

# ANALISA PERBEDAAN PERILAKU KOMPLAIN DAN EKSPEKTASI TERHADAP *SERVICE RECOVERY* PADA GENERASI *BABY BOOMERS*, GENERASI X DAN GENERASI Y SAAT MAKAN DI RESTORAN *TABLE SERVICE* DI SURABAYA

Ria Erinna, Albert Limanjaya, Deborah C. Widjaja  
Program Manajemen Perhotelan, Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra  
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

Email: [riaerinna96@gmail.com](mailto:riaerinna96@gmail.com), [duskdragon@ymail.com](mailto:duskdragon@ymail.com), [dwidjaja@petra.ac.id](mailto:dwidjaja@petra.ac.id)

**Abstrak** – Generasi yang lahir di tahun yang berbeda cenderung memiliki perbedaan sifat dan perilaku. Perilaku komplain konsumen dibagi menjadi empat tipe, yaitu: 1) *Inertia* 2) *Negative Word of Mouth* 3) *Third Party* 4) *Voice*. Bentuk-bentuk *service recovery*, yaitu: 1) *Procedural Justice* 2) *Interactional Justice* 3) *Distributive Justice*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada perbedaan perilaku komplain dan ekspektasi terhadap *service recovery* yang signifikan pada generasi *baby boomers*, generasi X dan generasi Y saat makan di restoran *table service* di Surabaya. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat perbedaan perilaku komplain yang signifikan antara generasi *baby boomers*, generasi X dan generasi Y, sedangkan tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada ekspektasi terhadap *service recovery* antara generasi *baby boomers*, generasi X dan generasi Y.

**Kata Kunci:** Perilaku komplain, ekspektasi *service recovery*, generasi *baby boomers*, generasi X, generasi Y, restoran *table service*.

**Abstract** – Generations born in different years tend to have different characteristics and traits. Consumer complaint behavior is divided into four types, including: 1) *Inertia* 2) *Negative Word of Mouth* 3) *Third Party* 4) *Voice*. The forms of *service recovery* include: 1) *Procedural Justice* 2) *Interactional Justice* 3) *Distributive Justice*. This study aims to determine whether there are significant differences in complaints behavior and expectations of *service recovery* in the *baby boomers* generation, generation X and generation Y when eating at *table service* restaurants in Surabaya. The results of this study indicate that there are significant differences in complaint behavior between *baby boomers*, generation X and generation Y, while there is no significant difference in expectations of *service recovery* between *baby boomers*, generation X and generation Y.

**Keywords:** Complaint behavior, *service recovery* expectations, *baby boomers* generation, generation X, generation Y, *table service* restaurants.

## PENDAHULUAN

Industri *food and beverage* adalah industri yang potensial untuk dikembangkan dan berperan dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Saat ini strategi pemasaran sebuah restoran tidak hanya berorientasi pada bagaimana meningkatkan laba saja, namun bagaimana mencapai kepuasan konsumen sehingga sebuah restoran dapat terus bertahan dan bersaing di dalam bisnis kuliner serta meminimalisir komplain yang tidak diharapkan (Maghfiroh, 2015). Hsu dan Chiu (2008) menyatakan bahwa adanya perbedaan perilaku komplain dan ekspektasi *service recovery* pada tingkat usia konsumen yang berbeda-beda. Literatur tentang kelompok

generasi berfokus pada tiga kelompok generasi utama: *Baby Boomers* (lahir tahun 1946-1964 atau berusia antara 54-72 tahun), Generasi X (lahir tahun 1965-1980 atau berusia antara 38 sampai 53 tahun) dan Generasi Y (lahir tahun 1981-2000 atau berusia antara 18 sampai 37 tahun) (Lancaster & Stillman, 2002). Berdasarkan data dari Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil (2018), pada tahun 2018 di Surabaya terdapat penduduk sebesar 3.097.912 jiwa, diantaranya generasi *Baby Boomers* sebanyak 613.175 jiwa, generasi X merupakan generasi dengan populasi terbanyak yaitu 1.215.216 jiwa dan generasi Y terdiri dari 900.025 jiwa.

Perbedaan masa hidup setiap generasi menyebabkan sifat yang berbeda pula antara masing-masing generasi. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Jawapos, Deteksi (2016), generasi *Baby Boomers* memiliki sifat pekerja keras, mandiri, percaya diri dan sangat kompetitif. Generasi X memiliki sifat *work-life balanced*, memiliki rasa keingintahuan yang tinggi, fleksibel dan ambisius. Sedangkan generasi Y tumbuh di era perkembangan teknologi yang pesat sehingga generasi Y memakai teknologi dalam bekerja, memiliki sifat fleksibel, terbuka dengan perubahan dan ambisius. Adanya perbedaan sifat dan karakteristik mempengaruhi perilaku komplain dan ekspektasi *service recovery* pada generasi *Baby Boomers*, generasi X dan generasi Y. Hsu dan Chiu (2008) menyatakan bahwa perbedaan sifat dan karakteristik yang berbeda mempengaruhi perilaku komplain dan ekspektasi *service recovery* pada masing-masing generasi sesuai dengan tingkat usia yang berbeda-beda.

Berdasarkan survei pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti kepada keluarga dan teman penulis yang pernah memiliki pengalaman tidak puas saat makan di restoran *table service*. Survei pendahuluan ini melibatkan 6 orang informan I dan II mewakili generasi *Baby Boomers*, informan III dan IV mewakili generasi X serta informan V dan VI mewakili generasi Y. Dari survei pendahuluan mengindikasikan bahwa generasi *Baby Boomers*, generasi X dan generasi Y memiliki alasan komplain, perilaku komplain serta ekspektasi *service recovery* yang berbeda. Generasi *Baby Boomers* cenderung komplain terkait kualitas makanan, generasi Y cenderung komplain terkait kualitas pelayanan sedangkan generasi X komplain dengan alasan yang lebih bervariasi atau berbeda satu dengan yang lainnya. Perilaku komplain dari ketiga generasi ini juga berbeda. Generasi Y cenderung menggunakan media sebagai alat dalam menyampaikan komplain. Fenomena tersebut apabila tidak diketahui dan ditangani dengan tepat oleh pihak restoran dapat membuat konsumen berpindah ke restoran lain atau "*switching*" secara diam-diam yang akan mengakibatkan restoran gagal mempertahankan konsumennya (Bastari dan Limantoro, 2016).

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat perbedaan perilaku komplain pada generasi *Baby Boomers*, generasi X dan generasi Y saat makan di restoran *table service* di Surabaya?
2. Apakah terdapat perbedaan ekspektasi *service recovery* pada generasi *Baby Boomers*, generasi X dan generasi Y saat makan di restoran *table service* di Surabaya?

## **TEORI PENUNJANG**

### **Perbedaan Perilaku Komplain Antar Generasi**

Generasi didefinisikan sebagai sekelompok individu yang lahir selama periode waktu yang sama dan yang mengalami kejadian eksternal yang serupa selama masa remaja akhir dan awal masa dewasa (Meredith & Schewe, 1994; Rogler, 2002; Ryder,

1965). Dengan demikian melampaui apa yang bisa dijelaskan oleh usia, masing-masing kelompok generasi mengeksplorasi perjalanan kehidupan individu melalui tahun-tahun formatif setiap individu (Motta & Schewe, 2008; Smola & Sutton, 2002).

Lancaster dan Stillman (2002) menyatakan bahwa individu yang lahir dan dibesarkan di era sejarah yang sama dibentuk oleh pengalaman formatif umum dan oleh karena itu masing-masing generasi mengembangkan identitas yang unik. Meskipun generasi yang berbeda mungkin berbagi beberapa kesamaan, studi mengenai *cross-sectional* telah memberikan dukungan kepada perbedaan fundamental antara dua generasi yang mencakup demografi usia dan tahap kehidupan (Loroz & Helgeson, 2013; Twenge, Campbell, Hoffman, & Lance, 2010). Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa perilaku komplain antara generasi tidak dapat sepenuhnya sama atau berbeda (Ting, Wong & Run, 2016). Ini menimbulkan kebutuhan untuk mencari perbedaan perilaku komplain dari generasi ke generasi dalam penelitian ini.

Studi terbaru, yang melihat ke dalam persamaan nilai di antara kakek-nenek (generasi *Baby Boomers*), orang tua (generasi X) dan anak-anak remaja (generasi Y), menyimpulkan bahwa kesamaan nilai orangtua-remaja lebih rendah dari kesamaan nenek-orang tua (Barni, Ranieri, & Scabini, 2012). Hal ini juga berfokus pada interaksi yang kuat antara keluarga dan konteks sosial-budaya dalam pilihan nilai dan dalam menentukan tingkat kesamaan di antara anggota keluarga. Oleh karena itu, disusunlah hipotesis 1 sebagai berikut:

- Terdapat perbedaan yang signifikan terhadap perilaku komplain antara generasi *Baby Boomers*, generasi X dan generasi Y saat makan di restoran *table service* di Surabaya.

### **Perbedaan Ekspektasi terhadap *Service Recovery* Antar Generasi**

Penilaian konsumen terhadap kualitas layanan adalah informasi yang berguna bagi penyedia layanan (Cronin dan Taylor, 1992). Organisasi yang berorientasi untuk meningkatkan kualitas pelayanannya akan menerima pendapatan yang lebih tinggi (Aaker dan Jacobson, 1994). Parasuraman et al. (1985) menyatakan bahwa adanya perbedaan antara ekspektasi konsumen dan persepsi konsep ketidakpuasan yang dialami masing-masing konsumen. Sebagai hasilnya, apabila ekspektasi konsumen terhadap *service recovery* lebih besar daripada persepsi tersebut, maka kualitas layanan tidaklah memuaskan bagi konsumen (tidak memenuhi harapan konsumen). Adanya kesenjangan generasi yang berbeda kehidupan ini menimbulkan kebutuhan untuk mencari perbedaan ekspektasi terhadap *service recovery* dari generasi ke generasi dalam penelitian ini.

Menurut Moore, Grunberg dan Krause (2014), generasi Y memiliki harapan yang lebih tinggi daripada generasi *Baby Boomers* dalam bidang pengembangan karier, gaji yang tinggi dan pelatihan kerja. Generasi Y juga memiliki ekspektasi yang lebih tinggi dalam kemajuan atau promosi jabatan yang cepat dibandingkan generasi X dan *Baby Boomers*. Namun, pekerja generasi Y memiliki ekspektasi yang jauh lebih rendah daripada generasi X dan *Baby Boomers* di bidang perlindungan masa tua atau pensiun. Selain itu, tes *post-hoc* juga mengungkapkan sejumlah perbedaan yang signifikan antara generasi X dan *Baby Boomers*: generasi X memiliki tingkat ekspektasi yang lebih tinggi dalam bidang pengembangan karir, manfaat kesehatan, dan pelatihan kerja dibandingkan generasi *Baby Boomers*.

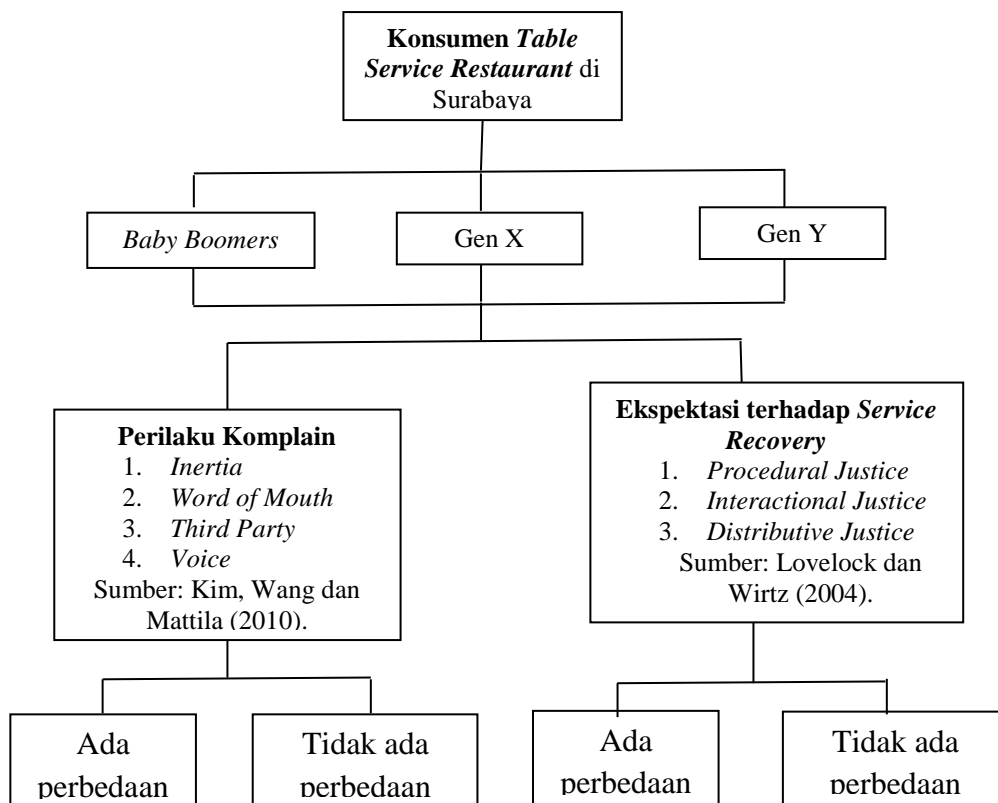
Menurut Hertzog dan Hultsch (2000) semakin bertambahnya usia, konsumen akan semakin sulit dalam mempelajari sebuah teknologi yang semakin maju. Hal ini didukung oleh Porter dan Donthu (2006), dengan bertambahnya usia, maka konsumen

akan sadar bahwa konsumen telah menjadi “terlalu tua” dan “sulit” untuk menggunakan teknologi baru. Generasi Y adalah generasi yang paling inovatif karena lebih banyak menggunakan teknologi dan lebih mudah beradaptasi dengan teknologi baru daripada generasi sebelumnya. Dalam penelitian Sparks dan Pan (2009) menyatakan bahwa generasi X lebih suka menikmati makanan di restoran hotel ketika menginap di hotel karena generasi X memiliki ekspektasi yang tinggi pada kenyamanan hotel dan pada kualitas makanan dan minuman di restoran hotel tersebut.

Berdasarkan teori dari penelitian di atas, penulis menyimpulkan bahwa setiap generasi memiliki ekspektasi yang berbeda-beda. Adapun ekspektasi konsumen terhadap *service recovery* akan sebuah kegagalan layanan di sebuah restoran pada umumnya berbeda-beda, dipengaruhi oleh tingkat usia dan gaya hidup konsumen (Hsu dan Chiu, 2008). Hsu dan Chiu (2008) dalam penelitiannya mengenai perilaku remaja terhadap komplain kepada *buffet restaurant* menyatakan bahwa remaja berusia antara 13 hingga 19 tahun (generasi Y) cenderung menginginkan ganti rugi yang manfaatnya dapat dirasakan secara langsung, seperti *discount* atau *free dessert*; sementara orang tua (generasi X hingga generasi *Baby Boomers*) pada umumnya mengharapkan *service recovery* sebatas pada penjelasan dan permintaan maaf dari pihak restoran. Oleh karena itu, disusunlah hipotesis 2 sebagai berikut:

- Terdapat perbedaan yang signifikan pada ekspektasi terhadap *service recovery* antara generasi *Baby Boomers*, generasi X dan generasi Y saat makan di restoran *table service* di Surabaya.

### Kerangka Pemikiran



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

## METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan pendekatan komparatif dan kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah generasi *Baby Boomers*, generasi X dan generasi Y yang berdomisili di Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *quota sampling* dan *purposive sampling* yang termasuk dalam *non probability sampling*. Sampel yang dipilih sebatas lingkup generasi *Baby Boomers*, generasi X dan generasi Y.

Peneliti menetapkan sampel sebanyak 300 sampel, masing-masing generasi sejumlah 100 sampel. Ada kriteria yang penulis tetapkan untuk menjadi sampel, yaitu responden minimal berusia 18 tahun dan responden adalah konsumen yang pernah merasa kecewa ataupun melakukan komplain saat makan di salah satu restoran *table service* seperti House of Wok, Moi Garden, Solaria, Sushi Tei, Hachi-Hachi, Bentoya, Hakata Ikkousha, Yamagoya Ramen, Platinum Grill, Bon Cafe, Steak Hut, Pizza Hut, Layan, Ayam Bakar Primarasa dan Ikan Bakar Cianjur (IBC) dan restoran *table service* lainnya yang berada di Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuisisioner. Kuisisioner yang dibagikan merupakan kuisisioner dengan metode *close ended question*, sedangkan cara pengisian kuisisioner menggunakan metode skala *Likert*.

Hasil uji validitas dengan  $n=30$ , ketujuh butir pernyataan yang mengukur variabel perilaku komplain, semuanya dinyatakan valid dengan nilai korelasi berkisar dari 0.460-0.747 yang berarti butir-butir pernyataan tersebut memiliki korelasi yang kuat dalam mengukur variabel perilaku komplain. Seluruh pernyataan di atas dapat dikatakan valid karena koefisien korelasi ( $r$  hitung) lebih besar dari korelasi  $r$  product moment ( $r$  tabel), dimana pada penelitian ini,  $r$  tabel yang digunakan sebesar 0.361. Sedangkan kedelapan butir pernyataan yang mengukur variabel ekspektasi terhadap *service recovery*, semuanya dinyatakan valid dengan nilai korelasi berkisar dari 0.381-0.831 yang berarti butir-butir pernyataan tersebut memiliki korelasi yang sangat kuat dalam mengukur variabel ekspektasi terhadap *service recovery*.

Hasil uji reliabilitas dengan  $n=30$ , variabel Perilaku Komplain yang bernilai 0,673 dan Ekspektasi terhadap *Service Recovery* yang bernilai 0.823 lebih besar dari 0.6, sehingga kuisisioner dapat dinyatakan reliabel.

Survei dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner kepada teman dan keluarga penulis. Penulis menggunakan dua jenis kuisisioner, yaitu kuisisioner *offline* (dengan tatap muka) dan kuisisioner *online* (dengan menggunakan *google form*). Kuisisioner *offline* terdiri dari 95 lembar dengan *response rate* 88.21% dan terdapat 15 kuisisioner yang dibuang karena terdapat 7 kuisisioner dengan semua jawaban bernilai 1 (sangat tidak setuju), terdapat 3 kuisisioner dengan semua jawaban bernilai 5 (sangat setuju) dan 5 kuisisioner dengan jawaban yang tidak terisi penuh. Sedangkan kuisisioner yang diperoleh secara *online* sebanyak 222 responden dengan *response rate* 99.1% dan terdapat 2 kuisisioner yang tidak dapat diikutsertakan karena responden kuisisioner tersebut berusia dibawah 18 tahun dimana hal ini tidak sesuai dengan kriteria sampel yang ditetapkan oleh penulis.

## HASIL PENELITIAN

### Profil Responden

Tabel 1.1 Profil Demografis Responden Berdasarkan Jenis Generasi

Jenis Generasi	Frekuensi	Persentase
Generasi <i>Baby Boomers</i> (54-72 tahun)	100	33.3%
Generasi X (38-53 tahun)	100	33.3%
Generasi Y (18-37 tahun)	100	33.3%
Total	300	100%

Dari tabel 1.1 berjumlah 300 sampel yang terbagi atas 100 sampel generasi *Baby Boomers*, 100 sampel generasi X dan 100 sampel generasi Y. Jumlah frekuensi sampel ini sudah sesuai dengan *target quota sampling* penulis.

Tabel 1.2 Profil Demografis Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	127	42.33%
Perempuan	173	57.67%
Total	300	100%

Tabel 1.2 menyatakan bahwa dari total 300 responden, responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 127 orang, sedangkan jenis kelamin perempuan berjumlah lebih banyak, yaitu 173 orang.

Tabel 1.3 Profil Jenis Pekerjaan Responden

Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Wiraswasta	101	33.67%
Pegawai swasta	82	27.33%
Pegawai negeri	4	1.33%
Ibu rumah tangga	27	9.00%
Pelajar / Mahasiswa	70	23.33%
Profesional (dokter, dosen, dsb)	14	4.67%
Pensiunan (sudah tidak bekerja)	2	0.67%
Total	300	100%

Pada tabel 1.3 terdapat 101 responden bekerja sebagai wiraswasta, 82 responden bekerja sebagai pegawai swasta, 4 responden bekerja sebagai pegawai negeri, 27 responden berstatus sebagai ibu rumah tangga, 70 responden berstatus sebagai pelajar/mahasiswa, 14 responden bekerja profesional dan 2 responden yang telah pensiun.

Tabel 1.4 Profil Pengeluaran Responden ketika Makan di Restoran *Table Service*

Rata-Rata Pengeluaran	Generasi <i>Baby Boomers</i>	Persentase Generasi <i>Baby Boomers</i>	Generasi X	Persentase Generasi X	Generasi Y	Persentase Generasi Y
Dibawah Rp 100.000;	22	5%	5	1.67%	33	13.67%
Rp 100.000; - Rp 500.000;	23	7.67%	65	21.67%	66	26%
Rp 500.001; - Rp 1000.000;	40	13.33%	26	7%	-	-
Diatas Rp 1.000.000;	15	2.33%	4	1.33%	1	0.33%

Pada generasi *Baby Boomers*, rata-rata pengeluaran sekali makan paling banyak adalah sebesar Rp 500.001; - Rp 1.000.000; dan paling sedikit adalah sebesar diatas Rp 1.000.000; sedangkan pada generasi X rata-rata pengeluaran sekali makan paling banyak adalah sebesar Rp 100.001; - Rp 500.000; dan paling sedikit adalah sebesar

diatas Rp 1.000.000; dan pada generasi Y rata-rata pengeluaran sekali makan paling banyak adalah sebesar Rp 100.001; - Rp 500.000; dan paling sedikit adalah sebesar Rp 500.000; - Rp 1.000.000;.

### Analisa Mean dan Standar Deviasi

Tabel 2.1 Deskripsi Mean Perilaku Komplain Tiap Generasi

No	Indikator	Generasi <i>Baby Boomers</i>		Generasi X		Generasi Y	
		Mean	Std. Deviasi	Mean	Std. Deviasi	Mean	Std. Deviasi
1.	K1-Saya memutuskan untuk tidak kembali lagi ke restoran tersebut.	3.42	1.288	2.22	0.917	3.05	1.184
2.	K2-Saya menceritakan kekecewaan yang saya rasakan terhadap suatu restoran kepada kerabat dan keluarga.	<b>3.79</b>	0.998	<b>3.46</b>	1.049	<b>3.38</b>	1.187
3.	K3-Saya menyampaikan ketidakpuasan yang saya rasakan terhadap layanan restoran melalui media sosial ( <i>facebook, twitter, instagram, dll</i> ) atau media cetak.	2.23	1.053	1.91	0.996	2.11	1.053
4.	K4-Saya melaporkan atau menyampaikan ketidakpuasan yang saya alami kepada pihak ketiga, yaitu lembaga perlindungan konsumen.	1.99	1.141	1.68	0.909	1.96	1.034
5.	K5-Saya menyampaikan keluhan saya secara langsung kepada manajer restoran.	3.47	1.123	2.76	1.334	3.37	1.203
6.	K6-Saya menyampaikan keluhan saya melalui <i>guest comment</i> restoran.	3.36	1.202	3.39	1.278	<b>3.38</b>	1.237
7.	K7-Saya mengirimkan surat keluhan atau <i>e-mail</i> kepada pihak restoran.	2.22	0.991	2.17	1.207	2.38	1.117
Total		2.93	-	2.51	-	2.80	-

Tabel 2.1 menyatakan bahwa perilaku komplain tertinggi pada generasi *baby boomers*, generasi X dan generasi Y adalah sama, yaitu K2. Namun sedikit berbeda pada generasi Y, perilaku komplain tertinggi K6. Sedangkan perilaku komplain terendah pada generasi *baby boomers*, generasi X dan generasi Y menunjukkan hasil yang sama, yaitu K4.

Tabel 2.2 Deskripsi *Mean* Ekspektasi terhadap *Service Recovery* Tiap Generasi

No	Indikator	Generasi <i>Baby Boomers</i>		Generasi X		Generasi Y	
		Mean	Std. Deviasi	Mean	Std. Deviasi	Mean	Std. Deviasi
1.	SR1-Saya mengharapkan penggantian makanan sesuai dengan makanan yang saya pesan.	<b>3.99</b>	1.020	3.92	1.169	3.74	1.070
2.	SR2-Saya mengharapkan permintaan maaf dari staf / manajer restoran.	3.75	0.978	3.64	1.177	3.76	1.138
3.	SR3-Saya mengharapkan minuman atau makanan pembuka yang diberikan secara gratis oleh pihak restoran.	3.05	1.167	3.29	1.209	2.96	1.180
4.	SR4-Saya mengharapkan perbaikan layanan, seperti pihak restoran memasak kembali makanan sesuai keinginan saya atau pelayan menyajikan makanan sesuai yang saya pesan.	3.90	1.040	<b>4.19</b>	0.961	<b>4.08</b>	0.961
5.	SR5-Saya mengharapkan penggantian makanan sesuai dengan makanan yang saya pesan ditambah dengan bonus makanan atau minuman lainnya.	2.90	1.267	3.27	1.270	3.00	1.189
6.	SR6-Saya mengharapkan <i>voucher</i> dari pihak restoran.	2.98	1.035	3.18	1.298	2.91	1.129
7.	SR7-Saya mengharapkan keterlibatan manajer restoran dalam menyelesaikan keluhan saya.	3.72	0.975	3.72	1.147	3.63	1.116
8.	SR8-Saya mengharapkan diskon dari pihak restoran.	3.27	1.188	3.42	1.199	3.04	1.188
Total		3.45	-	3.56	-	3.39	-

Tabel 2.2 menunjukkan bahwa ekspektasi terhadap *service recovery* tertinggi pada generasi *baby boomers* adalah SR1. Sedangkan pada generasi X dan generasi Y menunjukkan ekspektasi terhadap *service recovery* tertinggi yang sama, yaitu SR4. Sementara itu, ekspektasi terhadap *service recovery* terendah pada generasi *baby boomers* adalah SR5. Sedangkan pada generasi X dan generasi Y menunjukkan ekspektasi terhadap *service recovery* terendah yang sama, yaitu SR6.



**Analisa Top Two Boxes and Bottom Two Boxes**

**Tabel 3.1 Deskripsi Variabel Perilaku Komplain**

Indikator	Frekuensi Jawaban					Mean	Bottom Two Boxes	Top Two Boxes
	STS	TS	AS	S	SS			
K1-Saya memutuskan untuk tidak kembali lagi ke restoran tersebut	42	82	81	55	40	2,90	41,3%	31,7%
K2-Saya menceritakan kekecewaan yang saya rasakan terhadap suatu restoran kepada kerabat dan keluarga	19	35	59	138	49	3,54	18,0%	<b>62,3%</b>
K3-Saya menyampaikan ketidakpuasan melalui media sosial atau media cetak	98	122	46	25	9	2,08	73,3%	11,3%
K4-Saya melaporkan ketidakpuasan kepada pihak ketiga (lembaga perlindungan konsumen)	137	99	37	18	9	1,88	78,7%	9,0%
K5-Saya menyampaikan keluhan saya secara langsung kepada manajer restoran	38	57	54	109	42	3,20	31,7%	<b>50,3%</b>
K6-Saya menyampaikan keluhan saya melalui guest comment restoran	33	43	53	120	51	3,38	25,3%	<b>57,0%</b>
K7-Saya mengirimkan surat keluhan atau e-mail kepada pihak restoran	83	117	52	36	12	2,26	66,7%	16,0%
Total						2,75	47,9%	33,9%

Responden menilai bahwa perilaku komplain saat makan di restoran *table service* di Surabaya tergolong cukup tinggi sebesar 2,75. Indikator paling tinggi adalah K2 dengan skor 3,54. Hal ini memiliki arti bahwa responden cenderung menceritakan kekecewaan yang dialami kepada kerabat dan keluarga dalam menyampaikan komplain.

Hasil dari *top two boxes test* menunjukkan bahwa K2 memiliki persentase tertinggi, yaitu 62,3%. Tertinggi kedua adalah K6 dengan skor 3,38. Tertinggi ketiga adalah K5 dengan skor 3,20. Sedangkan paling rendah adalah K4 dengan skor rata-rata 1,88 hal ini memiliki arti bahwa responden jarang melaporkan ketidakpuasannya kepada lembaga perlindungan konsumen dalam menyampaikan komplain. Hal tersebut didukung dengan hasil dari *top two boxes test* menunjukkan bahwa K4 memiliki persentase terendah, yaitu 9,0%.

Tabel 3.2 Deskripsi Variabel *Service Recovery*

Indikator	Frekuensi Jawaban					Mean	Bottom Two Boxes	Top Two Boxes
	STS	TS	AS	S	SS			
SR1-Saya mengharapkan penggantian makanan sesuai dengan makanan yang saya pesan	11	30	41	119	99	3,88	13,7%	<b>72,7%</b>
SR2-Saya mengharapkan permintaan maaf dari staf / manajer restoran	12	35	58	116	79	3,72	15,7%	<b>65,0%</b>
SR3-Saya mengharapkan minuman atau makanan pembuka yang diberikan secara gratis oleh pihak restoran	25	78	84	68	45	3,10	34,3%	37,7%
SR4- Saya mengharapkan perbaikan layanan, seperti pihak restoran memasak kembali makanan sesuai keinginan saya atau pelayan menyajikan makanan sesuai yang saya pesan.	7	22	31	127	113	4,06	9,7%	<b>80,0%</b>
SR5-Saya mengharapkan penggantian makanan ditambah dengan bonus makanan atau minuman lainnya	30	85	73	62	50	3,06	38,3%	37,3%
SR6-Saya mengharapkan voucher dari pihak restoran	23	89	86	62	40	3,02	37,3%	34,0%
SR7-Saya mengharapkan keterlibatan manajer restoran dalam menyelesaikan keluhan saya	13	29	70	114	74	3,69	14,0%	62,7%
SR8-Saya mengharapkan diskon dari pihak restoran	18	74	84	65	59	3,24	30,7%	41,3%
Total						3,47	24,2%	53,8%

Responden menilai bahwa ekspektasi terhadap *service recovery* tergolong tinggi, hal ini ditunjukkan dengan nilai sebesar 3,47. Indikator penilaian paling tinggi adalah SR4 dengan skor rata-rata 4,06. Hal ini memiliki arti bahwa responden cenderung mengharapkan perbaikan layanan sebagai bentuk *service recovery* dari pihak restoran. Hal tersebut didukung dengan hasil dari *top two boxes test* yang menunjukkan bahwa SR4 memiliki persentase tertinggi, yaitu 80,0%.

Tertinggi kedua adalah SR1 dengan skor rata-rata 3,88. Tertinggi ketiga adalah SR2 dengan skor rata-rata 3,72. Sedangkan indikator paling rendah dari responden adalah SR6 dengan skor rata-rata 3,02. Hal ini memiliki arti bahwa responden jarang mengharapkan *voucher* sebagai bentuk *service recovery* dari pihak restoran. Hal tersebut didukung dengan hasil dari *top two boxes test* yang menunjukkan bahwa SR4 memiliki persentase terendah, yaitu 34,0%.

Tabel 3.3 Perbandingan Perilaku Komplain dan *Service Recovery* pada Generasi *Baby Boomers*, Generasi X dan Generasi Y

Generasi	Perilaku Komplain	<i>Service Recovery</i>
<i>Baby Boomers</i>	2,926	3,447
X	2,805	3,392
Y	2,513	3,581

Tabel menunjukkan generasi *baby boomers* memiliki perilaku komplain paling tinggi, dengan nilai 2,926 (kategori cukup tinggi), selanjutnya perilaku komplain generasi X dengan nilai 2,805 (kategori cukup tinggi), dan terakhir perilaku komplain generasi Y dengan nilai 2,513 (kategori rendah). Generasi Y memiliki *service recovery* yang paling tinggi, dengan nilai 3,581 (kategori tinggi), selanjutnya generasi *baby boomers* dan generasi X dengan nilai yang hampir sama yaitu sebesar 3,447 (kategori tinggi) dan 3,392 (kategori cukup tinggi).

### Uji Normalitas

Hasil uji *kolmogorov-smirnov* variabel perilaku komplain dengan nilai rata-rata 0,134-0,200 dan *service recovery* dengan nilai rata-rata 0,200-0,072 pada ketiga generasi semuanya menghasilkan nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 5%, sehingga disimpulkan data variabel perilaku komplain dan *service recovery* pada ketiga generasi sudah berdistribusi normal, sehingga analisis Anova dapat digunakan.

### Uji Homogenitas Varian

Hasil *levene test* perilaku komplain dengan nilai 0,411 dan *service recovery* dengan nilai 0,268 semuanya menghasilkan nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 5%, sehingga disimpulkan varian data perilaku komplain dan *service recovery* yang digunakan sudah homogen, dengan demikian analisis Anova dapat digunakan.

### Hasil Anova

Tabel 4.1 Hasil Anova Perilaku Komplain

Generasi	Rata-Rata	Anova	
		F hitung	Sig. F
<i>Baby Boomers</i>	2,926		
X	2,805	10,419	0,000
Y	2,513		

Hasil Anova menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,000 (lebih kecil dari 5%), sehingga ada perbedaan yang signifikan pada generasi *Baby Boomers*, generasi X dan generasi Y saat makan di restoran *table service* di Surabaya. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan terhadap perilaku komplain antara generasi *Baby Boomers*, generasi X dan generasi Y saat makan di restoran *table service* di Surabaya, terbukti kebenarannya (**H<sub>1</sub> diterima**).

Tabel 4.2 Hasil Anova Ekspektasi terhadap *Service Recovery*

Generasi	Rata-Rata	Anova	
		F hitung	Sig. F
<i>Baby Boomers</i>	3,447		
X	3,392	1,702	0,184
Y	3,581		

Hasil Anova menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,184 (lebih besar dari 5%), sehingga tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada generasi *Baby Boomers*, generasi X dan generasi Y saat makan di restoran *table service* di Surabaya. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan ekspektasi terhadap *service recovery* antara generasi *Baby Boomers*, generasi X dan generasi Y saat makan di restoran *table service* di Surabaya, tidak terbukti kebenarannya (**H<sub>2</sub> ditolak**).

### Post Hoc Test

Tabel 5.1 Hasil Post Hoc Test Variabel Perilaku Komplain

Variabel	<i>Pairwise comparison</i>	Mean	Sig.	Keterangan
Perilaku Komplain	Generasi <i>baby boomers</i>	2,926	0,195	Tidak berbeda signifikan
	Generasi X	2,805		
	Generasi <i>baby boomers</i>	2,926	0,000	Berbeda signifikan
	Generasi Y	2,513		
	Generasi X	2,805	0,002	Berbeda signifikan
	Generasi Y	2,513		

Hasil *Post Hoc Test* menunjukkan generasi *baby boomers* dan generasi X memiliki tingkat perilaku komplain yang sama yaitu tidak berbeda signifikan, sedangkan pada generasi Y memiliki tingkat perilaku komplain dibawahnya, dan secara statistik terbukti berbeda signifikan dengan generasi *baby boomers* dan generasi X.

Tabel 5.2 Hasil Post Hoc Test Variabel Ekspektasi terhadap *Service Recovery*

Variabel	<i>Pairwise comparison</i>	Mean	Sig.	Keterangan
Ekspektasi terhadap <i>Service Recovery</i>	Generasi <i>baby boomers</i>	3,447	0,601	Tidak berbeda signifikan
	Generasi X	3,392		
	Generasi <i>baby boomers</i>	3,447	0,205	Tidak berbeda signifikan
	Generasi Y	3,581		
	Generasi X	3,392	0,074	Tidak berbeda signifikan
	Generasi Y	3,581		

Hasil *Post Hoc Test* menunjukkan generasi *baby boomers*, generasi X, dan generasi Y memiliki harapan *service recovery* yang tidak berbeda signifikan, sehingga disimpulkan responden pada generasi *baby boomers*, generasi X, dan generasi Y memiliki tingkat harapan *service recovery* yang relatif tidak berbeda.

## Pembahasan

Berdasarkan analisa *mean* pada masing-masing generasi yang sudah dilakukan menyatakan bahwa perilaku komplain tertinggi pada generasi *baby boomers*, generasi X dan generasi Y adalah sama, yaitu K2. Namun sedikit berbeda pada generasi Y, perilaku komplain tertinggi juga dilakukan dengan K6. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ngai, Heung, Wong dan Chan (2007) di USA dan Korea Selatan menyatakan bahwa tamu Korea Selatan cenderung untuk memilih *private complaint*, yaitu dengan menyebarkan berita negatif mengenai layanan suatu hotel kepada teman dan keluarga, sedangkan tamu USA lebih memilih *public complaint*. Hal ini sangat dipengaruhi oleh budaya Asia seperti *higher power distance culture* (Hofstede, 2011).

*Higher power distance* merupakan istilah yang menggambarkan bagaimana orang-orang yang termasuk dalam budaya tertentu menerima ketidaksetaraan hubungan seperti tua-muda, superior-bawahan dan sebagainya sehingga individu dalam budaya yang menunjukkan jarak kekuatan yang tinggi sangat menghormati figur otoritas dan umumnya menerima distribusi kekuasaan yang tidak merata, sementara individu dalam budaya yang menunjukkan jarak kekuatan yang rendah siap mempertanyakan otoritas dan berharap untuk berpartisipasi dalam keputusan yang mempengaruhi mereka (Hofstede, 2011). Hal yang dimaksud adalah budaya orang Asia lebih menjunjung tinggi harga diri dan gengsi sehingga lebih memilih *private complaint* dibandingkan budaya orang barat yang berharap untuk berpartisipasi dalam segala hal yang artinya orang barat cenderung melakukan *public complaint*.

Sementara itu, perilaku komplain terendah pada generasi *baby boomers*, generasi X dan generasi Y menunjukkan hasil yang sama, yaitu K4. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Heung dan Lam (2003) di salah satu hotel di Hongkong yang menyatakan bahwa perilaku komplain tertinggi masyarakat Hongkong adalah dengan menyebarkan pengalaman buruk yang dialami serta memperingatkan teman dan keluarga untuk tidak menginap di hotel tersebut. Sedangkan perilaku komplain yang sangat jarang dilakukan oleh masyarakat Hongkong adalah dengan melaporkan atau menyampaikan kekecewaan yang dialami kepada pihak ketiga atau lembaga perlindungan konsumen.

Berdasarkan analisa *mean* pada masing-masing generasi menunjukkan bahwa ekspektasi terhadap *service recovery* tertinggi pada generasi *baby boomers* adalah SR1. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mack, Mueller, Crotts dan Broderick (2000) di salah satu restoran di USA menyatakan bahwa ekspektasi tertinggi masyarakat USA terhadap *service recovery* setelah keluhan disampaikan adalah penggantian makanan sesuai dengan makanan yang dipesan. Sedangkan pada generasi X dan generasi Y menunjukkan ekspektasi terhadap *service recovery* tertinggi yang sama, yaitu perbaikan layanan, seperti pihak restoran memasak kembali makanan sesuai keinginan konsumen atau pelayan menyajikan makanan sesuai yang konsumen pesan.

Sementara itu, ekspektasi terhadap *service recovery* terendah pada generasi *baby boomers* adalah SR5. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mack, Mueller, Crotts dan Broderick (2000) yang dilakukan di *South Carolina*, USA yang menyatakan bahwa penggantian makanan ditambah dengan bonus makanan pembuka atau minuman berada pada posisi yang cukup tinggi. Hal ini dipengaruhi oleh budaya Asia seperti *collectivism*.

*Collectivism* adalah istilah yang menggambarkan suatu masyarakat di mana hubungan yang terintegrasi erat mengikat keluarga besar dan orang lain ke dalam kelompok yang kemudian terikat dengan kesetiaan yang tidak diragukan dan saling

mendukung ketika konflik muncul dengan kelompok lain (Hofstede, 2011). Hal yang dimaksud adalah orang Asia selalu mengutamakan hubungan harmonis dengan orang lain daripada mempertahankan haknya sebagai konsumen. Sedangkan *South Carolina* dipengaruhi oleh budaya barat seperti *individualism*, dimana budaya orang barat akan tetap mempertahankan haknya sebagai konsumen tanpa perasaan gengsi atau apapun (Hofstede, 2011). Sementara itu, pada generasi X dan generasi Y menunjukkan ekspektasi terhadap *service recovery* terendah yang sama, yaitu SR6

Berdasarkan analisa *mean* total atau nilai rata-rata total dari ketiga generasi, diketahui bahwa generasi Y memiliki ekspektasi terhadap *service recovery* tertinggi diikuti oleh generasi *baby boomers* dan generasi X. Hal ini sesuai dengan teori Flaherty, Korir dan Chelangat (2017) bahwa generasi Y memiliki harapan yang lebih tinggi, teknologi itu sendiri yang membuat generasi Y lebih egois dan kurang simpatik terhadap kegagalan layanan yang dapat terjadi karena keteledoran manusia (Trzesniewski dan Donnellan 2010). Generasi Y secara keseluruhan meletakkan kepuasan pada kelancaran sistem layanan, karena generasi Y merasa nyaman dengan keragaman teknologi dan komunikasi *online* lebih daripada generasi sebelumnya, yaitu generasi *baby boomers* dan generasi X (Choi et al., 2013). Namun dari hasil uji analisis *one-way* anova menunjukkan bahwa tidak adanya perbedaan yang signifikan antara generasi *baby boomers*, generasi X dan generasi Y pada variabel ekspektasi terhadap *service recovery*, sehingga H2 ditolak dan dapat disimpulkan bahwa responden pada generasi *baby boomers*, generasi X, dan generasi Y memiliki tingkat harapan *service recovery* yang tidak berbeda signifikan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Perilaku komplain tertinggi pada ketiga generasi adalah sama K2, namun terdapat perbedaan pada generasi Y, perilaku komplain tertinggi juga yaitu, K6. Hal ini juga dipengaruhi oleh budaya Asia seperti *higher power distance culture*. Perilaku komplain terendah pada generasi *baby boomers*, generasi X dan generasi Y menunjukkan hasil yang sama, yaitu K4. Ekspektasi terhadap *service recovery* tertinggi pada generasi *baby boomers* adalah SR1. Ekspektasi terhadap *service recovery* tertinggi pada generasi X dan generasi Y adalah sama, yaitu SR4. Ekspektasi terhadap *service recovery* terendah pada generasi *baby boomers* adalah SR5. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mack, Mueller, Crotts dan Broderick (2000) di USA karena dipengaruhi oleh budaya Asia seperti *collectivism*, dimana orang Asia selalu mengutamakan hubungan harmonis daripada mempertahankan haknya sebagai konsumen.

Ekspektasi terhadap *service recovery* terendah pada generasi X dan generasi Y adalah sama, yaitu SR6. Terdapat perbedaan yang signifikan pada perilaku komplain pada generasi *baby boomers* dan generasi Y serta generasi X dan generasi Y, sedangkan antara generasi *baby boomers* dan generasi X tidak ada perbedaan yang signifikan pada perilaku komplain. Terdapat perbedaan yang tidak signifikan pada ekspektasi terhadap *service recovery* pada generasi *baby boomers*, generasi X dan generasi Y.

### **Saran**

Generasi *baby boomers* merupakan generasi dengan tingkat komplain tertinggi diikuti oleh generasi X dan generasi Y. Manajer restoran *table service* dapat menggunakan penelitian ini sebagai acuan untuk lebih memperhatikan kebutuhan

kelompok generasi *baby boomers*, seperti kualitas makanan, pelayanan yang profesional dan penuh perhatian serta fasilitas-fasilitas khusus yang mungkin diperlukan generasi *baby boomers* saat makan di restoran, seperti kursi roda, toilet untuk orang tua dan sebagainya. Manajer restoran *table service* dapat menggunakan penelitian ini sebagai acuan untuk mengetahui ekspektasi terhadap *service recovery* generasi Y dengan memberikan perbaikan layanan yang terbaik saat terjadi komplain.

Berdasarkan dari hasil penelitian generasi *baby boomers*, generasi X dan generasi Y cenderung menyebarkan keluhan yang dialami kepada teman atau keluarga sebagai bentuk perilaku komplain. Generasi Y juga cenderung menyampaikan keluhan melalui *guest comment* yang disediakan oleh restoran. Restoran yang baik selalu memberikan kesempatan dan menyediakan wadah bagi konsumen atau pelanggannya untuk menyuarakan pendapat maupun keluhan baik secara langsung maupun tidak langsung. Manajer restoran dapat berkeliling dan memulai perbincangan kecil kepada salah satu konsumen di restoran untuk mengeluarkan pendapat konsumen saat makan di restoran sebagai bentuk pendekatan secara langsung kepada konsumen dan agar konsumen tidak menyebarkannya kepada teman atau keluarga. Pihak restoran juga dapat menyediakan kertas berisi survei terhadap makanan dan minuman serta pelayanan suatu restoran atau yang biasa dikenal dengan *guest comment* kepada konsumen sebagai bentuk pendekatan secara tidak langsung.

Pihak restoran harus memahami ekspektasi terhadap *service recovery* yang berbeda-beda pada setiap orang yang mengalami kekecewaan atau komplain saat makan di restoran. Pihak manajemen restoran dapat mengembangkan program pelatihan penanganan komplain dan keterampilan dimana salah satunya adalah berempati dan mengembangkan profesionalitas dalam menangani komplain konsumen agar perilaku komplain seperti menyebarkan pengalaman buruk kepada teman dan keluarga tidak terjadi dan merugikan pihak restoran. Pelatihan penanganan komplain dapat diterapkan kepada setiap staf dan pekerja restoran, baik *server* maupun *chef* karena komplain dapat terjadi kepada siapa saja. Pelatihan penanganan komplain dapat dilakukan dengan cara *role-play* agar seluruh staf restoran mendapat gambaran umum peristiwa terjadinya komplain dan bagaimana cara mengatasinya. Kebijakan dan prosedur yang relevan harus dimasukkan ke dalam buku pedoman karyawan dan ditampilkan secara jelas di area kerja dalam sebuah restoran.

Konsep keluhan adalah sesuatu yang positif juga harus diterapkan kepada seluruh staf restoran. Staf restoran harus bersikap positif terhadap kritik. Manajer harus memperkuat konsep yang tepat di setiap pelatihan dan pengarahan yang diberikan. Pihak atasan atau manajer restoran harus menanamkan kepada setiap staf restoran bahwa komplain bukanlah sesuatu yang buruk, melainkan sesuatu yang dapat membangun dan membawa restoran menjadi lebih baik lagi.

### **Saran Untuk Penelitian Selanjutnya**

Penelitian ini hanya melibatkan responden dari kota Surabaya saja. Apabila ingin melakukan penelitian lebih lanjut, penulis dapat melibatkan responden dari kota yang berbeda untuk mendapatkan penelitian yang lebih beragam. Penulis yang lain dapat mengembangkan penelitian ini dengan mengganti atau menambah variabel yang lain, misalnya penyebab komplain, motivasi komplain dan sebagainya.

## REFERENSI

- Aaker D. & Jacobson.R., (1994). The financial information content of perceived quality. *Journal of Marketing Research* 31, 191-201.
- Badan Resmi Statistik. (2014). *Badan pusat statistik*, No. 17/02/Th.XVII.
- Barni, D., Ranieri, S., Scabini, E. & Rosnati, R. (2012). Value transmission in the family: Do adolescents accept the values their parents want to transmit? *Journal of Moral Education*, 40(1), 105-121.
- Bastari, R. P. & Limantoro, K. J. (2016). *Motivasi dan tipe perilaku komplain konsumen terhadap table service restaurant di Surabaya*.
- Choi, *et al.* (2013). Effects of attitudes vs. experience of workplace fun on employee behaviors Focused on Generation Y in the hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(3), 410-427.
- Cronin, J. J. & Taylor S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing* 56(3), 55-68.
- Deteksi. 2016. *The generation gap*. Retrieved from Jawa Pos: <http://deteksijawapos.com/news/view/the-generation-gap-833>, Maret 12, 2016.
- Flaherty, K., Korir, M. & Chelangat, D. 2017. Do Customers All Respond The Same? Generational Differences on Customer Orientation and Satisfaction. *Archives of Business Research* (5)8.
- Hertzog, C. & Hultsch, D. F. (2000). Metacognition in adulthood and old age. *The Handbook of Aging and Cognition*, 417-466.
- Heung, V.C.S. & Lam, T. (2003). Customer complaint behaviour towards hotel restaurant services. *International of Contemporary Hospitality Management*, 15(5), 283-289.
- Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1).
- Hsu, J. & Chiu, T. (2008). Complaints and perceptions of failure recovery in buffet restaurants: A link to family communication for adolescents customers. *Chinese Management Studies*, 2(4), 243-259.
- Lancaster, L. C. & Stillman, D. (2002). *When generations collide. Who they are. Why they clash. How to solve the generational puzzle at work*. New York: Collins Business.



- Loroz, P. & Helgeson, J. (2013). Boomers and their babies: an exploratory study comparing psychological profiles and advertising appeal effectiveness across two generations. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 21(3), 289–306 .
- Mack, R., Mueller, R., Crotts, J. & Broderick, A. (2000). Perceptions, corrections and defections: implications for service recovery in the restaurant industry. *Managing Service Quality: An International Journal*, 10(6), 339–346.
- Maghfiroh, Z. (2015). *Penerapan metode multivariate discriminant analisis untuk menilai tingkat kebangkrutan perusahaan (studi empiris pada perusahaan food and beverage yang listed di bursa efek Indonesia tahun 2008-2012 )*.
- Meredith, G. & Schewe, C. D. (1994). The power of cohorts. *American Demographics* 16(12), 22-28.
- Moore, S., Grunberg, L. & Krause, A.J. (2014) The relationship between work and home: Examination of white and blue-collar generational differences in a large U.S. organization. *Psychology*, 5, 1768-1776.
- Meredith, G. & Schewe, C. D. (1994). The power of cohorts. *American Demographics* 16(12), 22-28.
- Ngai, *et al.* (2007). Consumer complaint behaviour of asians and non-asians about hotel services. *European Journal Marketing*, 41(11/12).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(3), 41-50.
- Porter, C. E. & Donthu, N. (2006). Using the technology acceptance model to explain how attitudes determine internet usage: The role of perceived access barriers and demographics. *Journal of Business Research*, 59(9), 999-1007.
- Rogler, L. H. (2002). Historical generations and psychology: The case of the great depression and world war II. *American Psychologist*, 57(12), 1013-1023.
- Ryder, N. B. (1965). The cohort as a concept in the study of social change. *American Sociological Review*, 30, 843-861.
- Smola, K. W. & Sutton, C. D. (2002). Generational differences: Revisiting generational work values for the new millennium. *Journal of Organizational Behavior* 23, 363-382.

- Sparks, J. R. & Pan, Y. (2009). Ethical judgements in business ethics research: definition and research agenda. *Journal of Business Ethics* 91(3), 405-418.
- Ting, H., Poh-Ming, W. & Cyril, R. E. (2016). Complaint behavior between generation and its transmissions: An exploratory study in Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 11(11), 10.
- Trzesniewski, K. H. & Donnellan, M. B. (2010). Rethinking "Generation Me": A Study of Cohort Effects from 1976-2006. *Perspectives on Psychological Science*, 5(1), 58-75.
- Twenge, J. M., Campbell, S. M. & Hoffman, B. J. (2010). Generational differences in work values: Leisure and extrinsic values increasing, social and intrinsic values decreasing. *Journal of Management*, 36(5), 1117-1142.