

ANALISIS PEMBENTUKAN DISONANSI KOGNITIF KONSUMEN PEMILIK MOBIL TOYOTA YARIS

Oleh
ANDRESTIAWAN

Abstract

This study attempts to look at the formation of Cognitive Dissonance consumers when they decide to buy a Toyota Yaris, Cognitive Dissonance has three dimensions, namely, *emotional*, *wisdom of purchase*, *concern over the deal*. *Emotional* terms of despair, regret, disappointment with self, fear, emptiness, anger, anxiety or worry, have made something wrong, annoyed or irritated, frustrated, hurt, depressed, angry with myself, disgusted and got into trouble. *Wisdom of Purchase* in terms of the dire need of a Toyota Yaris, need to buy a Yaris, has made the right choice, has done the right thing to buy a Toyota Yaris while *Concern over the deal* do not feel you've done a folly. Using factor analysis results of the research led to three major factors, namely forming dissonance: the right choice, as needed, appropriate approvals.

Keywords: *Emotional, Wisdom of Purchase, Concern Over the Deal.*

ANALISIS PEMBENTUKAN DISONANSI KOGNITIF KONSUMEN PEMILIK MOBIL TOYOTA YARIS

Oleh
ANDRESTIAWAN

Abstract

Penelitian ini mencoba untuk melihat pembentukan Disonansi Kognitif konsumen pada saat mereka memutuskan untuk membeli mobil Toyota Yaris, Disonansi Kognitif memiliki tiga dimensi yaitu, *emotional*, *wisdom of purchase*, *concern over the deal*. *Emotional* ditinjau dari putus asa, menyesal, kecewa dengan diri sendiri, takut, hampa, marah, cemas atau khawatir, telah membuat sesuatu yang salah, kesal atau jengkel, frustrasi, sakit hati, depresi, marah dengan diri sendiri, muak dan mendapat masalah. *Wisdom of Purchase* ditinjau dari sangat membutuhkan mobil Toyota Yaris, perlu membeli suatu Yaris, telah membuat pilihan yang tepat, telah melakukan hal yang tepat untuk membeli mobil Toyota Yaris sedangkan *Concern over the deal* ditinjau dari tidak merasa telah melakukan suatu ketololan. Menggunakan Analisa faktor hasil penelitian memunculkan 3 faktor utama pembentuk disonansi yaitu: pilihan tepat, sesuai dengan kebutuhan, persetujuan tepat.

Kata kunci: *Emotional, Wisdom of Purchase, Concern Over the Deal.*