

**LAPORAN PENELITIAN
DOSEN MUDA**



**ANALISIS PERBEDAAN ETNIS JAWA - CINA (TIONGHOA)
DALAM *COMPLAINT CONSUMER BEHAVIOR AND INTENTIONS*
TERHADAP JASA PELAYANAN RUMAH SAKIT DI SURAKARTA**

Oleh:

Dra. Chuzaimah, MM

Drs. Moech. Nasir, MM

DIBIYAI PROYEK PENGKAJIAN DAN PENELITIAN ILMU PENGETAHUAN TERAPAN
DENGAN SURAT PERJANJIAN PELAKSANAAN PENELITIAN NOMOR: 019/O06.2/PP/KT/2009
DIREKTORAT PEMBINAAN PENELITIAN DAN PENGABDIAN PADA MASYARAKAT
DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN TINGGI
DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
OKTOBER 2009**

**Lembar Identitas dan Pengesahan Laporan Akhir
Hasil Penelitian Dosen Muda**

-
1. Judul Penelitian : **ANALISIS PERBEDAAN ETNIS JAWA - CINA (TIONGHOA) DALAM COMPLAINT CONSUMER BEHAVIOR AND INTENTIONS TERHADAP JASA PELAYANAN RUMAH SAKIT DI SURAKARTA**
-
2. Bidang Ilmu Penelitian : **Ekonomi**
3. Ketua Penelitian :
- a. Nama Lengkap : **Dra. Chuzaimah, MM**
 - b. Jenis Kelamin : **Perempuan**
 - c. NIK : **339**
 - d. Pangkat / Golongan : **Penata / III C**
 - e. Jabatan : **Lektor**
 - f. Fakultas / Jurusan : **Ekonomi / Manajemen**
4. Jumlah Tim Peneliti : **2 Orang**
5. Lokasi Penelitian : **Surakarta**
6. Waktu Penelitian : **8 bulan**
7. Biaya : **9.600.000**
(Sembilan Juta Enam Ratus Ribu Rupiah)
-

Surakarta, 17 Oktober 2009

Mengetahui
Dekan FE - UMS



Drs. Syamsudin, MM
NIP. 131602918



Ketua Peneliti



Dra. Chuzaimah, MM
NIK. 339

Menyetujui
Ketua Lembaga Penelitian



Dr. Harun Joko Prayitno, M.Hum
NIP: 132049998



RINGKASAN

Dengan memahami ketidakpuasan serta akibat-akibatnya, suatu penelitian terhadap *complaint behavior* telah menjadi suatu faktor kritis bagi perusahaan-perusahaan bisnis pengejar strategi penetrasi pasar. Yang mana penjualan lebih cenderung kepada keberadaan pelanggan. Yang menjadi kunci dalam mendapatkan laba.

Penelitian *complaint consumer behavior* sampai sekarang menjalin keutamaan negara-negara barat dalam orientasinya. Pertanyaan tersebut sebagai perluasan dari perusahaan-perusahaan negara-negara barat yang bisa menyandarkan diri pada penemuan-penemuannya sehingga dapat menguasai pasar. Penelitian ini berdasarkan pada penyelidikan empiris yang dirancang untuk membandingkan *complaint consumer behavior and intentions* dalam suatu budaya pada etnis Cina (Tionghoa) dengan *consumer behavior and intentions* pada etnis Jawa. Penelitian ini mengindikasikan bahwa meskipun pelanggan dalam kebudayaan yang berbeda, namun memiliki *complaint consumer behavior and intentions* yang hampir sama karena keberhasilan proses asimilasi di negara ini.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan jenis *Complaint Consumer Behavior (voice response, private response, third party response)* antara etnis Cina (Tionghoa) dengan etnis Jawa. Dan untuk mengetahui perbedaan dalam *Complaint Consumer Intentions* antar etnis Cina (Tionghoa) dengan etnis Jawa.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya etnis Jawa, bukan suatu budaya pasif. Sikap *complaint consumer* dan penelitian terkait yang dilakukan lebih dari tiga dekade yang lalu telah membuatnya jelas bahwa tanpa memperhatikan budaya tentang pasar yang mereka jalankan, rumah sakit yang tidak merencanakan cara yang efektif tentang hubungan dengan *complaint consumer behavior* yang diungkapkan melalui *voice responses* akan merugikan penjualan, cepat atau lambat.

Kenyataan pegangan yang sama untuk sikap keluhan konsumen yang diekspresikan melalui *private responses*, bagaimanapun juga, seperti yang ditunjukkan dalam riset ini, tantangan pada pokoknya lebih besar di pasar dengan yang dinyatakan budaya etnis Jawa. Juga jika pelanggan dalam suatu budaya etnis Jawa tidak menyuarakan *complaint* kepada rumah sakit, hal ini tidak berarti bahwa mereka tidak mengekspresikan diri mereka sendiri. Jika mereka merasa tidak puas, mereka mungkin turut serta dalam *private responses* (meninggalkan atau komunikasi negatif yang keluar dari mulut mereka) dan mendatangkan *third party responses*.

Kediaman mereka secara sederhana mungkin merefleksikan keengganan mereka untuk mengekspresikan emosi negatif, seperti mengeluhkan, ke kelompok luar. Tapi hal ini jelas dari studi bahwa mereka melakukan ekspresi mereka melalui saluran yang lain, seperti dengan kelompok dalam.

Kata kunci : *Complaint Behavior, Complaint Intentions, Voice Response, Private Response, Third Party Response*

SUMMARY

By understanding dissatisfaction and also its effect research to complaint behavior have come to critical factor for company of penetrating strategy pursuer business market. Which sale more tend to to customer existence becoming key in getting profit.

Research complaint consumer behavior hitherto braid especial west nations in its orientation. Question mentioned as extension from company of west nations which can lean the its self inventions so that get of best of the market. This research pursuant at empiric investigation designed to compare the complaint consumer behavior and intentions in a culture at ethnical of Chinese (Tionghoa) by consumer is behavior and intentions at ethnical of Java. This Research is indication that though customer in different culture, but own the complaint consumer behavior and intentions which is much the same to because efficacy process assimilation in this state.

This Research Target is to know the difference of type of Complaint Consumer Behavior (voice response, private response, third party response) between ethnical of Chinese (Tionghoa) and ethnical of Java. And to know the difference in Complaint Consumer Intentions between ethnical of Chinese (Tionghoa) and ethnical of Java.

The result of this research is Ethnical culture of Java, non a passive culture. attitude of related Complaint consumer research and conducted more than three decade ago have made clear it that regardless of culture about market which they run the, hospital which do not plan the way of effective about relation by complaint consumer behavior which is laid open by voice responses will harm the sale, sooner or later

*Same Hold fact for the attitude of consumer sigh expressed by private responses, any way, such as those which shown in researching into this, bigger challenge in the first place in market with expressed by a ethnical culture of Java. Also customer in an ethnical culture of Java do not voice the complaint to hospital, this matter did not mean that they do not express themselves. If them dissatisfy, they possible have a share in private responses (leaving or negative communications) and conducive to the third party responses
Their residency simply possible their merefleksikan disinclination to express the negative emotion, like griping, to external group. But this matter is clear the than study that they do their expression through other channel, like with the inner group.*

Key word : Complaint Behavior, Complaint Intentions, Voice Response, Private Response, Third Party Response

PRAKATA

Alhamdulillah rabbil'alamin kami panjatkan segala puji syukur bagi Allah seru sekalian alam, dengan segala ijin dan ridho-Nya penelitian ini dapat terselesaikan.

Selama proses penyusunan penelitian ini banyak sekali bantuan baik moril maupun materiil yang kami terima dari berbagai pihak. Tiada kata yang paling dapat disampaikan dalam kesempatan ini, selain ucapan terima kasih serta rasa hormat kami kepada segenap pihak yang telah membantu terselesaikannya penelitian ini.

Akhirnya karena berbagai keterbatasan yang ada, sudah barang tentu penelitian ini masih jauh dari sempurna oleh karena itu saran dan tindakan penelitian lanjutan sangatlah diharapkan demi suatu penyempurnaan penelitian sebagai tulisan ini sangat bermanfaat apa adanya. Amin.

Surakarta, 17 Oktober 2009

Peneliti

Dra. Chuzaimah, MM
Drs. M. Nasir, MM

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
RINGKASAN DAN SUMMARY	ii
PRAKATA	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalahn	1
1.2. Perumusan Masalah.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Peran Penting Perilaku Konsumen Bagi Manajer Pemasaran	5
1. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	5
2. Konsep Pemasaran dan Orientasi pada Konsumen.....	6
3. Pemasaran Dalam Lingkungan yang Dinamis	8
4. Ruang Lingkup Perilaku Konsumen	8
5. Arti Konsumen Akhir dan Pembeli Individual	9
6. Kerangka Analisa Perilaku Konsumen	10
7. Pasar Konsumen dan Perilaku Konsumen	14
8. Pemasaran Jasa.....	17
9. Pengertian dan Karakteristik Jasa	18
10. Klasifikasi Jasa.....	19
2.2 Perilaku Keluhan Konsumen.....	21
1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keluhan Konsumen	22
2. Reaksi Perusahaan Terhadap Keluhan Konsumen.....	24
3. Keluhan dan Perilaku Keluar	25
2.3 Kultur	26

	2.4 Etnis Tionghoa dan Jawa	29
	1. Pengertian Etnis	29
	2. Etnis Cina atau Tionghoa	30
	3. Etnis Jawa	31
	4. Pengaruh Etnis pada Perilaku Konsumen	32
BAB III	TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN.....	34
	3.1 Tujuan Penelitian	34
	3.2 Manfaat Penelitian	34
BAB IV	METODE PENELITIAN	35
	4.1 Penelitian sebelumnya.....	35
	4.2 Obyek Penelitian	36
	4.3 Hipotesis.....	36
	4.4 Populasi dan Sampel	37
	4.5 Data dan Sumber Data	37
	4.6 Metode Pengumpulan Data	38
	4.7 Metode Analisis Data	38
BAB V	HASIL DAN PEMBAHASAN	41
	5.1 Potret Kota Surakarta	41
	5.2 Hasil Penelitian	45
	5.3 Pembahasan.....	53
BAB VI	KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN	56
	6.1 Simpulan	56
	6.2 Keterbatasan Penelitian	56
	6.3 Saran.....	57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel II.1	Macam Peranan Dalam Perilaku Konsumen	9
Tabel II.2.	Jenis-jenis Aksi Keluhan	22
Tabel II.3	Pemetaan Negara Penganut Budaya <i>Individualism dan Collectivism</i> dalam Skala <i>Power Distance</i>	28
Tabel V.1	Jumlah Penduduk Kota Surakarta Menurut Jenis Kelamin Tahun 2008	43
Tabel V.2	Penduduk Kota Surakarta Diperinci Menurut Kelompok Umur Tahun 2008.....	43
Tabel V.3	Penduduk Menurut Pendidikan Kota Surakarta Tahun 2008	44
Tabel V.4	Penduduk Menurut Mata Pencaharian Kota Surakarta Tahun 2008	45
Tabel V.5	Analisis Tabulasi Silang	46
Tabel V.6.	Analisis Perilaku Menyuarakan Tetapi Tidak Meninggalkan Dengan Perilaku Tidak Menyuarakan Dan Juga Tidak Meninggalkan	49
Tabel V.7.	Anova.....	51
Tabel V.8.	Uji t.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Tahap-Tahap Dalam Proses Pembelian.....	10
Gambar 2.2 Kerangka Analisa Perilaku Konsumen.....	13

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Hasil Penelitian

1. Uji Validitas Cina
2. Uji Reliability Cina
3. Uji Validitas Jawa
4. Uji Reliability Jawa
5. Voice Responce
6. Private Responce
7. Third Responce