selama individu masih bertambah pengetahuannya dan bersedia belajar serta menambah pengalaman dan keterampilan, maka akan semakin matang dan mantap kepribadiannya. Kepribadian menurut Sumarwan (2014) didefinisikan sebagai ciri terdalam pada manusia (*inner psychological characteristics*) dan akan memengaruhi perilakunya. Kepribadian dapat menunjukkan konsistensi seseorang yang berangsur lama dan dapat berubah pula. Hal demikian menandakan bahwa kepribadian seseorang tidak ditentukan oleh sukunya.

## Motivasi

Variabel motivasi terdiri atas dua dimensi yaitu motivasi komplain dan motivasi tidak melakukan komplain. Hasil penelitian menunjukkan lebih dari 80 persen responden Suku Jawa memiliki motivasi komplain untuk mencari tindakan korektif (89.9%) dan meminta penjelasan secara detail kepada pelaku usaha (90.5%). Hanya 39.9% responden Suku Jawa yang ingin menyampaikan komplain untuk mengungkapkan emosi atau menunjukkan rasa marahnya. Alasan terbanyak masyarakat Suku Jawa tidak termotivasi untuk melakukan komplain yakni merasa permasalahan tidak akan selesai meskipun telah melakukan komplain (36.6%) dan sudah sangat loyal pada toko tersebut (39.9%).

Lebih dari tiga per empat masyarakat Suku Batak termotivasi komplain disebabkan ingin mencari tindakan korektif (88.8%). Hanya tiga dari sepuluh responden Suku Batak yang temotivasi komplain karena ingin mengungkapkan emosi atau kemarahan. Alasan terbanyak masyarakat Suku Batak tidak melakukan komplain disebabkan merasa sudah terlambat untuk melakukan komplain dan merasa sudah sangat setia pada toko tersebut dengan persentase yang sama yakni sebesar 36.3 persen.

Sebanyak sembilan dari sepuluh masyarakat Suku Bugis termotivasi melakukan komplain untuk mencari tidakan perbaikan dan kurang dari separuh masyarakat Suku Bugis termotivasi komplain untuk dapat menungkapkan kemarahannya. Persentase terbesar responden Suku Bugis tidak melakukan komplain disebabkan oleh rasa loyal atau sudah sangat setia pada toko tersebut (47.4%), sedangkan persentase terkecil responden Suku Bugis tidak termotivasi komplaikarena merasa malu untuk komplain (13.2%).

Secara keseluruhan, sebanyak sembilan dari sepuluh responden pada dimensi motivasi komplain menjawab setuju untuk mencari tindakan korektif/perbaikan kepada pelaku usaha ketika mengalami kekecewaan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa. Motivasi komplain terendah dengan jawaban setuju oleh responden yaitu mengungkapkan emosi atau menunjukkan kemarahan kepada pelaku usaha dengan persentase sebesar 38.8 persen. Dimensi motivasi tidak komplain yang menyatakan setuju tertinggi terdapat pada indikator sudah setia kepada toko tempat berbelanja, dengan persentase sebesar 39.9 persen. Motivasi tidak melakukan komplain yang menyatakan setuju terendah terdapat pada indikator malu untuk komplain dengan persentase sebesar 11.9 persen.

Motivasi secara umum dengan persentase terbanyak (56.5%) terdapat pada masyarakat Suku Jawa dan berada pada kategori sedang, dan persentase terbesar pada kategori tinggi yakni Suku Bugis sebesar 23.7 persen. Berdasarkan nilai rata-rata, Suku Bugis juga memilki rataan paling besar dibanding kedua suku yang lain yakni 69.07. Variabel motivasi memiliki dua dimensi yakni motivasi komplain dan motivasi tidak melakukan komplain. Motivasi komplain dari ketiga suku memiliki persentase terbesar pada kategori sedang, dan persentase terbanyak dimiliki oleh Suku Bugis sebesar 60.5 persen. Sementara pada kategori tinggi, persentase terbesar diperoleh Suku Jawa yakni 10.7 persen. Suku Jawa lebih banyak termotivasi untuk meminta penjelasan kepada pelaku usaha dibandingkan kedua suku lainnya, meskipun demikian rataan tertiggi diperoleh Suku Bugis sebesar 65.56. Pada motivasi tidak melakukan komplain dari ketiga suku yakni Suku Jawa, Batak, dan Bugis secara keseluruhan memiliki persentase lebih dari sembilan puluh persen berada pada kategori rendah, dan motivasi tidak omplain pada kategori tinggi diperoleh Suku Batak sebesar 1.3 persen. Berdasarkan deskripsi indikator sudah terlambat dalam melakukan komplain. Sebaran dan analisis deskriptif motivasi berdasarkan suku disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1 Sebaran dan analisis deskriptif motivasi berdasarkan suku

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Variabel | Suku | Rendah (%) | Sedang (%) | Tinggi (%) | Rataan±Std | Min-Max |
| Motivasi komplain | Jawa | 32.1 | 57.1 | 10.7 | 63.09±17.32 | 0.00-100 |
| Batak | 35.0 | 56.3 | 8.8 | 62.50±16.1 | 0.00-100 |
| Bugis | 28.9 | 60.5 | 10.5 | 65.56±19.11 | 0.00-93.33 |
| Motivasi tidak komplain | Jawa | 90.5 | 8.9 | 0.6 | 32.68±18.53 | 0.00-93.33 |
| Batak | 92.5 | 6.3 | 1.3 | 33.33±16.19 | 0.00-83.33 |
| Bugis | 94.7 | 5.3 | 0.0 | 31.67±17.98 | 0.00-76.67 |
| Motivasi | Jawa | 27.4 | 56.5 | 16.1 | 65.92±15.28 | 22.22-100 |
|  | Batak | 32.5 | 55.0 | 12.5 | 65.28±12.65 | 40-97.78 |
|  | Bugis | 31.6 | 44.7 | 23.7 | 69.07±13.76 | 37.78-88.89 |

Hasil uji beda motivasi dari Suku Jawa, Batak, dan Bugis menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan (sig=0.818) antara motivasi komplain yang dimiliki Suku Jawa, Batak, dan Bugis, demikian pula dengan nilai signifikansi uji beda antar dimensi yang secara keseluruhan memperoleh nilai diatas 0.05. Motivasi adalah suatu keadaan dalam diri individu yang menyebabkan seseorang melakukan kegiatan tertentu untuk mencapai tujuan (Hamalik 2001). Sutikno (2007) berpendapat bahwa motivasi berpangkal dari kata motif yang dapat diartikan sebagai daya penggerak yang ada didalam diri seseorang untuk melakukan aktivitas-aktivitas tertentu demi tercapainya suatu tujuan. Bahkan motif dapat diartikan sebagai suatu kondisi internal (kesiapsiagaan).

Motivasi melakukan komplain pada konsumen dapat terjadi karena berbagai alasan. Artinya motivasi komplain didasarkan kepada motif penggerak atau tujuan yang ingin dicapai konsumen, tidak terpaku pada sukunya. Berdasarkan nilai beda rata-rata dapat dilihat bahwa motivasi Suku Jawa lebih besar dari Suku Batak, motivasi Suku Bugis lebih besar dari Suku Batak, dan motivasi Suku Bugis lebih besar dari Suku Jawa.

## Perilaku Komplain

Variabel perilaku komplain terbagi menjadi tiga dimensi, yaitu *voice response*, *private response*, dan *third party response.* Secara keseluruhan untuk dimensi *voice response,* sebanyak delapan dari sepuluh responden memilih menghubungi *call center, costumer service*, dan layanan pengaduan konsumen pada toko tersebut. Cara tersebut dianggap lebih mudah dan nyaman untuk melakukan komplain langsung kepada pelaku usaha, sehingga ketersediaan *call center*, *costumer service*, dan layanan pengaduan dianggap penting untuk dimiliki setiap pelaku usaha. Persentase paling rendah pada variabel *voice response* terdapat pada indikator menyampaikan keluhan atau kekecewaan terhadap produk yang dibeli hanya saat pelaku usaha meminta pendapat yaitu sebesar 45.1 persen. Konsumen merasa perlu untuk menyampaikan keluhannya ketika mengalami ketidakpuasan setelah mengonsumsi barang dan/atau jasa walaupun sebelumnya tidak diminta pendapat oleh pelaku usaha terlebih dahulu.

Dimensi *private response* terdiri atas empat indikator. Sebanyak tujuh dari sepuluh responden merasa sesuai untuk memberi tahu teman dan kerabat tentang pengalaman buruk yang dialami disebabkan oleh ketidakpuasan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa. Hal demikian dilakukan untuk mengiformasikan kekesalan yang sedang dirasakan dengan harapan agar teman dan kerabat tidak mengalami hal serupa.

Selanjutnya, *third party response* terdiri atas lima indikator. Sebanyak 23 persen responden merasa sesuai dengan pernyataan menyampaikan komplain kepada lembaga perlindungan konsumen dari pada melalui jalur lainnya. Hal tersebut dilakukan konsumen dengan tujuan pelaku usaha jera dalam melakukan kecurangan dan agar mendapat teguran langsung dari lembaga yang berwenang.

perilaku komplain konsumen dapat dilihat melalui seberapa sering konsumen melakukan komplain, kapan terakhir komplain, jenis barang dan/atau jasa yang dikomplainkan, respon dari pelaku usaha, dan berapa lama pelaku usaha memberikan respon terhadap komplain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak lebih dari separuh Suku Jawa melakukan komplain kurang dari tiga kali dalam waktu setahun terakhir. Sebanyak 36.3 persen responden Suku Jawa melakukan komplain pada dua sampai empat bulan yang lalu. Lebih dari separuh (67.9%) yang dikomplainkan adalah barang. Barang yang paling banyak dikeluhkan oleh konsumen Suku Jawa yakni pakaian (33.9%) dan jasa yang paling sering di komplain adalah transportasi sebesar 19 persen. Separuh (58.9%) pelaku usaha tetap ramah meskipun sudah dikomplain dan empat dari sepuluh responden Suku Jawa ditanggapi dengan cepat hanya dalam hitungan jam (41.1%), sebanyak 39.3 persen responden menyampaikan komplain kepada *costumer service.*

Tujuh dari sepuluh responden Suku Batak melakukan komplain kurang dari tiga kali dalam setahun terakhir, dimana empat dari sepuluh responden lainnya melakukan komplain antara dua sampai empat bulan lalu. Lebih dari separuh (62.5%) responden Suku Batak mengkomplain produk dalam bentuk barang. Barang yang paling banyak dikomplain yakni pakaian dan jasa yang paling banyak dikomplain responden Suku Batak yakni transportasi (23.8%). Sebanyak 67.5 persen pelaku usaha tetap ramah kepada responden yang telah melakukan komplain. Sebanyak 46.3% responden Suku Batak menerima respon komplainnya dalam hitungan jam dan separuh dari responden (56.3%) menyampaikan komplain melalui *costumer service.*

Lebih dari separuh Suku Bugis (63.2%) melakukan komplain kurang dari tiga kali dalam setahun terakhir. Lebih dari satu per empat responden melakukan komplain antara dua sampai empat bulan yang lalu dan antara lima sampai tujuh bulan yang lalu. Tiga per empat responden Suku Bugis lebih sering mengkomplain barang. Sebanyak 23.7 persen barang yang dikomplain yakni elektronik dan perkakas. Sebanyak 21.1 persen responden mengkomplain jasa dibidang transportasi dan jasa *service.* Separuh dari responden Suku Bugis mengaku bahwa pelaku usaha tetap ramah dalam merespon komplain responden. Sebanyak 44.7 persen mendapat tanggapan dari pelaku usaha dalam hitungan hari. Lebih dari tiga puluh persen responden Suku Bugis menyampaikan komplain melalui pemilik usaha dan melalui *costumer service*.

Secara keseluruhan, lebih dari separuh (67.9%) responden melakukan komplain kurang dari tiga kali selama satu tahun terakhir. Komplain terendah yang paling sedikit dilakukan oleh responden sebanyak lebih dari 10 kali dalam satu tahun terakhir sebesar 1.4 persen. Sebanyak tiga dari sepuluh responden (36.2%) melakukan komplain antara dua sampai empat bulan yang lalu. Lebih dari setengah responden merasa kecewa ketika mengonsumsi barang (67.2%) dan tipe jasa yang dikomplainkan responden sebesar (32.4%). Barang yang paling sering dikomplainkan yaitu pakaian dengan persentase sebesar 29.4 persen. Jasa yang paling sering dikomplainkan responden yaitu transportasi dengan persentase sebesar 20.6 persen. Sebanyak enam dari sepuluh responden menyatakan bahwa pelaku usaha tetap ramah dan tetap melayani dengan baik meskipun responden telah menyampaikan komplain. Sebanyak 36.6 persen responden mendapatkan respon atas penyampaian komplainnya dalam hitungan hari saja, dan sebanyak 8.7 persen responden tidak ditanggapi serta satu persen responden tidak diberi kepastian atau respon lebih lanjut dari pelaku usaha. Hampir separuh responden (42.9%) menyampaikan komplainnya melalui *customer service* karena dianggap sebagai cara mudah dalam menyampaikan komplain dibandingkan dengan menyampaikan kepada pelaku usaha secara langsung.

Perilaku komplain yang dilakukan Suku Jawa, Batak, dan Suku Bugis sebagian besar berada dalam kategori rendah dengan persentase masing-masing 97 persen, 80 persen, dan 92.1 persen. Enam dari sepuluh responden Suku Batak lebih menyukai menyampaikan komplain melalui *voice response* (60.0%) dan berada pada kategori sedang, *voice response* yang banyak dilakukan Suku Batak yakni dengan cara menghubungi *call center, costumer service*, layanan pengaduan konsumen pada toko tersebut. Lebih dari separuh ketiga suku yang diteliti termasuk dalam kategori rendah dalam melakukan *private response*.

Suku Batak cenderung lebih berani melaporkan kekecewaannya kepada lembaga yang berwenang. Delapan dari sepuluh responden Suku Batak termasuk kedalam kategori sedang dalam melakukan perilaku komplain *third party response*. Tindakan *third party response* yang paling banyak responden Suku Batak lakukan yakni melapor kepada lembaga perlindungan konsumen untuk memperingatkan konsumen lain. Suku Batak memiliki rata-rata terbesar dalam melakukan perilaku komplain dengan nilai 48.81. Nilai rataan terbesar pada dimensi *voice response* dengan nilai sebesar 60.5*, private response* sebesar 55.94, dan *third party response* sebesar 31.41 juga dimiliki oleh Suku Batak.

Tabel 2 Sebaran dan analisis deskriptif perilaku komplain berdasarkan suku

| Variabel | Suku | Rendah (%) | Sedang  (%) | Tinggi  (%) | Rataan ± Std | Min-Max |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Voice Response* | Jawa | 38.1 | 55.4 | 6.5 | 59.21±18.68 | 0.00-100 |
| Batak | 36.3 | 60.0 | 3.8 | 60.5±13.61 | 26.67-100 |
| Bugis | 52.6 | 39.5 | 7.9 | 56.14±18.83 | 0.00-100 |
| *Private Response* | Jawa | 75.0 | 17.9 | 7.1 | 47.52±20.73 | 0.00-100 |
| Batak | 68.8 | 15.0 | 16.3 | 55.94±19.63 | 0.00-100 |
| Bugis | 73.7 | 13.2 | 13.2 | 48.68±23.37 | 0.00-100 |
| *Third Party Response* | Jawa | 89.9 | 8.9 | 1.2 | 26.83±21.64 | 0.00-100 |
| Batak | 2.5 | 85.0 | 12.5 | 31.41±23.34 | 0.00-100 |
| Bugis | 92.1 | 7.9 | 2.5 | 28.42±21.73 | 0.00-80.00 |
| Perilaku komplain | Jawa | 97.0 | 2.4 | 0.6 | 37.21±12.32 | 0.00-84 |
| Batak | 80.0 | 16.3 | 3.8 | 48.81±14.70 | 21.43-100 |
| Bugis | 92.1 | 7.9 | 0.0 | 44.11±14.14 | 0.00-76.19 |

Hasil uji beda dari tiga suku yaitu Suku Jawa, Batak, dan Bugis menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara perilaku komplain Suku Jawa dan Suku Batak (sig=0.023), dimana perilaku komplain Suku Batak lebih tinggi dari pada Suku Jawa. Terdapat perbedaan yang signifikan antara Suku Jawa dan Suku Batak ada dimensi *private response* (sig=0.003) dimana Suku Batak lebih tinggi dalam melakukan *private response* dibandingkan Suku Jawa dan Suku Bugis. Penelitian ini sejalan dengan pendapat Liu dan McLure (2001) bahwa budaya memiliki pengaruh dalam mengambil tindakan komplain. Suku Batak memang dikenal memiliki adat yang keras dan memiliki gaya bicara yang “*ceplas-ceplos*”[[1]](#footnote-1). Demikian pula berdasarkan hasil uji beda, terdapat perbedaan nyata antara Suku Jawa dan Batak dalam melakukan perilaku komplain. Watak yang keras dan gaya bicara tersebut menjadikan Suku Batak berani untuk menyampaikan komplainnya secara langsung kepada pelaku usaha ketika merasa dirugikan saat mengonsumsi barang dan/atau jasa. Suku Jawa khususnya bagian Jawa Tengah keratonan diidentikkan dengan sikap yang sopan, “*nrimo*” atau menerima apapun yang terjadi dan didapat, serta mampu menyembunyikan perasaan[[2]](#footnote-2), sehingga Suku Jawa memiliki perilaku komplain yang lebih rendah dibandingkan Suku Batak.

Suku Bugis selain dikenal sebagai suku yang mudah naik darah namun Suku Bugis memiliki prinsip *siri* dan *pacce*. Kata *siri* dalam Bahasa Bugis artinya malu, dan *pacce* berarti tidak tega, kasihan, atau iba[[3]](#footnote-3). Hal-hal demikian dapat memengaruhi perilaku komplain Suku Bugis yang lebih mengedepankan perasaan tidak tega atau kasihan kepada pelaku usaha meskipun sebenarnya barang dan/atau jasa yang dikonsumsi tidak memuaskan. Meskipun demikian, pada variabel motivasi komplain Suku Bugis memiliki rata-rata paling tinggi diantara Suku Batak dan Jawa. Hal tersebut yang membedakan meskipun motivasi komplain Suku Bugis tinggi akan tetapi perilaku komplain yang dilakukan tidak setinggi Suku Batak.

**Hubungan antara Kepribadian terhadap Motivasi dan Perilaku Komplain**

Hasil uji *crosstab* digunakan untuk menganalisis besar hubungan kepribadian *introvert* dan *extrovert* terhadap variabel motivasi dan perilaku komplain yang dikategorikan berdasarkan rendah, sedang, dan tinggi. Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa antara hubungan kepribadian terhadap motivasi dan hubungan kepribadian terhadap perilaku komplain keduanya tidak terdapat hasil yang signifikan.

Berdasarkan hasil analisis yang disajikan pada Tabel 3 menunjukkan bahwa sebesar 58 persen kepribadian *extrovert* memiliki motivasi sedang. Pada kategori tinggi, kepribadian *introvert* memiliki persentase lebih besar daripada *extrovert* dengan nilai sebesar 21.5 persen. Dilihat dari nilai signifikannya, hubungan kepribadian dengan motivasi menunjukkan hasil yang tidak signifikan yakni 0.13 (≥0.05).

Tabel 3 Hubungan antara kepribadian terhadap motivasi

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Motivasi | Kepribadian | |
| *Extrovert* (%) | *Introvert* (%) |
| Rendah | 28.0 | 32.9 |
| Sedang | 58.0 | 45.6 |
| Tinggi | 14.0 | 21.5 |
| Sig. | 0.13 | |

Tabel 4 menyajikan hasil analisis hubungan kepribadian *introvert* dan *extrovert* terhadap perilaku komplain. Kepribadian *introvert* memiliki persentase terbesar pada perilaku komplain kategori rendah (87.3%), dan pada kategori tinggi, persentase kepribadian *introvert* lebih besar (2.5%) dari pada kepribadian *extrovert* (1.4%). Meskipun demikian, hubungan kepribadian terhadap perilaku komplain yang tersedia pada Tabel 20 diyatakan tidak signifikan dengan nilai *chi square* sebesar 0.71.

Tabel 4 Hubungan antara kepribadian dengan perilaku komplain

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Perilaku Komplain | Kepribadian | |
| *Extrovert* (%) | *Introvert* (%) |
| Rendah | 86.0 | 87.3 |
| Sedang | 12.6 | 10.1 |
| Tinggi | 1.4 | 2.5 |
| Sig. | 0.71 | |

**Pengaruh Kepribadian dan Motivasi terhadap Perilaku Komplain berdasarkan Suku**

Berdasarkan model SEM yang diajukan dalam penelitian ini dapat dilakukan pengujian terhadap hipotesis H2 sampai dengan H6. Pengujian hipotesis dapat dilihat melalui nilai p*-value*, apabila nilai dari p*-value* lebih kecil dari atau sama dengan 0.05 maka pengaruh antar variabel dapat dikatakan signifikan, namun jika nilai dari p*-value* lebih besar dari 0.05 maka pengaruh antar variabel termasuk dalam kategori tidak signifikan. Nilai R-*square* digunakan untuk melihat seberapa besar variabel yang satu menjadi faktor pengaruh terhadap variabel lainnya.

Tabel 5 Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku komplain

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Jalur | Jawa | | Batak | | Bugis | | Total | |
| Β | Ket | Β | Ket | Β | Ket | Β | Ket |
| Kepribadian 🡪Perilaku Komplain | 0.05 | Tolak H2 | 0.13 | Tolak H2 | 0.46\*\* | Terima H2 | 0.19 | Tolak H2 |
| Kepribadian 🡪 Motivasi | -0.05 | Tolak H3 | 0.13 | Tolak H3 | 0.26 | Tolak H3 | -0.003 | Tolak H3 |
| Motivasi 🡪 Perilaku Komplain | 0.73\*\* | Terima H4 | -0.10 | Tolak H4 | 0.13 | Tolak H4 | -0.11 | Tolak H4 |

Keterangan: \*)signifikan pada p<0.001, \*) signifikan pada p<0.05

**Pengaruh Variabel Kepribadian terhadap Perilaku Komplain (H2)**

Berdasarkan hasil analisis model SEM Suku Jawa, Batak, dan Bugis yang disajikan pada Tabel 19. Hasil penelitian pada Suku Jawa, Batak, dan total tidak mendukung H2 bahwa variabel kepribadian berpengaruh signifikan terhadap perilaku komplain. Berbeda dengan hasil analisis model SEM Suku Bugis. Pengaruh variabel kepribadian terhadap perilaku komplain pada Suku Bugis memiliki nilai p-*value* lebih kecil atau sama dengan 0.05. Hal demikian menandakan bahwa kepribadian berpengaruh signifikan terhadap perilaku komplain. Hasil ini sejalan dengan H2 bahwa kepribadian berpengaruh signifikan terhadap perilaku komplain. Bodey dan Grace (2007) yang mengungkapkan bahwa ciri kepribadian yakni *self-efficacy, machiavelianism*, kontrol perasaan, dan pengambilan resiko berhubungan dengan sikap konsumen dan kecenderungan untuk melakukan komplain. Mat dan Said (2012) mengungkapkan bahwa kepribadian memiliki hubungan dengan kemampuan responden dalam melakukan komplain.

**Pengaruh Variabel Kepribadian terhadap Motivasi (H3)**

Pada model SEM Suku Jawa, Batak, Bugis, dan total, pengaruh variabel kepribadian terhadap motivasi memiliki nilai p-*value* diatas 0.05 yang menandakan bahwa kepribadian tidak bepengaruh signikan terhadap variabel motivasi. Hasil deskripsi jawaban secara keseluruhan dan masing-masing suku, lebih dari 80 persen responden termotivasi untuk meminta penjelasan kepada pelaku usaha dan hanya sebagian kecil saja yang malu dalam melakukan komplain. Hal ini sejalan dengan penelitian Huang dan Chang (2008) membagi kepribadian menjadi dua yaitu kepribadian tipe A dan tipe B. Tipe A adalah responden yang berkomplain secara agresif, mudah tersinggung, dan khawatir dengan batas waktu. Responden tipe B sangat menghindari perilaku komplain yang agresif. Ketika mengalami ketidakpuasan, responden tipe B lebih baik menelepon *call center*, atau mengirim *email*.

Berdasarkan sebaran analisis deskriptif hampir separuh responden memiliki kepribadian *extrovert* yang terkategori tinggi dan separuh responden memiliki motivasi dalam kategori sedang. Hasil penelitian tersebut serupa dengan penelitian Syaftri (2016) bahwa kepribadian yang baik dan mudah bergaul akan meningkatkan motivasi untuk memicu tingkat kinerja seseorang. Hasil uji pengaruh menunjukkan tidak terdapat pengaruh antara kepribadian terhadap motivasi. Penelitian ini tidak didukung oleh Matilla dan Wirtz (2004) dan Tillema dan Koppen (2012). Hasil penelitian Matilla dan Wirtz (2004) menunjukkan bahwa psikologis responden akan memotivasi responden dalam mencari saluran untuk menyampaikan komplainnya kepada pelaku usaha. Penelitian Tillema dan Koppen (2012) mengatakan bahwa interpesonal seseorang akan berpengaruh nyata terhadap motivasi intrinsiknya.

**Pengaruh Variabel Motivasi terhadap Perilaku Komplain (H4)**

Model SEM selanjutnya menguji H6 dengan hasil uji menunjukkan pengaruh variabel motivasi terhadap perilaku komplain Suku Jawa berpengaruh positif dengan nilai p-*value* lebih kecil dari 0.05. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi motivasi yang dimiliki, akan menyebabkan perilaku komplain yang semakin tinggi pula. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Sutanto *et al.* (2007) motivasi berpengaruh dalam menyampaikan komplain untuk mengekspresikan emosi konsumen.

Hasil model SEM Suku Batak, Suku Bugis, dan total menyatakan bahwa motivasi tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku komplain dengan nilai p-*value* lebih besar dari 0.05. Berdasarkan deskripsi indikator, motivasi komplain terbanyak yaitu meminta penjelasan secara detail dari pelaku usaha, selanjutnya yakni mencari tindakan korektif, meminta produk baru, meminta uang kembali, dan mengungkapkan emosi atau kemarahannya kepada pelaku usaha. Motivasi responden tidak melakukan komplain terbesar yakni menganggap permasalahan tidak akan selesai meskipun telah melakukan komplain.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan Nimako dan Mensah (2012) yang mengatakan bahwa motivasi memengaruhi konsumen untuk melakukan komplain atau tidak melakukan komplain. Bagi konsumen yang melakukan komplain, motif tertinggi adalah mencari tindakan korektif, diikuti dengan mencari penjelasan, mencari ganti rugi, meminta maaf, mengekspresi emosi atau kemarahan dan motif paling sedikit adalah mencari kompensasi atau kerusakan, motivasi konsumen tidak melakukan komplain beralasan karena sudah merasa terlambat melakukannya. Heung dan Lam (2003) pun mendukung hasil penelitian tersebut. Menurut penelitian Heung dan Lam (2003) motivasi konsumen dalam melakukan komplain ialah mencari perbaikan dalam segi produk dan pelayanan. Konsumen akan lebih menghargai bagi pelaku usaha yang bersedia menganggapi keluhannya dengan baik, sehingga motivasi memiliki pengaruh dalam perilaku komplain konsumen. Pada penelitian ini, motivasi komplain masih terkategori sedang dan perilaku komplain terkategori rendah. Morel *et al.* (1997) menyatakan bahwa motivasi responden yang tinggi akan semakin menemukan kesempatan untuk melakukan perilaku komplain. Oleh karena itu, peningkatan motivasi dibutuhkan untuk dapat meningkatkan perilaku komplain.

**SIMPULAN**

Kepribadian paling banyak pada ketiga suku ialah *extrovert,* motivasi terbanyak pada ketiga suku termasuk kedalam kategori sedang, dan perilaku komplain yang dilakukan oleh responden dari ketiga suku juga terkategori rendah. Hasil rata-rata yang dibedakan berdasarkan suku menunjukkan bahwa Suku Bugis memiliki rata-rata motivasi komplain paling tinggi diantara ketiga suku. Suku Batak memiliki rata-rata perilaku komplain paling tinggi diantara Suku Jawa, Suku Batak, dan Suku Bugis.

Terdapat perbedaan nyata antara Suku Jawa dan Suku Batak dalam melakukan perilaku komplain. Terdapat perbedaan yang signifikan pula antara Suku Jawa dan Suku Batak pada dimensi *private response*. Hasil analisis model SEM yang dibuat berdasarkan suku dan secara keseluruhan, membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kepribadian terhadap perilaku komplain Suku Bugis. Tidak terdapat pengaruh signifikan pada Suku Jawa, Batak, dan total. Tidak terdapat pengaruh signifikan antara kepribadian terhadap motivasi dari model SEM tiap-tiap suku maupun total. Terdapat pengaruh signifikan antara motivasi dengan perilaku komplain pada model SEM Suku Jawa, namun tidak ada pengaruh signifikan pada Suku Batak, Suku Bugis dan model SEM secara keseluruhan.

**SARAN**

Konsumen perlu meningkatkan motivasi komplain dalam dirinya, masih banyak konsumen yang menjawab permasalahan tidak akan selesai meskipun telah melakukan komplain. Hal demikian pun berdampak pada perilaku komplain yang rendah terutama pada dimensi *third party response*. Sebagai konsumen yang cerdas diperlukan kesadaran untuk mengetahui hak dan kewajiban konsumen sebagaimana yang telah tercantum dalam pasal 4 dan pasal 5 Undang-Undang No 8 tahun 1999.

Proses pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode survei *online,* sehingga peneliti tidak dapat melihat secara langsung proses pengisian kuesioner. Bagi peneliti selanjutnya dapat menggunakan teknik pengambilan data serta melakukan wawancara mendalam untuk memperkaya hasil penelitian.

**DAFTAR PUSTAKA**

Blodgett, J., Bakir, A., Saklai, A. (2015). Customer complaint behavior: an examination of cultural vs. Situational factors. *Journal of Consumer Satisfaction/ Dissatisfaction and Complaining Behavior*, *8*(1), 61-70.

Cahyaning, S., Cahyono, A. (2015). Perbedaan communication privacy management di media sosial twitter pada remaja dengan tipe kepribadian extrovert dan introvert. *Journal Psikologi Pendidikan dan Perkembangan*, *4*(1), 65-70.

Keng, K. A., Richmond, D., Han, S. (2015). Determinants of consumer complain behaviour: A study of Singapore consumers. *Journal of Intertional Consumer Marketing*, *8*(2), 59.

Priporas, C. V., Stylos, N., Fotiadis, A. (2017). Generation z consumers expectatios of interactions n smart retailing: A future agenda. *Computer in Human Behavior Jornal*, *71*(1), 274- 383.

Nimako, S., Mensah, A. (2012). Motivation for customer complaining and non-complaining behaviour towards mobile telecommunication services. *Asian Journal of Business Management.* *4*(3), 310-320. ISSN: 2041-8752.

Thogersen, J., Juhl, H. J., Poulsen, C. S. (2003). Complaining: a function of attitude, personality and situation*. Journal American Association Marketing and Public Policy Conference*, *11*(3), 70–83.

Hartoyo, Tinaprila, N., Prasetyo, A. (2016). Behaviour analysis of consumer complain. *Journal of Business and Entrepreneurship*. 2(2). P-ISSN: 2407-5434. E-ISSN: 2407-7321. doi: 10.17358/IJBE.2.2.101

Ndubisi, N., Ling, T., Adeline, A. (2007). Evaluating gender differences in the complaint behavior of malaysian consumers. *Asian Academy of Management Journal, 12*(2), 1-13.

Ibiduni, O., Iyiola, O. (2013). The Relationship between Complaints, Emotion, Anger, and Subsequent Behavior of Customers. *IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS)*, *17*(6), 34-41, e-ISSN: 2279-0837, p-ISSN: 2279-0845,www.iosrjournals.org

Sumarwan, U. (2014). Perilaku Konsumen. Bogor ,ID: Ghalia Indonesia.

[BPS] Badan Pusat Statistik. (2017). Survei Penduduk 2010: Jumlah dan Presentase Penduduk Suku Bangsa. Tersedia pada <https://www.bps.go.id/>

Peter, J., Olson, J. C. (2010). Consumer Behavor and Marketing Strategy 9th ed. New York ,USA: Mc Graw Hill.

Metehan, T., Yasemin, A. Z. (2011). Demographic characteristics and complaint behavior: an empirical study concerning Turkish customer*. International Journal of Business and Social Science*, *2*(9), 42–48.

Putra, N., Giantari, I. (2015). Pengaruh sikap mengeluh dan jenis kelamin terhadap perilaku komplain di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 3*(9), 2471-2488.

Hamalik, O. (2001). Proses Belajar Mengajar. Jakarta ,ID: PT. Bumi Aksara.

Sutikno, S. (2007). Membangkitkan Motivasi Belajar Siswa*. Jurnal Pendidikan, 1*(1).

Liu, R., McLure, P. (2001). Recognizing cross-cultural differences in consumer complaint behavior and intentions: an empirical examination. *Journal of Consumer Marketing*, *10*(1), 54-74. MCB University Press , 0736-3761

Mat, A., Said, A. (2012). Factor affecting consumer complaint behaviour. *Journal of Consumers*, *18*(2),16-37.

Heung, V., Lam, (2003). Customer complaint behaviour towards hotel restaurant services*. International Journal Contemporer Hospital Manage*, *15*(5), 283-289.

Syafitri ,A. (2016). Pengaruh kepribadian dan kemampuan terhadap motivasi dan kinerja karyawan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, *5*(9).

Matilla, A., Wirtz, J. (2004). Consumer complaining to firms: the determinants of channel choice. *Journal of Service Marketing*, *18*(2),146-155.

Tillema, R., Koppen, S. (2012). Effect of formative feedback on intrisic motivation: Examining ethnic differences. *Journal Learning and Individual Differences*, *22*(1),449-454.

Sutanto, J., Gunawan, B., Thio, S. (2016). Perilaku dan motivasi komplain responden terhadap restoran- restoran di Surabaya, *Jurnal manajemen, 2*(1).

Morel, K., Poiesz, T., Henk, W. (1997). Motivation, Capacity and Opportunity to Complain: Towards a Comprehensive Model of Consumer Complaint Behavior*. Jurnal Consumer*, *24*(1),464-469.

1. <https://ilmuseni.com/seni-budaya/kebudayaan-suku-batak>. [↑](#footnote-ref-1)
2. <https://salamadian.com/mengenal-karakter-sifat-dan-kebiasaan-orang-jawa/> [↑](#footnote-ref-2)
3. [http://www.gurupendidikan.co.id/suku-bugis-sejarah-adat-istiadat-kebudayaankesenian-rumah-adat-dan bahasa-beserta-pakaian-adatnya-lengkap/](http://www.gurupendidikan.co.id/suku-bugis-sejarah-adat-istiadat-kebudayaankesenian-rumah-adat-dan%20bahasa-beserta-pakaian-adatnya-lengkap/). [↑](#footnote-ref-3)