

MOTIVASI DAN TIPE PERILAKU KOMPLAIN GENERASI Z PADA LAYANAN HOTEL DI INDONESIA

Michelle Wijaya¹, Felicia², Monika Kristanti³

^{1,2,3}Program Manajemen Perhotelan, Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya, Indonesia

Email: michellewjya@yahoo.com¹; fgfelicia@yahoo.com²; mkrist@petra.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini ditujukan untuk menguji motivasi dan tipe perilaku komplain generasi Z. Uji *mean* dilakukan untuk mengetahui tingkat motivasi dan tipe perilaku komplain generasi Z. Uji *independent t-test* dan *one way ANOVA* digunakan untuk menguji perbedaan antara motivasi dan tipe perilaku komplain generasi Z dengan faktor demografi usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan jumlah pendapatan atau uang saku. Berdasarkan hasil uji dapat disimpulkan bahwa: (1) Motivasi komplain utama generasi Z dalam melakukan komplain adalah mengharapkan adanya tindakan perbaikan dari pihak hotel. (2) Tipe perilaku komplain generasi Z yang paling sering dilakukan adalah menyebarkan *negative word of mouth* saat terjadi kegagalan jasa. (3) Tidak terdapat perbedaan motivasi dan tipe perilaku komplain generasi Z yang signifikan pada layanan hotel di Indonesia berdasarkan faktor demografi usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan jumlah pendapatan atau uang saku. (4) Terdapat perbedaan tipe perilaku komplain generasi Z yang signifikan pada layanan hotel di Indonesia jika dilihat dari faktor demografi usia.

Kata Kunci : Motivasi Komplain, Perilaku Komplain, Generasi Z, Hotel.

Abstract

This study aimed to examine the difference between complaint motivation and type of complaint behavior of gen Z with age, gender, education level, and total income or pocket money. Mean test is done to determine the motivation and type of complaint behavior of gen Z. The independent t-test and one-way ANOVA test are used to see the difference between motivation and type of complaint behavior of gen Z with age, gender, education level, and total income or pocket money. The conclusions are: (1) Complaint motivation of gen Z is to request corrective action of the hotel. (2) Type of complaint behavior of gen Z is to spread negative word of mouth after the service failure. (3) There is no significant difference in the complaint motivation and type of complaint behavior of gen Z seen from age, gender, education level, and total income or pocket money. (4) There is significant difference in the type of complaint behavior of generation Z seen from age.

Keywords: Complaint Motivation, Complaint Behavior, Generation Z, Hotel.

PENDAHULUAN

Pada tahun 2018, jumlah wisatawan nusantara yang mengadakan perjalanan wisata mengalami peningkatan di angka 303,4 juta orang (Kusnandar, 2019). Sektor pariwisata sendiri memiliki hubungan yang erat dengan industri perhotelan. Salah satu faktor pendukungnya tak

lain adalah hotel. Hotel memiliki fungsi sebagai sarana akomodasi bagi para tamu sebagai tempat tinggal sementara dengan berbagai macam fasilitas yang ditawarkan (Sulastiyono, 2011). Semakin berkembangnya sektor pariwisata di Indonesia, maka semakin berkembang pula industri perhotelan. Menurut Ngai, Heung, Wong, & Chan (2016), untuk dapat bersaing dalam dunia industri perhotelan yang semakin berkembang saat ini, kepuasan konsumen merupakan poin yang sangat penting. Konsumen akan membangun ekspektasi yang tinggi dengan layanan jasa yang diberikan pihak hotel. Saat ekspektasi tidak sesuai dengan apa yang diterima konsumen, maka di sini terjadi kegagalan jasa. Hal ini yang menimbulkan ketidakpuasan dan dapat berpotensi munculnya komplain. Menurut Wantah (1998) menjelaskan bahwa komplain merupakan bentuk ketidakpuasan tamu terhadap fasilitas atau pelayanan yang tidak sesuai dari aspek yang terdapat pada suatu hotel.

Menurut Kim, Wang, & Mattila (2010), ada empat kemungkinan respon konsumen dalam menghadapi kegagalan jasa, yaitu: konsumen tidak melakukan apa-apa (*inertia*), konsumen menyebarkan negatif *word-of-mouth*, konsumen melakukan komplain langsung ke perusahaan, serta melakukan komplain melalui pihak ketiga. Komplain konsumen dapat mempengaruhi konsumen lain terutama jika komplain tersebut dapat dibaca oleh banyak orang seperti *online review*.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Ruslan (2013) menyatakan bahwa motivasi sebagian besar konsumen untuk melakukan komplain yaitu untuk mendapatkan tindakan penyelesaian dari perusahaan. Hal yang sama juga dinyatakan oleh Stauss & Seidel (2004) dimana beberapa konsumen memiliki motivasi komplain untuk membuat keluhan yang positif untuk memperoleh kompensasi dan jika konsumen membuat komplain dengan sikap yang positif maka kompensasi akan diberikan. Penelitian yang dilakukan Natasha & Sella (2018) juga menyatakan hal yang sama, yaitu motivasi konsumen dalam melakukan komplain adalah mengharapkan upaya perbaikan dari pihak hotel.

Generasi Z adalah generasi yang lahir pada tahun 1995 sampai 2010 yang merupakan keturunan dari generasi X dan Y (Wikipedia.com). Selain itu, dua sumber lainnya (kumparan.com dan finansialku.com) juga menyebutkan bahwa generasi Z adalah generasi yang lahir di antara tahun 1995 - 2010. Hellen Katherina, Direktur Eksekutif Nielsen Indonesia, mengatakan bahwa Generasi Z adalah masa depan dan pelaku industri perlu memahami kebiasaan dan perilaku generasi Z. Survey yang telah dilakukan pada tahun 2016 di 11 kota di Indonesia menyatakan bahwa 2 hal utama yang sangat dipengaruhi oleh generasi Z yaitu keputusan berlibur; seperti tiket pesawat, hotel, dan sebagainya, dan pembelian barang elektronik (nielsen.com, 2016).

Penulis melakukan survey awal kepada beberapa responden dari generasi Z yang bertujuan untuk mengetahui pengalaman dari generasi Z saat melakukan komplain di media sosial. Penulis melakukan survey tersebut dikarenakan penulis melihat fenomena dimana beberapa teman dari penulis cukup sering melakukan komplain di media sosial, dimana teman-teman dari penulis itu sendiri termasuk dalam generasi Z. Berdasarkan survey yang dilakukan penulis melalui media sosial instagram kepada 18 orang teman penulis, dapat disimpulkan bahwa generasi Z sendiri memiliki cara yang unik dalam menyampaikan komplain. Generasi Z yang sering disebut sebagai generasi internet, memanfaatkan kegunaan dari internet sebagai sarana menyampaikan komplain.

Berdasarkan fenomena-fenomena di atas, penulis ingin melakukan penelitian lebih dalam mengenai motivasi dan tipe perilaku komplain generasi Z ketika menginap di hotel di Indonesia. Penulis juga ingin mengetahui apakah faktor demografi seperti usia, jenis kelamin, tingkat

pendidikan, dan jumlah pendapatan atau uang saku dapat mempengaruhi motivasi dan tipe perilaku komplain konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk lebih memahami apa motivasi komplain dan bagaimana tipe perilaku komplain dari generasi Z agar dapat menjadi evaluasi bagi perusahaan untuk tidak kehilangan konsumen terutama generasi Z yang sangat menjanjikan di masa depan.

TINJAUAN PUSTAKA

Komplain

Gita (2009) mengatakan bahwa komplain adalah satu pernyataan atau ungkapan rasa kurang puas terhadap suatu produk atau layanan, baik secara lisan maupun tertulis, dari pelanggan internal maupun eksternal. Komplain bermula pada saat proses pembelian, dimana konsumen akan merasakan bagaimana pelayanan dari perusahaan tersebut, kemudian pada saat menggunakan produk atau jasa tersebut, konsumen akan menilai dengan membandingkan antara ekspektasi sebelum membeli dengan kenyataannya (Gita, 2009).

Perilaku Komplain

Perilaku komplain merupakan tindakan yang dilakukan oleh individu yang termasuk mengkomunikasikan sesuatu yang negatif mengenai suatu produk atau layanan baik kepada perusahaan itu sendiri maupun kepada pihak ketiga (Ngai, Heung, Wong, & Chan, 2016). Kim, Wang, & Mattila (2010) mengatakan terdapat empat tipe perilaku komplain.

1. *Inertia*

Konsumen sering diam saat mengalami kegagalan jasa. Terkadang konsumen merasa biaya untuk komplain lebih besar daripada manfaat yang diperoleh. Hal ini yang menyebabkan konsumen tetap diam dan tidak melakukan komplain.

2. *Negative Word-of-Mouth*

Efek buruk dari kegagalan jasa dapat menjadi sangat buruk ketika seseorang menyebarkan pengalaman buruk kepada teman, keluarga, dan di jejaring sosial. Dalam era globalisasi ini, *word of mouth* dapat disampaikan dan dikomunikasikan melalui internet yang biasa disebut *Electronic Word-of-Mouth* (e-WOM).

3. *Voice*

Tipe perilaku komplain dimana konsumen langsung menyuarakan keluhan atau komplainnya kepada penyedia jasa. Tipe perilaku komplain ini dianggap tipe perilaku komplain yang paling tidak menjatuhkan karena komplain dianggap sebagai *feedback* sehingga penyedia jasa dapat terus memperbaiki produk maupun layanannya.

4. *Third-party Complaint*

Komplain melalui pihak ketiga dapat diartikan bahwa konsumen beralih ke agen eksternal atau pihak ketiga untuk mengajukan keluhan. Komplain melalui pihak ketiga menjadi lebih penting karena tipe perilaku komplain yang satu ini membutuhkan tindakan penanganan yang lebih rumit dibandingkan tipe perilaku komplain lainnya.

Motivasi Komplain

Motivasi komplain sangat berhubungan dengan kemungkinan untuk mendapatkan kompensasi dan nilai dari kompensasi yang akan didapat (Huang, Huang, & Wu, 1996). Jika ketidakpuasan yang dialami oleh konsumen berpengaruh besar pada kerugian ekonomi konsumen dan kemungkinan besar akan mendapatkan kompensasi, maka konsumen akan

cenderung melakukan komplain, dan demikian sebaliknya (Huang, Huang, & Wu, 1996). Menurut Heung & Lam (2003) motivasi komplain konsumen dibedakan menjadi 5 yaitu:

1. Meminta kompensasi atau ganti rugi
2. Meminta permohonan maaf dari perusahaan
3. Mencari tindakan perbaikan
4. Mendapat penjelasan
5. Mengekspresikan kemarahan dan emosi

Generasi Z

Generasi internet atau generasi Z merupakan generasi yang lahir pada tahun 1995 sampai 2010 (Benscik, Horváth-Csikós, & Juhász, 2016).

Faktor utama yang sangat membedakan generasi Z dengan generasi lain yaitu kemampuan menguasai informasi dan teknologi (Putra, 2016). Generasi Z tumbuh dan berkembang pada era teknologi dimana internet, *smartphones*, dan *video games* merupakan sahabat generasi Z (Haddouche & Salomone, 2017).

Demografi

Faktor demografi merupakan ciri yang membedakan masyarakat berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, agama, suku, bangsa, pendapatan, jenis keluarga, status pernikahan, lokasi geografi, dan kelas sosial (Kotler & Armstrong, 2001). Penelitian yang menggunakan pekerjaan, pendidikan, pendapatan, usia, status, dan jenis kelamin sebagai variabel untuk membedakan karakteristik demografi dan sosial ekonomi untuk membedakan tipe perilaku komplain konsumen (Metehan & Yasemin, 2011).

Hubungan Antara Motivasi, Tipe Perilaku, dan Demografi

Konsumen dengan usia 18 sampai dengan 24 tahun merupakan kelompok konsumen yang cenderung melakukan komplain karena pada usia tersebut seseorang memiliki ekspektasi yang lebih tinggi dengan cara menceritakan pengalaman kepada keluarga dan teman (Heung & Lam, 2003). Hal ini juga dijelaskan oleh penelitian Natasha & Sella (2018), bahwa tipe perilaku komplain generasi Y yaitu menceritakan ketidakpuasan terhadap layanan hotel kepada keluarga.

H1 : Diduga terdapat perbedaan motivasi komplain generasi Z yang signifikan antara usia 17 sampai dengan usia 24 terhadap pelayanan hotel.

H2 : Diduga terdapat perbedaan tipe perilaku komplain generasi Z yang signifikan antara usia 17 sampai dengan usia 24 terhadap pelayanan hotel.

Heung & Lam (2003) juga mengatakan terdapat korelasi positif antara faktor demografi dengan perilaku komplain konsumen. Berdasarkan penelitian tersebut, konsumen wanita memiliki kecenderungan untuk melakukan komplain. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Natasha & Sella (2018) menjelaskan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara jenis kelamin terhadap motivasi dan tipe perilaku komplain generasi Y.

H3 : Diduga terdapat perbedaan motivasi komplain generasi Z yang signifikan terhadap pelayanan hotel jika dilihat dari jenis kelamin.

H4 : Diduga terdapat perbedaan tipe perilaku komplain generasi Z yang signifikan terhadap pelayanan hotel jika dilihat dari jenis kelamin.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ngai, Heung, Wong, dan Chan (2006) membuktikan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara faktor demografi tingkat pendidikan dengan perilaku komplain yang dilakukan. Berdasarkan penelitian Heung & Lam (2003) menyatakan bahwa konsumen dengan tingkat pendidikan universitas atau lebih memiliki pengetahuan yang lebih tinggi mengenai hak konsumen untuk melakukan komplain dengan tujuan mendapat tindakan perbaikan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Natasha & Sella (2018), menyatakan tidak ada perbedaan yang signifikan antara tingkat pendidikan terhadap motivasi dan tipe perilaku komplain generasi Y.

H5 : Diduga terdapat perbedaan motivasi komplain generasi Z yang signifikan terhadap pelayanan hotel jika dilihat dari tingkat pendidikan.

H6 : Diduga terdapat perbedaan tipe perilaku komplain generasi Z yang signifikan terhadap pelayanan hotel jika dilihat dari tingkat pendidikan.

Penelitian Natasha & Sella (2018) menjelaskan tidak ada perbedaan yang signifikan antara tingkat pendapatan dengan motivasi dan tipe perilaku komplain generasi Y. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Heung & Lam (2003), lebih dari setengah responden memiliki tingkat pendapatan yang sama sehingga tidak dapat diuji apakah tingkat pendapatan berpengaruh signifikan terhadap tipe perilaku komplain konsumen.

H7 : Diduga terdapat perbedaan motivasi komplain generasi Z yang signifikan terhadap pelayanan hotel jika dilihat dari tingkat pendapatan atau uang saku.

H8 : Diduga terdapat perbedaan tipe perilaku komplain generasi Z yang signifikan terhadap pelayanan hotel jika dilihat dari tingkat pendapatan atau uang saku

METODE PENELITIAN

Penulis menyebarkan kuesioner yang terdiri dari 36 kuesioner secara *offline* dan 240 kuesioner secara *online* dengan menggunakan fitur *google form* kepada teman dan keluarga. Dari total 276 kuesioner yang disebar, hanya 235 kuesioner saja yang siap diolah. Kuesioner yang disebar yaitu kuesioner dengan metode *closed-ended question* dengan menggunakan skala likert. Kriteria responden yang dipilih adalah responden dengan rentang usia 17-24 tahun yang pernah melakukan komplain pada layanan hotel di Indonesia.

HASIL PENELITIAN

Profil Responden

Berdasarkan 276 responden yang mengisi kuesioner terdapat 235 responden yang dinyatakan sesuai dan memenuhi syarat kriteria sebagai sampel penelitian. Berdasarkan data tersebut, maka tingkat partisipasi dalam penelitian ini sebesar 85,1%.

Dapat dilihat bahwa profil responden secara demografis mayoritas adalah perempuan berusia 17-22 tahun dengan jumlah pendapatan atau uang saku Rp 2.000.000 – Rp 4.999.999. Dapat diketahui pula bahwa mayoritas responden melakukan komplain terhadap pelayanan hotel.

Tabel 1. Motivasi Komplain Generasi Z

Indikator		Mean	Std. Deviasi	Kategori
X1	Menginginkan kompensasi atau ganti rugi dari pihak hotel	3,34	1,03	Sedang
X2	Menginginkan permohonan maaf dari pihak hotel	4,00	0,91	Tinggi
X3	Menginginkan adanya tindakan perbaikan dari pihak hotel	4,66	0,57	Sangat Tinggi
X4	Ingin mendapatkan penjelasan dari pihak hotel	4,27	0,80	Sangat Tinggi
X5	Ingin mengekspresikan ketidakpuasan saya kepada pihak hotel	3,96	0,90	Tinggi
Rata-rata		4,05	0,84	Tinggi

Berdasarkan tabel di atas, *mean* dari variabel motivasi komplain generasi Z adalah sebesar 4,05 dimana hasil tersebut dapat dikategorikan tinggi. Hal ini dapat diartikan bahwa responden memiliki motivasi yang tinggi untuk melakukan komplain. Selain itu, dapat juga dilihat bahwa motivasi paling tinggi yang diharapkan responden ketika melakukan komplain adalah menginginkan adanya tindakan perbaikan dari pihak hotel (*mean*=4,66) dengan standar deviasi yang cukup rendah yaitu sebesar 0,57 dimana hal ini membuktikan bahwa banyak responden yang setuju dengan pernyataan tersebut. Diikuti dengan harapan untuk mendapatkan penjelasan dari pihak hotel dengan nilai *mean* sebesar 4,27 serta standar deviasi sebesar 0,80 yang berarti pernyataan kedua yang banyak disetujui oleh responden, lalu indikator harapan akan permohonan maaf dari pihak hotel menduduki posisi ketiga dengan nilai *mean* sebesar 4,00 serta standar deviasi sebesar 0,91 yang menunjukkan jawaban responden mulai bervariasi pada pernyataan ini.

Tabel 2. Tipe Perilaku Komplain Generasi Z

Indikator		Mean	Std. Deviasi	Kategori
Y1	Diam saja atau melupakan ketidakpuasan saya kepada pihak hotel	2,78	1,17	Kadang-kadang
Y2	Berpindah ke hotel lain tanpa melakukan komplain kepada pihak hotel	2,74	1,27	Kadang-kadang
Y3	Menceritakan ketidakpuasan saya kepada keluarga maupun kerabat	4,27	0,78	Sangat Sering
Y4	Membagikan pengalaman ketidakpuasan saya di media sosial (<i>instagram, facebook, whatsapp, website, online review</i>)	2,94	1,11	Kadang-kadang
Y5	Menyampaikan komplain secara langsung kepada pihak hotel melalui staf hotel	4,13	0,78	Sering
Y6	Menyampaikan komplain kepada pihak hotel melalui <i>guest comment</i>	4,01	1,05	Sering

Tabel 2. Tipe Perilaku Komplain Generasi Z (Sambungan)

Indikator		Mean	Std. Deviasi	Kategori
Y7	Melaporkan ketidakpuasan saya kepada Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) atau Yayasan Perlindungan Konsumen Indonesia (YPKI)	2,23	1,20	Jarang
Rata-rata		3,30	1,05	Kadang-kadang

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa tipe perilaku yang sangat sering dilakukan responden saat melakukan komplain adalah menceritakan ketidakpuasannya kepada keluarga maupun kerabat ($mean=4,27$) dengan nilai standar deviasi sebesar 0,78 yang berarti responden banyak setuju dengan pernyataan ini, diikuti dengan indikator menyampaikan komplain secara langsung kepada pihak hotel ($mean=4,13$) dengan standar deviasi sebesar 0,78 juga menjadi pernyataan kedua yang cukup banyak disetujui oleh responden.

Hasil Uji *Independent T-test*

Tabel 3. Hasil *Independent T-test* Berdasarkan Usia

Variabel	Mean		T	Sig.	Ket.
Motivasi Komplain Generasi Z	17 – 22 tahun	4,05	0,43	0,965	Tidak Berbeda
	23 – 24 tahun	4,05			

Tabel di atas menunjukkan variabel motivasi komplain generasi Z menghasilkan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan motivasi komplain generasi Z yang signifikan antara responden dengan rentang usia 17 – 22 tahun dan 23 – 24 tahun terhadap yang berarti H1 ditolak.

Tabel 4. Hasil *Independent T-test* Berdasarkan Usia

Variabel	Mean	T	Sig.	Ket.
Tipe Perilaku Komplain Generasi Z	17 – 22 tahun	3,38	2,742	0,007
	23 – 24 tahun	3,19		

Tabel di atas menunjukkan variabel motivasi komplain generasi Z menghasilkan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan tipe perilaku komplain generasi Z yang signifikan antara responden dengan rentang usia 17 – 22 tahun dan 23 – 24 tahun yang berarti H2 diterima.

Tabel 5. Hasil *Independent T-test* Berdasarkan Jenis Kelamin

Variabel	Mean		T	Sig.	Ket.
Motivasi Komplain Generasi Z	Pria	4,10	1,397	0,164	Tidak Berbeda
	Wanita	4,00			

Hasil dari uji *Independent T-test* berdasarkan jenis kelamin untuk variabel motivasi komplain generasi Z menghasilkan nilai signifikansi yang semuanya lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan motivasi komplain generasi Z yang signifikan antara pria dan wanita yang berarti H3 ditolak.

Tabel 6. Hasil *Independent T-test* Berdasarkan Jenis Kelamin

Variabel	Mean		T	Sig.	Ket.
Tipe Perilaku Komplain Generasi Z	Pria	3,31	0,289	0,773	Tidak Berbeda
	Wanita	3,29			

Hasil dari uji *Independent T-test* berdasarkan jenis kelamin untuk variabel tipe perilaku komplain generasi Z menghasilkan nilai signifikansi yang semuanya lebih besar dari 0,05. Berdasarkan tabel 4.10 dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan tipe perilaku komplain generasi Z yang signifikan antara pria dan wanita yang berarti H4 ditolak.

Tabel 7. Hasil *Independent T-test* Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Variabel	Mean		T	Sig.	Ket.
Motivasi Komplain Generasi Z	SMA/Sederajat	4,07	0,435	0,664	Tidak Berbeda
	SI	4,04			

Hasil pada tabel di atas, menunjukkan variabel motivasi komplain generasi Z menghasilkan nilai signifikansi dimana keduanya lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan motivasi generasi Z yang signifikan antara responden dengan berbagai tingkat pendidikan yang berarti H5 ditolak.

Tabel 8. Hasil *Independent T-test* Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Variabel	Mean		T	Sig.	Ket.
Tipe Perilaku Komplain Generasi Z	SMA/Sederajat	3,34	0,718	0,474	Tidak Berbeda
	SI	3,29			

Hasil pada tabel di atas, menunjukkan variabel tipe perilaku komplain generasi Z menghasilkan nilai signifikansi dimana keduanya lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan juga bahwa tidak terdapat perbedaan tipe perilaku komplain generasi Z yang signifikan antara responden dengan berbagai tingkat pendidikan yang berarti H6 ditolak.

Hasil Uji *One Way ANOVA*

Tabel 9. Hasil Uji *One Way ANOVA* Berdasarkan Jumlah Pendapatan atau Uang Saku

Variabel	Mean		F	Sig.	Ket.
Motivasi Komplain Generasi Z	< Rp 2.000.000	3,96	0,467	0,627	Tidak Berbeda
	Rp 2.000.000 – Rp 4.999.999	4,06			
	> Rp 5.000.00	4,06			

Berdasarkan hasil uji *one way ANOVA* pada tabel di atas, variabel motivasi komplain generasi Z menghasilkan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan motivasi komplain generasi Z yang signifikan antara responden dengan berbagai jumlah pendapatan atau uang saku yang berarti H7 ditolak.

Tabel 10. Hasil Uji *One Way ANOVA* Berdasarkan Jumlah Pendapatan atau Uang Saku

Variabel	Mean		F	Sig.	Ket.
Tipe Perilaku Komplain Generasi Z	< Rp 2.000.000	3,20	0,965	0,383	Tidak Berbeda
	Rp 2.000.000 – Rp 4.999.999	3,35			
	> Rp 5.000.00	3,28			

Berdasarkan hasil uji *one way ANOVA* pada tabel di atas, variabel tipe perilaku komplain generasi Z menghasilkan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan pula bahwa tidak terdapat perbedaan tipe perilaku komplain generasi Z yang signifikan antara responden dengan berbagai jumlah pendapatan atau uang saku yang berarti H8 ditolak.

PEMBAHASAN

Jika dilihat dari penjabaran hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa alasan utama generasi Z dalam melakukan komplain adalah mengharapkan adanya tindakan perbaikan dari pihak hotel. Hal tersebut memiliki kesamaan dengan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Natasha dan Sella (2018) bahwa motivasi tertinggi generasi Y dalam melakukan komplain juga menginginkan adanya tindakan perbaikan dari pihak hotel. Melalui dua penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa generasi Y dan generasi Z di Indonesia memiliki motivasi yang sama saat melakukan komplain.

Tipe perilaku komplain generasi Z, yaitu generasi Z cenderung untuk menyebarkan *negative word-of-mouth* saat terjadi kegagalan jasa. Hal ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ngai, Heung, Wong & Chan (2016), dimana dalam penelitiannya dijelaskan bahwa konsumen Asia cenderung untuk menyebarkan *negative word-of-mouth* kepada saudara maupun teman. Hal ini dikarenakan budaya orang Asia yang cenderung memiliki gengsi yang tinggi untuk melakukan komplain secara langsung karena merasa malu (Ngai, Heung, Wong, & Chan, 2016). Kecenderungan generasi Z untuk menyebarkan *word-of-mouth* ini sesuai dengan karakteristik generasi Z yang berani untuk membagikan pengalaman buruk (Benscik & Machova, 2016).

Berdasarkan hasil penelitian ini, tidak terdapat perbedaan motivasi komplain generasi Z yang signifikan antara usia 17 sampai dengan usia 24 tahun terhadap pelayanan hotel. Kedua kelompok usia tersebut memiliki motivasi komplain yang sama yaitu mengharapkan adanya tindakan perbaikan dari pihak hotel. Namun, terdapat perbedaan tipe perilaku komplain generasi Z yang signifikan antara usia 17 sampai dengan usia 24 tahun terhadap pelayanan hotel. Responden dengan rentang usia 23 – 24 tahun cenderung untuk melakukan komplain secara langsung kepada pihak hotel maupun menceritakan kepada teman atau keluarga.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan motivasi maupun tipe perilaku komplain generasi Z yang signifikan terhadap pelayanan hotel jika dilihat dari jenis kelamin. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Heung & Lam (2003) yang menyatakan terdapat korelasi positif antara faktor demografi jenis kelamin dengan motivasi komplain karena konsumen wanita memiliki kecenderungan untuk melakukan komplain.

Tidak terdapat perbedaan motivasi maupun tipe perilaku komplain generasi Z yang signifikan terhadap pelayanan hotel jika dilihat dari tingkat pendidikan. Tingkat pendidikan tidak mempengaruhi seseorang dalam melakukan komplain.

Tidak terdapat perbedaan motivasi maupun tipe perilaku komplain generasi Z yang signifikan terhadap pelayanan hotel jika dilihat dari jumlah pendapatan maupun uang saku. Kedua hasil ini berkorelasi positif dengan penelitian yang dilakukan oleh Natasha dan Sella (2018) sehingga penulis dapat membuat kesimpulan bahwa keputusan generasi Y dan Z dalam melakukan komplain tidak dipengaruhi oleh jumlah pendapatan atau uang saku.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai motivasi dan tipe perilaku komplain generasi Z terhadap layanan hotel di Indonesia, maka dapat disimpulkan beberapa hal berikut.

1. Motivasi utama generasi Z dalam melakukan komplain yaitu menginginkan adanya tindakan perbaikan dari pihak hotel. Generasi Z lebih mengharapkan adanya tindakan perbaikan dari pihak hotel daripada mendapat kompensasi atau ganti rugi dari pihak hotel.
2. Tipe perilaku komplain generasi Z yaitu menceritakan ketidakpuasan kepada keluarga maupun kerabat. Dapat disimpulkan generasi Z adalah tipe yang langsung menyuarakan

ketidakpuasannya, baik dengan menyebarkan *negative word-of-mouth* kepada keluarga ataupun kerabat serta langsung menyampaikan komplain kepada pihak hotel (*voice*).

3. Hanya terdapat satu perbedaan yang signifikan yaitu pada tipe perilaku komplain konsumen generasi Z jika dilihat dari faktor demografi usia. Sedangkan hipotesa lainnya ditolak dimana berarti tidak terdapat perbedaan motivasi dan tipe perilaku generasi Z yang signifikan jika dilihat dari faktor demografi (jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan jumlah pendapatan atau uang saku).

SARAN

Beberapa saran yang dapat penulis sampaikan melalui penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Sedapat mungkin pihak hotel meminimalisir kegagalan jasa dengan terus memantau atau melakukan *follow up* secara intensif kepada konsumen saat mendapati adanya komplain. Sedapat mungkin konsumen diberitahu mengenai proses atau hasil dari tindakan perbaikan tersebut. Kemudian diakhiri dengan meminta *feedback* atau masukan dari konsumen mengenai hal tersebut. Selain itu, pihak hotel sebaiknya juga meningkatkan kinerja dari setiap staf hotel melalui training rutin serta memantau kinerja para staf hotel melalui inspeksi secara berkala.
2. Sebaiknya pihak hotel selalu melakukan *follow up* kepada konsumen hingga masalah atau komplain tersebut terselesaikan, misalnya dengan menghubungi konsumen melalui *e-mail* atau telepon.
3. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk menganalisa lebih lanjut motivasi dan tipe perilaku komplain dari generasi lainnya, seperti generasi *baby boomers* dan generasi X, pada objek akomodasi yang berbeda misalnya *airbnb*.

DAFTAR REFERENSI

- Benscik, A., & Machova, R. (2016). Knowledge sharing problems from the viewpoint of intergeneration management. *4th International Conference on Management, Leadership, and Governance: ICMLG2016*, 42.
- Benscik, A., Horváth-Csikós, G., & Juhász, T. (2016). Y and Z generations at workplaces. *Journal of Competitiveness*, 8, 90-106.
- 5 generasi berbeda dalam 100 tahun terakhir. (2017, 5 Juli). *Finansialku*. Retrieved from <https://www.finansialku.com/5-generasi-baby-boomers/>
- Gita, V. D. (2009). *Dari rindu order hingga kebanjiran order*. Jakarta: Gramedia.
- Haddouche, H., & Salomone, C. (2017). Generation Z and the tourist experience: Tourist stories and use of social networks. *Journal of Tourism Futures*, 4(1), 69-79.
- Heung, V. C., & Lam, T. (2003). Customer complaint behaviour towards hotel restaurant services. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(5), 283-289.
- Huang, j. H., Huang, C. T., & Wu, S. (1996). National character and response to unsatisfactory hotel service. *International Journal Hospitality Management*, 15(3), 229-243.
- Kim, M. G., Wang, C., & Mattila, S. A. (2010). The relationship between consumer complaining behavior and service recovery. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22(7), 975-991.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran*. (Damos Sihombing, MBA, Trans.). Jakarta: Erlangga.

- 7 karakteristik generasi Z yang perlu kamu tahu. (2017, 20 November). *Kumparan*. Retrieved from <https://kumparan.com/@kumparannews/7-karakteristik-generasi-z-yang-perlu-kamu-tahu>
- Kusnandar, V. B. Jumlah perjalanan wisatawan nusantara 2018 tumbuh 12%. (2019, 3 Juli). (H. Widowati, Editor). *Databoks*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/07/03/jumlah-perjalanan-wisatawan-nusantara-2018-tumbuh-12>
- Metehan, T., & Yasemin, Z. A. (2011). Demographic characteristics and complaint behavior: An empirical study. *International Journal of Business and Social Science*, 2(9), 42-48.
- Natasha, A., & Sella, N. (2018). *Motivasi dan tipe perilaku komplain generasi Y terhadap layanan hotel*. (TA S1). Unpublished undergraduate thesis, Universitas Kristen Petra.
- Ngai, E. W., Heung, V. C., Wong, Y., & Chan, F. K. (2016). Consumer complaint behaviour of Asians and Non-Asians about hotel services. *European Journal of Marketing*, 41(11/12), 1375-1391.
- Nielsen. Gen Z: Konsumen potensial masa depan. (2016, 16 Oktober). *Nielsen*. Retrieved from <https://www.nielsen.com/id/en/press-releases/2016/gen-z-konsumen-potensial-masa-depan/>
- Putra, Y. S. (2016). Teori perbedaan generasi. *Among Makarti*, 9(18), 123-134.
- Ruslan, C. (2013). Studi deskriptif perilaku komplain dan motif komplain pelanggan restoran di hotel X Surabaya. (TA S1). Unpublished undergraduate thesis, Universitas Surabaya.
- Stauss, B., & Seidel, W. (2004). *Complaint management: The heart of CRM*. Mason Ohio, USA: Thomson/South-Western.
- Sulastiyono, A. (2011). *Manajemen penyelenggaraan hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Wantah, L. G. (1998). *Hospitality guidelines series front office*. Jakarta: Gramedia.
- Wikipedia ensiklopedia bebas*. (2019). Generasi Z. Retrieved September 2019, from https://id.wikipedia.org/wiki/Generasi_Z