

---

**ANTESEDEN DAN KONSEKUENSI KECERDASAN EMOSIONAL PADA  
PENGALAMAN KEGAGALAN LAYANAN**

Oleh :

**Syarif Abdullah,**

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan

**Zunan Setiawan,**

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan

**Sukardi,**

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan

**Salamtun Asakdiyah,**

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan

**Fitroh Adilla,**Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan

---

**Article Info***Article History :**Received 16 Nov - 2022**Accepted 25 Nov - 2022**Available Online**30 Nov – 2022***Abstract**

*Long life experiences and current life priorities shape the elderly's constructive response to service failures. Individuals with a focus on maximizing positive emotions are unlikely to engage in problem solving complaining of not wanting to risk their precarious emotional balance. In other words, we suggest that the future time perspective influences problem solving complaints. Due to the lack of empirical research investigating this issue, this study provides a new perspective on the reactions of elderly customers to service failures. The research was conducted in big cities in Indonesia, with the criteria of respondents being elderly buyers (over 60 years). The estimation of the model uses the partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) method. The results of the study revealed that emotional intelligence had a significant positive effect on problem solving. Wisdom has a positive and significant effect on emotional intelligence and problem solving. Future time perspective has a significant positive impact on wisdom and emotional intelligence. Furthermore, future time perspective has a significant positive direct effect on problem solving complaints. From a managerial perspective, this study recommends companies to be more careful and react appropriately, when service failure occurs, depending on the level of discretion of elderly customers. Companies need to consider the difficult behaviors of older customers. Apparently, customers with a low future time perspective tend to complain only when they feel the situation will be unpleasant*

---

*Keyword :**Emotional Intelligence,**Failure Experience, Service*

---

**Pendahuluan**

Pelanggan lansia sebagai kelompok homogen dengan aspirasi, sikap, motivasi, emosi, dan perilaku yang sama dapat sangat menyedihkan (Kuppelwieser, 2016). Beberapa penelitian melaporkan bahwa dalam segmen orang tua, kebutuhan dan perilaku bisa sangat berbeda sejauh strategi yang disesuaikan harus digunakan untuk tepat sasaran (Chaouali dan Souiden, 2019). Dalam

studi ini, bertujuan pada reaksi pelanggan lanjut usia terhadap kegagalan layanan, berusaha menganalisis kesenjangan pemahaman tentang kemampuan pelanggan untuk mengintegrasikan emosi dan alasan untuk mencapai kinerja yang sukses atau hasil yang diinginkan. Studi ini menganggap bahwa tanggapan terhadap kegagalan layanan adalah fungsi dari emosi dan kemampuan pelanggan untuk mengatasi situasi stres

(Tsarenko dan Strizhakova, 2013). Meskipun bertentangan dengan stereotip awam tentang orang tua yang mengungkapkan bahwa pasif, naif dan termasuk dalam kelompok homogen yang berbagi motivasi, nilai, dan perilaku yang sama (Liao dan Carstensen, 2018) dan memperpanjang kegagalan layanan literatur

### **Latar belakang literatur dan hipotesis**

Prediktor utama dalam model penelitian adalah perspektif waktu masa depan. Individu yang merasa masih punya banyak waktu akan sering terlibat dalam perilaku yang dapat menimbulkan emosi negatif, sebaliknya, bila merasa waktu tersisa sedikit akan fokus menghindari emosi negatif dan memupuk emosi positif. Perspektif waktu masa depan yang luas memprediksi kebijaksanaan (didefinisikan sebagai kemauan untuk berpikir secara mendalam tentang pertanyaan-pertanyaan sulit, merenungkan perilaku sendiri dan berempati dengan perasaan negatif individu lain) dan kecerdasan emosional (yaitu kemampuan untuk mengakui dan mengatur perasaan negatif), kedua variabel ini, pada gilirannya, memprediksi pemecahan masalah keluhan.

### **Pemecahan masalah keluhan**

Pengaduan pemecahan masalah dipilih karena merupakan cara paling langsung bagi pelanggan untuk menuntut perbaikan. Sangat menarik bagi perusahaan jasa karena membantu menemukan strategi ganti rugi dan pemulihan yang tepat, dan lebih jauh lagi membantu mencegah kerugian laba di masa depan, namun perusahaan tidak tahu bagaimana strategi konsumen mempengaruhi keputusan untuk mengeluh (Tsarenko dan Strizhakova, 2013). Ketika pelanggan menghadapi kegagalan layanan, Kecerdasan emosional tinggi mengurangi stres dan emosi negatif,

demikian sikap dan emosi positif, untuk berhasil menyelesaikan masalah melalui pemrosesan informasi emosional dan kognitif yang efektif (Balaji dkk., 2017). Penyesuaian emosi dengan cara strategis untuk fokus pada evaluasi insiden secara keseluruhan dan identifikasi solusi optimal untuk memperbaiki situasi Kecerdasan emosionalnya rendah menjadi sasaran pikiran negatif dan menyerah pada kecemasan dan stres, menunjukkan tingkat kontrol yang rendah atas situasi, dapat menyalahkan individu lain, melepaskan diri, dan melarikan diri dari ancaman ini sebagai strategi perlindungan diri yang sederhana (Tsarenko dan Strizhakova, 2013).

Dengan demikian, kurang mampu secara aktif mengatasi kegagalan layanan sebagai episode konsumsi bermuatan negatif (Mayer dkk., 2016), kecerdasan emosional membantu mengatasi konflik, pertemuan bermasalah dan kreativitas dalam memecahkan masalah. Ketika pelanggan lanjut usia mengembangkan kecerdasan emosional, cenderung terlibat dalam penyelesaian masalah keluhan. Dengan kata lain, kecerdasan emosional berhubungan positif dengan keluhan pemecahan masalah. Sehingga mempertanyakan pemikiran dan perilaku individu dan komponen welas asih yang mengacu pada cinta dan perhatian yang mendalam terhadap lainnya. Jika terjadi kegagalan layanan, pelanggan lanjut usia yang memiliki kebijaksanaan tinggi lebih mungkin untuk secara aktif memperbaiki situasi karena merasa bahwa memiliki sumber daya kognitif dan emosional yang diperlukan untuk mencapai solusi positif (Sajtos dan Chong, 2018). Kemampuan yang tinggi untuk menguasai emosinya dengan mengatur perasaan negatif secara efektif dan mengedepankan perasaan positifnya (Ardelt dan Jeste, 2018).

## **Kebijaksanaan**

Baru-baru ini, kebijaksanaan menarik perhatian banyak peneliti di banyak disiplin ilmu seperti psikologi. Ini mengacu pada wawasan dan pemahaman mendalam yang akurat tentang diri sendiri dan isu-isu eksistensial utama kehidupan, ditambah respons yang baik dan terampil. Kebijaksanaan melibatkan penerimaan dan kemampuan untuk menemukan makna dalam penderitaan tanpa tunduk pada kepasrahan dan keputusan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa orang tua yang memiliki kebijaksanaan tinggi lebih sukses dibandingkan dengan yang rendah kebijaksanaan, cenderung puas dengan hidup mereka meskipun peristiwa kehidupan antagonis (Ardelt dan Jeste, 2018). Memang, menerima dan dapat mengatasi penurunan atau penurunan kondisi kesehatan, lingkungan budaya atau sosial atau fisik, status keuangan dan mendekati kematian atau peristiwa lain (misalnya penyakit yang tidak dapat disembuhkan, kematian pasangan atau anak-anak).

Kebijaksanaan dikonseptualisasikan sebagai memiliki tiga komponen meliputi komponen kognitif yang melibatkan rasa ingin tahu yang mendalam tentang kehidupan dan keinginan untuk memahami pertanyaan sulit tentang keberadaan manusia, komponen reflektif yang menggambarkan kesediaan untuk melihat jauh dari harapan tanpa mengacu pada bukti kuat yang menguatkan atau menyangkal penilaian. Sebaliknya, memiliki perspektif waktu masa depan yang luas cenderung terlibat dalam pengalaman dan aktivitas baru, lebih objektif dan analitis ketika menghadapi insiden atau terlibat dalam aktivitas keseharian agar memiliki posisi yang baik dan siap menghadapi masa depan. Perspektif waktu masa depan dapat mempengaruhi rasa ingin tahu dan reflektifitas tentang kehidupan,

dapat merangsang dan memfasilitasi motivasi, tekad, pemeriksaan diri, refleksi diri, dan keterbukaan terhadap semua jenis pengalaman untuk melakukan pekerjaan batin yang diperlukan yang dituntut oleh pengembangan kebijaksanaan.

Dengan demikian, perspektif waktu di masa depan kemungkinan akan menjadi faktor penting untuk mendapatkan lebih banyak kebijaksanaan. Tingkat kebijaksanaan yang lebih tinggi dikaitkan dengan keseimbangan batin, yang mengarahkan pelanggan lanjut usia untuk menghadapi peristiwa stres tanpa gangguan psikologis. Sebaliknya, yang rendah kebijaksanaannya kurang mampu mengendalikan emosinya dan lebih gugup, marah atau pasrah (Auer-Spath dan Glück, 2019). Kebijaksanaan membantu konsumen lanjut usia untuk mengembangkan pemahaman emosi yang lebih kompleks, mengakui, memecahkan masalah emosional, dan menahan ketegangan dari pengalaman emosional yang bercampur. Sehingga pengajuan hipotesis terlampir sebagai berikut

H1a. Kebijaksanaan memiliki efek positif signifikan terhadap kecerdasan emosional.

H1b. Kebijaksanaan memiliki efek positif signifikan terhadap keluhan pemecahan masalah.

### **Kecerdasan emosional**

Kecerdasan emosional mengacu pada kapasitas untuk bernalar tentang emosi, dan emosi untuk meningkatkan pemikiran. Ini mencakup kemampuan untuk secara akurat memahami emosi, untuk mengakses dan menghasilkan emosi untuk membantu pemikiran, untuk memahami emosi dan pengetahuan emosional, dan untuk mengatur emosi secara reflektif untuk mendorong pertumbuhan emosional dan intelektual. Ini memungkinkan untuk menghasilkan, mengenali, mengekspresikan, memahami, dan

mengevaluasi emosi, memandu pemikiran dan tindakan yang berhasil mengatasi tuntutan dan tekanan lingkungan. Dengan demikian, melindungi mereka dari dampak yang merusak dan menghancurkan (misalnya depresi) dari efek samping (Suzuki dkk., 2019). Dengan demikian, dan sejalan dengan model kemampuan kecerdasan emosional, penelitian ini menganggap kecerdasan emosional sebagai kemampuan mental daripada sifat kepribadian (Mayer dkk., 2016). Individu, seiring bertambahnya usia, kecerdasan emosional cenderung meningkat. Dengan demikian, kecerdasan emosional berkembang seiring bertambahnya usia dan pengalaman, khususnya dari masa anak hingga dewasa paruh baya dan lebih tua.

Tsaousis dan Kazi (2013) berpendapat bahwa individu yang lebih tua secara signifikan skor lebih tinggi dari individu muda pada kecerdasan emosional. Kaufman dkk. (2008) menambahkan bahwa pembelajaran seumur hidup dan akumulasi pengetahuan cenderung menjelaskan hubungan positif antara usia dan kecerdasan emosional. Selanjutnya, Chen dkk. (2016) berpendapat bahwa individu yang lebih tua dapat menggunakan peningkatan kecerdasan emosional untuk meningkatkan kesejahteraan subjektif (misalnya kepuasan hidup, kesejahteraan psikologis, kesejahteraan afektif). Semua pertemuan layanan menghasilkan emosi, memberi makna pada pengalaman pelanggan (apakah itu baik atau buruk). Secara khusus, kegagalan layanan dipandang sebagai ancaman bagi diri sendiri, dan dikaitkan dengan disonansi dan emosi negatif, yang, pada gilirannya, membentuk reaksi perilaku paska kegagalan layanan produk (Balaji dkk., 2017). Dalam hal ini, kecerdasan emosional akan membantu menjelaskan bagaimana beberapa pelanggan

mencapai hasil layanan yang sukses, sementara yang lain tidak.

H2. Kecerdasan emosional mempengaruhi positif signifikan terhadap pemecahan masalah keluhan.

### **Perspektif waktu masa depan**

Inti dari teori selektivitas sosio emosional mengacu pada kesadaran dan persepsi orang-orang sadar dan bawah sadar tentang waktu yang tersisa dalam hidup. Ini adalah alternatif yang lebih akurat untuk usia kronologis dalam menjelaskan perilaku. Dalam hal ini, daripada usia kronologis persepsi tentang perspektif waktu masa depan memandu motivasi dan tujuan (Kuppelwieser, 2016). Lebih khusus lagi, orang lanjut usia menyesuaikan keyakinan, emosi, dan perilaku mereka tergantung pada apakah mereka memandang waktu sebagai terbatas, yaitu mereka merasa waktu hampir habis, atau ekspansif, yaitu mereka merasa memiliki banyak waktu tersisa. Ketika waktu dianggap terbatas, cenderung secara emosional memprioritaskan motif yang bermakna didefinisikan sebagai tujuan yang berkaitan dengan perasaan, seperti menyeimbangkan keadaan emosional, sedangkan ketika dianggap ekspansif, perhatian lebih diarahkan pada tujuan yang mengoptimalkan masa depan, seringkali melalui perolehan informasi. Perspektif waktu masa depan yang terbatas berpikir bahwa kerugian tampak lebih besar daripada keuntungan berkomitmen untuk mempertahankan status quo dan tidak merangkul pengalaman baru dan menarik, karena kurang dapat diprediksi, agar tidak membahayakan keadaan positif (Kuppelwieser dan Sarstedt, 2014). Lebih pesimis dan yakin bahwa hal-hal baru berpotensi merusak konsep diri dan dengan demikian menimbulkan emosi negatif (jatuh).

Pelanggan dengan perspektif waktu masa depan yang terbatas melihat kegagalan layanan sebagai ancaman terhadap emosi positif yang stabil (Jahn dkk.,2012). Selain itu, percaya bahwa mengeluh adalah menghabiskan waktu dan uang, membahayakan dan merampas momen-momen baik dari waktu yang tersisa untuk hidup (Jahn dkk.,2012). Dengan demikian, akan fokus pada mempertahankan keadaan emosi positif dan kurang bersedia untuk fokus mengeksplorasi emosi sendiri atau orang lain dan lebih bersedia untuk mengabaikan atau menekan perasaan negatif. Namun, pelanggan dengan perspektif waktu masa depan yang luas memperlakukan kegagalan layanan sebagai inisiatif pembelajaran yang berkelanjutan. Perjuangan untuk menemukan resolusi sebagai proses yang berguna untuk mengoptimalkan hasil jangka panjang dan dengan demikian bermanfaat dan memuaskan (Williams dan Drolet, 2005). Selain itu, pelanggan dengan perspektif waktu masa depan yang luas lebih mungkin untuk mengakui, merenungkan, dan berhasil mengatur emosi dengan cara yang memfasilitasi pemikiran, analisis, dan pengambilan keputusan (Tsaousis dan Kazi, 2013).

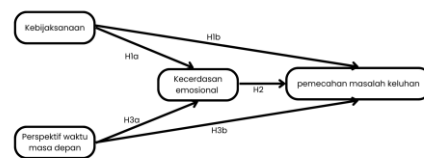
Ketika pelanggan lanjut usia menganggap waktu masa depan sebagai ekspansif, mereka bersedia dan mampu mengakui, merenungkan dan secara konstruktif mengatur emosi, dan oleh karena itu, mereka cenderung terlibat dalam penyelesaian masalah mengeluh. Perspektif waktu masa depan terkait dengan bentuk regulasi emosi yang lebih konstruktif daripada penekanan atau penolakan. Diskusi sebelumnya menyiratkan bahwa pelanggan lanjut usia yang memiliki perspektif waktu masa depan yang luas lebih mungkin untuk menunjukkan dimensi kebijaksanaan kognitif, reflektif dan welas asih, dan akibatnya, mereka

cenderung mengembangkan kecerdasan emosional yang lebih dan terlibat dalam keluhan pemecahan masalah. Dengan demikian, perspektif waktu masa depan berhubungan positif dengan kebijaksanaan, yang pada gilirannya berhubungan positif dengan kecerdasan emosional dan keluhan pemecahan masalah. Dengan demikian, perspektif waktu masa depan diprediksi berhubungan positif dengan kebijaksanaan, kecerdasan emosional, dan keluhan pemecahan masalah. Sehingga, pengajuan hipotesis terlampir sebagai berikut

H3a. Perspektif waktu masa depan mempengaruhi positif signifikan terhadap kecerdasan emosi

H3b. Perspektif waktu masa depan mempengaruhi positif signifikan terhadap pemecahan masalah keluhan

Gambar. Model Konseptual Penelitian



H1a. Kebijakan mempengaruhi positif signifikan terhadap kecerdasan emosional.  
 H1b. Kebijakan mempengaruhi positif signifikan terhadap pemecahan masalah keluhan.  
 H2. Kecerdasan emosional mempengaruhi positif signifikan terhadap pemecahan masalah keluhan.  
 H3a. Perspektif waktu masa depan mempengaruhi positif signifikan terhadap kecerdasan emosi.  
 H3b. Perspektif waktu masa depan mempengaruhi positif signifikan terhadap pemecahan masalah keluhan.

### Pengukuran Data

Keseluruhan pengukuran diadaptasi dari penelitian sebelumnya dan yang cukup mendukung operasionalisasi multidimensi kebijaksanaan, perspektif waktu masa depan dan kecerdasan emosional. Variabel-variabel ini dikonseptualisasikan sebagai konstruksi orde kedua. Kebijakan terdiri dari tiga konstruksi tingkat pertama yaitu dimensi kognitif kebijaksanaan, dimensi kebijaksanaan reflektif dan dimensi afektif (pengasih) kebijaksanaan (Thomas dkk.,2017). Perspektif waktu masa depan terdiri dari tiga konstruksi orde pertama yang fokus pada peluang, fokus pada kehidupan dan fokus pada waktu (Kuppelwieser dan Sarstedt, 2014). Kecerdasan emosional terdiri dari tiga

konstruksi orde pertama yaitu emosi yang dirasakan, pemahaman emosi orang lain dan pengelolaan emosi sendiri (Lin, 2010). Skala keluhan pemecahan masalah berasal dari Gregoire dan Fisher (2008), dan itu terdiri dari tiga item.

### **Sampel penelitian**

Penelitian dilakukan di kota-kota besar di Indonesia, dengan kriteria responden pembeli lanjut usia (lebih dari 60 tahun) didekati secara acak di pusat perbelanjaan setiap saat sepanjang hari dan tujuh hari per pekan. Kriteria responden selanjutnya, menemui kegagalan layanan selama enam bulan terakhir. Penelitian ini didasarkan pada pengalaman kegagalan layanan retrospektif responden. Pendekatan ini lebih disukai daripada eksperimen berbasis skenario. Kegagalan layanan adalah peristiwa yang tak terlupakan yang dapat dengan mudah diingat oleh pelanggan dan mungkin sulit untuk mensimulasikan keterlibatan emosional dan kognitif yang sama yang dihasilkan oleh kegagalan layanan yang sebenarnya, untuk mengkreasikan hubungan nyata antara pelanggan dan perusahaan jasa saat menggunakan eksperimen berbasis skenario. Peserta penelitian ini berada di usia paruh baya atau usia muda-tua daripada usia tua, dengan 97% sampel berusia 61-69 tahun dan hanya 3 peserta yang lebih tua dari 70 tahun. Usia rata-rata adalah 61,99 tahun. 51,3% dari sampel adalah perempuan. Sekitar setengah dari sampel memiliki gelar sekolah menengah, dan lebih dari 68% berpenghasilan kurang dari Rp 100 juta per tahun.

### **Estimasi dan hasil model struktural**

Korelasi orde nol di antara semua variabel dependen dan independen. Perspektif waktu masa depan, kebijaksanaan, kecerdasan emosional dan keluhan pemecahan masalah semuanya berkorelasi cukup kuat secara positif. Tak satu pun dari

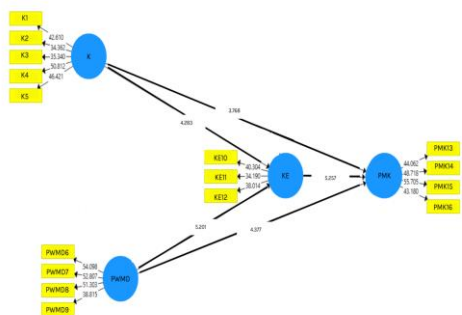
variabel secara signifikan berkorelasi dengan usia. Jadi, dalam sampel peserta ini di suatu tempat antara usia paruh baya dan usia tua awal, baik perspektif waktu masa depan maupun kebijaksanaan atau kecerdasan emosional tidak berkorelasi dengan usia. Responden dalam sampel ini berbeda secara luas dalam sejauh mana memandang masa depan sebagai ekspansif atau terbatas, kebijaksanaan dan kecerdasan emosional, oleh karena itu, sampel dapat digunakan dengan baik untuk menguji hipotesis. Metode untuk estimasi model, menggunakan metode partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) (Hair dkk.,2019). Alasan utama adalah karakter prediktif kausal penelitian ini (Sarstedt dkk.,2017). Selain itu, PLS-SEM menawarkan karakteristik yang menguntungkan ketika berhadapan dengan model kompleks, data nonnormal, sampel kecil (Hair dkk.,2019) dan cocok untuk model dengan konstruksi tingkat tinggi (Hair dkk.,2018). Untuk mendapatkan hasil PLS-SEM, menggunakan perangkat lunak statistik SmartPLS 3 (Ring dkk.,2015). Cronbach alpha berada di atas ambang batas 0,7, yang mencerminkan konsistensi dan keandalan internal (Hair dkk.,2017). Selain itu, semua beban luar memiliki tingkat yang memuaskan dan sangat signifikan ( $p > 0,001$ ). Hasil ini menunjukkan keandalan indikator yang memuaskan (Hair dkk.,2017). Selain itu, semua nilai AVE jauh di atas ambang 0,5, menunjukkan tingkat validitas konvergen yang tinggi. Nilai heterotraitmonotrait (HTMT) (berkenaan dengan SEM berbasis varians, kriteria HTMT lebih unggul daripada kriteria Fornell dan Larcker dan penilaian muatan silang (sebagian) (Henseler dkk.,2015) lebih rendah dari ambang konservatif 0,85. Prosedur bootstrap, yang dilakukan dengan 5.000 sampel dan menggunakan opsi tanpa

perubahan tanda, interval kepercayaan bootstrap terkoreksi bias dan dipercepat dan pengujian dua arah pada 0,05 (Cheah dkk.,2019) menunjukkan bahwa semua nilai HTMT secara statistik berbeda dari 1 (semua interval kepercayaan tidak termasuk 1). Hasil ini mencerminkan validitas diskriminan Hair dkk.,2017).

**Penilaian model pengukuran**

Potensi masalah kolinearitas di antara konstruksi orde pertama, nilai faktor inflasi varians (VIF) untuk semua subdimensi dihitung dan menemukan bahwa semua model pengukuran formatif (yaitu kebijakan, perspektif waktu masa depan dan kecerdasan emosional) tidak terpengaruh secara negatif oleh kolinearitas karena analisis menghasilkan nilai VIF ideal di bawah 3 (Sarstedt dkk.,2019 ). Selain itu, penilaian konstruk orde pertama berkontribusi untuk membentuk konstruk orde kedua (Duarte dan Amaro, 2018). Bobot konstruksi orde pertama pada konstruksi orde kedua dan signifikansinya menggunakan interval kepercayaan (Hair dkk.,2019). Seperti yang diharapkan, semua konstruksi orde pertama memiliki hubungan positif (seperti yang dipahami secara teoritis) dan signifikan dengan konstruksi orde kedua yang sesuai.

Gambar. Hasil Pengujian Model Struktural



Kecerdasan emosional berpengaruh positif signifikan terhadap penyelesaian masalah. Dengan demikian, H1

didukung. Kebijakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kecerdasan emosional dan pemecahan masalah. Dengan demikian, H2a dan H2b didukung. Perspektif waktu masa depan memiliki dampak positif signifikan terhadap kebijakan dan kecerdasan emosional. Dengan demikian, H3a dan H3b didukung. Selanjutnya, perspektif waktu masa depan memiliki efek langsung positif signifikan pada keluhan pemecahan masalah. PLS-SEM memiliki root mean square error (RMSE) yang lebih baik untuk sebagian besar indikator konstruk target (yaitu PSC1, PSC2 dan PSC3) dibandingkan dengan benchmark model linier (LM), model memiliki daya prediksi sedang (Shmueli dkk.,2019). diabaikan atau diselidiki secara tidak benar, mungkin karena asumsi stereotip. Memang, sebagian besar literatur tampaknya berasumsi bahwa pelanggan lanjut usia adalah kelompok homogen yang berbagi motivasi, nilai, dan perilaku yang sama, namun pasif dan naif (Liao dan Carstensen, 2018); Oleh karena itu, penelitian sebelumnya menggunakan usia kronologis untuk menjelaskan perubahan perilaku sepanjang hidup atau perbedaan antara konsumen senior dan muda.

Beberapa penelitian mematahkan warisan ini dengan mengasumsikan bahwa penjelasan tentang perilaku orang tua jauh lebih kompleks daripada yang terlihat (Carstensen, 2006; Kuppelwieser dan Sarstedt 2014a,2014b; Kuppelwieser, 2016). Penelitian saat ini menemukan bahwa perspektif waktu masa depan mungkin menjadi variabel kunci yang mempengaruhi seberapa baik individu yang lebih tua dapat menggunakan akumulasi kebijakan dan kecerdasan emosional mereka untuk menyelesaikan masalah sehari-hari secara konstruktif. Kedua, penelitian ini mencakup topik reaksi pelanggan lanjut

usia terhadap kegagalan layanan, yang jarang dibahas dalam literatur pemasaran. Meskipun peningkatan jumlah orang lanjut usia dan kegagalan layanan di mana-mana, sedikit yang diketahui tentang mekanisme yang membentuk keberhasilan manajemen kegagalan layanan pelanggan.

Penelitian ini mengusulkan model sekuensial integratif, yang berpendapat bahwa perspektif waktu masa depan adalah variabel kunci yang mengarahkan pelanggan lanjut usia untuk menganggap kegagalan layanan sebagai fakta tertentu yang sebaiknya diabaikan untuk menghindari gejala emosional atau menggunakan kebijaksanaan dan kompetensi emosional mereka untuk menghadapinya. masalah dengan cara yang konstruktif. Dari perspektif manajerial, studi ini merekomendasikan perusahaan untuk lebih berhati-hati dan bereaksi dengan tepat, ketika terjadi kegagalan layanan, tergantung pada tingkat kebijaksanaan pelanggan lanjut usia. Perusahaan perlu mempertimbangkan berbagai perilaku sulit dari pelanggan yang lebih tua. Tampaknya, pelanggan dengan perspektif waktu masa depan yang rendah cenderung mengeluh hanya ketika mereka merasa tidak mungkin bahwa situasinya akan sulit atau tidak menyenangkan.

Perusahaan mungkin ingin memberikan perhatian khusus untuk melatih pekerja mereka untuk komunikasi positif dengan orang yang lebih tua. Mereka harus mengadopsi strategi pragmatis dan kooperatif dengan mereka yang telah meningkatkan perspektif waktu masa depan dengan mendiskusikan kegagalan dan bernegosiasi dan menemukan solusi yang dapat diterima bersama untuk masalah tersebut. Mereka harus menyediakan tepat waktu, jawaban yang informatif dan akurat atas pertanyaan (bahkan jika mereka tidak

menanyakannya) seperti bagaimana dan mengapa kegagalan itu terjadi (aspek manusia/teknis internal/eksternal yang menyebabkan kegagalan layanan), bagaimana pelanggan (korban kegagalan) dapat terlibat (waktu, kontak person, pemulihan bersama pelanggan) dalam proses diskusi, opsi apa yang mungkin untuk menyelesaikannya dan bagaimana mencegah terulangnya di masa depan. Namun, perusahaan harus mengadopsi strategi yang lebih berpusat pada emosi ketika mereka berurusan dengan mereka yang memiliki perspektif waktu terbatas ketika mereka memperbaiki situasi ( apa pilihan yang mungkin untuk mengatasinya dan bagaimana mencegah terulangnya kembali di masa depan. Mengadopsi strategi yang lebih berpusat pada emosi ketika mereka berurusan dengan mereka yang memiliki perspektif waktu terbatas ketika mereka memperbaiki situasi

### **Diskusi dan kesimpulan**

Mengingat signifikansinya dalam banyak aspek kehidupan, mengejutkan betapa sedikit perhatian ilmiah yang diberikan pada perspektif waktu di masa depan, kebijaksanaan dan kecerdasan emosional serta pengaruhnya terhadap respons lansia terhadap kegagalan layanan. Dengan harapan untuk mengatasi kesenjangan ini, penelitian ini berusaha untuk memperluas pemahaman tentang bagaimana pelanggan lanjut usia mengadopsi perilaku adaptif yang sukses ketika mereka menghadapi episode sarat negatif. Penelitian ini menemukan bahwa kecerdasan emosional berpengaruh positif terhadap penyelesaian masalah mengeluh. Hasil ini sejalan dengan penelitian kecerdasan emosional, yang menurutnya, beberapa pelanggan lanjut usia menyesuaikan emosi mereka untuk fokus pada evaluasi kegagalan layanan dan identifikasi solusi yang mungkin



( Tsarenko dan Strizhakova, 2013; Balaji dkk.,2017). Adapun kebijaksanaan, ditemukan berdampak positif pada kecerdasan emosional dan pada akhirnya menyelesaikan masalah dengan mengeluh. Selain itu, ditemukan bahwa perspektif waktu masa depan berpengaruh positif terhadap kecerdasan emosional, sesuai dengan teori selektivitas sosioemosional. Perspektif waktu masa depan juga ditemukan memiliki dampak positif dan signifikan pada kebijaksanaan tetapi tidak berpengaruh langsung pada keluhan pemecahan masalah. Hasil ini menunjukkan bahwa perspektif waktu masa depan memiliki efek tidak langsung pada penyelesaian masalah mengeluh melalui kebijaksanaan dan pengaturan dan kanalisasi emosi. Oleh karena itu, mungkin bijaksana untuk mengasumsikan bahwa cara pelanggan lanjut usia memandang waktu sebagai ekspansif akan mempengaruhi akumulasi kebijaksanaan melalui pengalaman hidup, mengatur emosi, dan membuat bereaksi secara konstruktif terhadap kegagalan layanan. Dari perspektif teoritis, penelitian ini menargetkan pelanggan lanjut usia yang mewakili segmen populasi yang memiliki kasih sayang dan perhatian ketika terjadi kegagalan layanan. antara kebijaksanaan dan kesejahteraan subjektif.

#### **Daftar Pustaka**

Ardelt, M. and Edwards, C.A. (2016), "Wisdom at the end of life: an analysis of mediating and moderating relations between wisdom and subjective well-being", *The Journals of Gerontology Series B: Psychological Sciences and Social Sciences*, Vol. 71 No. 3, pp. 502-513.

Ardelt, M. and Jeste, D.V. (2018), "Wisdom and hard times: the ameliorating effect of wisdom on the negative association between adverse life events and well-being", *The*

*Journals of Gerontology: Series B: Psychological Sciences and Social Sciences*, Vol. 73 No. 8, pp. 1374-1383.

Auer-Spath, I. and Glück, J. (2019), "Respect, attentiveness, and growth: wisdom and beliefs about good relationships", *International Psychogeriatrics*, Vol. 31 No. 12, pp. 1809-1821.

Baker, A.M., Moschis, G.P., Ong, F.S. and Pattanapanyasat, R.P. (2013), "Materialism and life satisfaction: the role of stress and religiosity", *Journal of Consumer Affairs*, Vol. 47 No. 3, pp. 548-563.

Balaji, M.S., Roy, S.K. and Quazi, A. (2017), "Customers' emotion regulation strategies in service failure encounters", *European Journal of Marketing*, Vol. 51 Nos 5/6, pp. 960-982.

Barber, S.J. and Tan, S.C. (2018), "Ageism affects the future time perspective of older adults", *GeroPsych*, Vol. 31 No. 3, pp. 115-126.

Chaouali, W. and Souiden, N. (2019), "The role of cognitive age in explaining mobile banking resistance among elderly people", *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 50, pp. 342-350.

Cheah, J.H., Ting, H., Ramayah, T., Memon, M.A., Cham, T. H. and Ciavolino, E. (2019), "A comparison of five reflective-formative estimation approaches: reconsideration and recommendations for tourism research", *Quality & Quantity*, Vol. 53 No. 3, pp. 1421-1458.

Chen, Y., Peng, Y. and Fang, P. (2016), "Emotional intelligence mediates the relationship between age and subjective Well-Being", *The International Journal of Aging and Human Development*, Vol. 83 No. 2, pp. 91-107.

Feng, K., Altinay, L. and Olya, H. (2019), "Social well-being and transformative service research: evidence from China", *Journal of*

- Services Marketing, Vol. 33 No. 6, doi: 10.1108/JSM-10-2018-0294.
- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M. and Sarstedt, M. (2017), *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 2nd ed., Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- Hair, J.F., Sarstedt, M., Ringle, C.M. and Gudergan, S.P. (2018), *Advanced Issues in Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, Sage, Thousand Oaks, CA.
- Hair, J.F., Risher, J.J., Sarstedt, M. and Ringle, C.M. (2019), "When to use and how to report the results of PLS-SEM", *European Business Review*, Vol. 31 No. 1, pp. 2-24.
- Henseler, J., Ringle, C.M. and Sarstedt, M. (2015), "A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 43 No. 1, pp. 115-135.
- Kuppelwieser, V.G. (2016), "Towards the use of chronological age in research – a cautionary comment", *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 33, pp. 17-22.
- Kuppelwieser, V.G. and Sarstedt, M. (2014a), "Exploring the influence of customers' time horizon perspectives on the satisfaction-loyalty link", *Journal of Business Research*, Vol. 67 No. 12, pp. 2620-2627.
- Liao, H.-W. and Carstensen, L.L. (2018), "Future time perspective: time horizons and beyond", *GeroPsych*, Vol. 31 No. 3, pp. 163-167.
- Ringle, C.M. Wende, S. and Becker, J.-M. (2015), "SmartPLS 3. Bönningstedt: SmartPLS", available at: [www.smartpls.com](http://www.smartpls.com)
- Sajtos, L. and Chong, Y.S. (2018), "Activating multiple roles of customer-firm relationships in service failures", *Journal of Service Theory and Practice*, Vol. 28 No. 2, pp. 250-270.
- Sarstedt, M., Ringle, C.M. and Hair, J.F. (2017), "Partial least squares structural equation modeling", in Homburg, C., Klarmann, M. and Vomberg A. (Eds), *Handbook of Market Research*, Springer, Cham, pp. 1-40.
- Sarstedt, M., Hair, J.F., Cheah, J.-H., Becker, J.-M. and Ringle, C.M. (2019), "How to specify, estimate, and validate higher-order constructs in PLS-SEM", *Australasian Marketing Journal*, doi: 10.1016/j.ausmj.2019.05.003.
- Sengupta, A.S., Balaji, M.S. and Krishnan, B.C. (2015), "How customers cope with service failure? A study of Brand reputation and customer satisfaction", *Journal of Business Research*, Vol. 68 No. 3, pp. 665-674.
- Shmueli, G., Ray, S., Estrada, J.M.V. and Chatla, S.B. (2016), "The elephant in the room: predictive performance of PLS models", *Journal of Business Research*, Vol. 69 No. 10, pp. 4552-4564.
- Shmueli, G., Sarstedt, M., Hair, J.F., Cheah, J.-H., Ting, H., Vaithilingam, S. and Ringle, C.M. (2019), "Predictive model assessment in PLS-SEM: guidelines for using PLSpredict", *European Journal of Marketing*, Vol. 53 No. 11, pp. 2322-2347.
- Suzuki, S., Hamamura, T. and Takemura, K. (2019), "Emotional fortification: indulgent consumption and emotion reappraisal and their implications for well-being", *Journal of Consumer Behaviour*, Vol. 18 No. 1, pp. 25-31.
- Thomas, M.L., Bangen, K.J., Ardelt, M. and Jeste, D.V. (2017), "Development of a 12-item abbreviated threedimensional wisdom scale (3D-WS-12): item selection and psychometric properties", *Assessment*, Vol. 24 No. 1, pp. 71-82.
- Tomazelli, J., Broilo, P., Espartel, L. and Basso, K. (2017), "The effects of store environment elements on

customer-to-customer interactions involving older shoppers”, *Journal of Services Marketing*, Vol. 31 Nos 4/5, pp. 339-350.

Tsarenko, Y. and Strizhakova, Y. (2013), “Coping with service failures: the role of emotional intelligence, self-efficacy and intention to complain”, *European Journal of Marketing*, Vol. 47 Nos 1/2, pp. 71-92.

Walsh, R. (2015), “What is wisdom? Cross-cultural and crossdisciplinary syntheses”, *Review of General Psychology*, Vol. 19 No. 3, pp. 278-293.