

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh antara *emotional intelligence* terhadap *complaining* dengan variabel mediasi yaitu *self efficacy* serta melihat apakah *coping* konsumen memoderasi antara *self efficacy* dan *complaining* pada First Media di Surabaya

Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 170 responden dengan metode pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan First Media yang pernah mengalami kegagalan layanan dan berada di wilayah Surabaya. Peneliti mendapatkan responden dengan menyebarkan kuesioner melalui secara online yang peneliti sebar lewat sosial media seperti line, facebook, kaskus, dan twitter dengan melakukan *screening* terlebih dahulu sehingga didapatkan responden yang memenuhi karakteristik yang dibutuhkan dan setelah itu peneliti membahas hasil pengolahan data tersebut. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *partial least square* (PLS) dengan menggunakan aplikasi smartPLS. Hasil penelitian ini yaitu *emotional intelligence* berpengaruh signifikan terhadap *self efficacy* pelanggan First Media di Surabaya dan *self efficacy* berpengaruh signifikan terhadap *complaining* pada First Media di Surabaya. Tetapi dalam penelitian ini menyatakan bahwa *coping* tidak memoderasi antara *self efficacy* dan *complaining* karena hasil yang tidak signifikan.

Kata kunci : *emotional intelligence, self efficacy, coping, complaining*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of emotional intelligence on the complaining with mediating variables, namely self-efficacy, and see if coping moderate consumers between self-efficacy and complaining at First Media in Surabaya

The sample in this study were 170 respondents to the sampling method using a non-probability sampling that is purposive sampling. The sample in this study is the First Media customers who have experienced service failure and were in the area of Surabaya. Researchers get respondents via online questionnaires which researchers spread through social media such as line, facebook, kaskus, and twitter to conduct screening in advance to obtain the respondents who meet the characteristics required and after that the researchers discussed the results of the data processing. This study uses partial least square (PLS) technique using smartPLS application. The results of this study showed that emotional intelligence significantly influence on customer self-efficacy and self efficacy significantly influence on complaining at First Media in Surabaya. But in this study stated that the coping variables do not moderate between self-efficacy and complaining because the results were not significant.

Keywords: emotional intelligence, self-efficacy, coping, complaining