



**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAKARTA**

**ANALISIS PEMBENTUKAN DISONANSI KOGNITIF
KONSUMEN PEMILIK MOBIL TOYOTA YARIS**



SKRIPSI

**ANDRESTIAWAN
205.111.011**

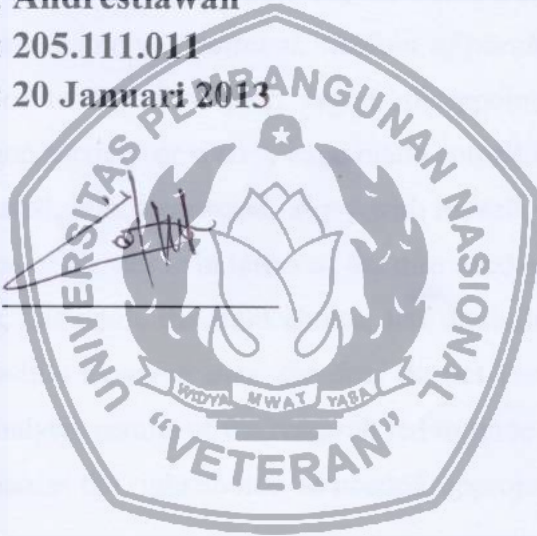
**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
2012**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : **Andrestiawan**
NIM : **205.111.011**
Tanggal : **20 Januari 2013**

Tanda Tangan :



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.*

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Andrestiwawan
NIM : 205.111.011
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

ANALISIS PEMBENTUKAN DISONANSI KOGNITIF KONSUMEN PEMILIK MOBIL TOYOTA YARIS

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi/PKL saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 20 Januari 2013

Yang menyatakan,



(Andrestiwawan)



**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAKARTA**

**ANALISIS PEMBENTUKAN DISONANSI KOGNITIF
KONSUMEN PEMILIK MOBIL TOYOTA YARIS**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

**ANDRESTIAWAN
205.111.011**

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
2012**

SKRIPSI

**ANALISIS PEMBENTUKAN DISONANSI KOGNITIF
KONSUMEN PEMILIK MOBIL TOYOTA YARIS**

Dipersiaptandandisusunoleh:

ANDRESTIAWAN

205.111.011

Telahdipertahankan di depan Tim Penguji
pada Tanggal : 10 Desember 2012
dandinyatakan memenuhisyaratuntukditerima



(Drs. Nobelson. MM)

Jakarta, 2013

Mengetahui,

Ketua Program S-1 Manajemen



(Drs. Nurmatias. MM)



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL " VETERAN " JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Sekretariat : JL. RS. Fatmawati Pondok Labu Jakarta Selatan 12450. Telp.7656971,7692856 Fax.7692856
 Homepage : <http://www.upnj.ac.id> Email : puskom.upnj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN KOMPREHENSIF (SKRIPSI)
 SEMESTER GENAP T.A. 2011/2012**

Hari ini Senin, tanggal 10 Desember 2012, telah dilaksanakan Ujian Komprehensif (Skripsi) bagi mahasiswa :

Nama : **Andrestiwawan**
 Nomor Pokok : 205.111.011
 Program : S - 1 MANAJEMEN (REGULER)

Dengan Judul Skripsi sebagai berikut :

“ ANALISIS PEMBENTUKAN DISONANSI KOGNITIF KONSUMEN PEMILIK MOBIL TOYOTA YARIS “.

Dinyatakan yang bersangkutan, Lulus / Tidak Lulus *)

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Diana Triwardhani, SE,MM	Ketua	
2.	Tati Handayani, SE,MM	Anggota I	
3.	Drs. Nobelson, MM	Anggota II **)	

Jakarta, 10 Desember 2012
 Mengesahkan
 A.n. DEKAN

Kaprog S-1 Manajemen



Drs. Nurmatias, MM

Catatan :

*) Coret yang tidak pelu

**) Dosen Pembimbing

PERSEMBAHAN

Penelitian ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak, peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak yang telah membantu memberikan dorongan baik secara langsung maupun tidak langsung :

1. Koesnadi Kardi, M.Sc, RCDS selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
2. DR. Erna Hernawati, AK,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
3. Drs. Nurmatias, MM, selaku Kepala Program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta..
4. Drs Nobelson,MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan serta saran yang sangat berharga bagi peneliti selama melakukan penelitian.
5. Diana Tri Wardhani, SE, MM selaku ketua dosen penguji penelitian ini.
6. Drs. Medri Daran, MM selaku dosen penguji penelitian ini.
7. Segenap Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada peneliti selama masa perkuliahan.
8. Bapak dan Ibu perpustakaan baik perpustakaan ekonomi dan perpustakaan umum yang telah membantu dalam pengumpulan pustakawan penelitian.
9. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan staff fakultas ekonomi universitas pembangunan nasional “veteran” Jakarta.
10. Kedua Orang Tua tercinta, dan keluarga terimakasih atas doa, kasih sayang, dukungan moril dan materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Terimakasih untuk sahabatku Ardian Pratama, dan teman-temanku Fiev arrahman, rayung, gemblonk, adityo yang membantu dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman angkatan S1 Manajemen 2005 dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari di dalam penelitian ini masih terdapat kekurangan, oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak yang bersifat membangun dan menyempurnakan penelitian ini.



PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas nikmat, rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.

Penelitian ini berjudul “**ANALISIS PEMBENTUKAN DISONANSI KOGNITIF KONSUMEN PEMILIK MOBIL TOYOTA YARIS**” Tujuan penelitian merupakan salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Penelitian ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada ayah, ibu, serta keluarga yang telah membantu memberikan dorongan baik secara langsung maupun tidak langsung. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada sahabat-sahabat yang membantu dalam penulisan usulan penelitian ini.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat.

Jakarta, November 2012

Andrestiawan



RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Jakarta pada tanggal 22 September 1984 dari Bapak Asnawir Sutan dan Ibu Siti Ningtias Suci. Penulis merupakan putra kedua dari empat bersaudara. Pada tahun 2003 penulis lulus dari SMK BUDHI WARMAN II dan pada tahun 2005 penulis melanjutkan studinya di bidang Ekonomi, dengan memilih Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, dan memilih program studi S-1 manajemen. Selama mengikuti perkuliahan, penulis aktif dalam organisasi perkuliahan. Diantaranya menjadi anggota di Himpunan Mahasiswa Jurusan S-1 Manajemen tahun ajaran 2005-2009.



DAFTAR ISI

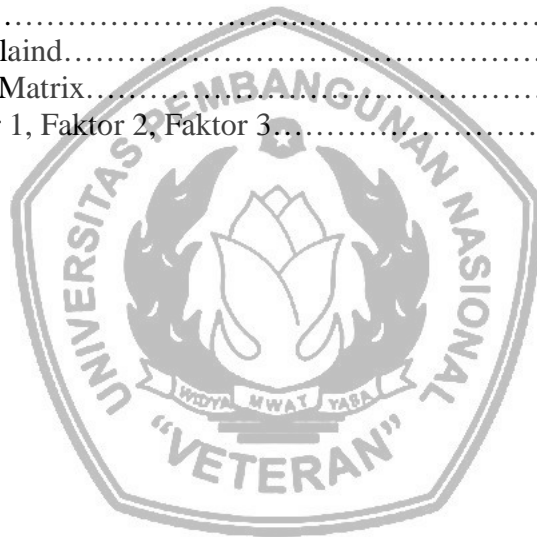
Halaman Sampul.....	i
Pernyataan Orisinalitas.....	ii
Abstrak.....	iii
Pernyataan Persetujuan Publikasi.....	v
Halaman Judul	vi
Pengesahan.....	vii
Berita Acara Komprehensif.....	viii
Persembahan.....	ix
Prakata.....	x
Riwayat Hidup.....	xii
Daftar Isi.....	xiii
Daftar Tabel.....	xv
Daftar Lampiran.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Perumusan Penelitian.....	3
I.3 Tujuan Penelitian.....	3
I.4 Manfaat Penelitian.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
II.1 Penelitian Terdahulu.....	4
II.2 Landasan Teori.....	5
II.2.1 Definisi dan Pengertian Pemasaran.....	5
II.2.2 Pengertian Produk.....	7
II.2.3 Atribut Produk.....	8
II.2.4 Pengembangan Produk.....	9
II.2.5 Diferensiasi Produk.....	10
II.2.6 Perilaku Konsumen.....	11
II.2.6.1 Buying Behaviour.....	15
II.2.6.2 Pengambilan Keputusan Pembelian.....	16
II.2.7 Disonansi Kognitif.....	18
II.2.7.1 Dimensi Disonansi Kognitif.....	24
II.2.7.2 Postpurchase Dissonance.....	23
II.3 Kerangka Pemikiran.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	
III.1 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel.....	26
III.1.1 Definisi Operasional.....	27
III.1.2 Pengukuran Variabel.....	27
III.2 Teknik Penentuan Sampel.....	27
III.3 Teknik Pengumpulan Data.....	27

III .4	Uji Kualitas Data dan Teknik Analisis Data.....	29
III.4.1	Uji Kualitas Data.....	29
III.4.2	Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
IV .1	Deskripsi Objek Penelitian.....	33
IV .1.1	Profil Singkat Perusahaan.....	33
IV .1.2	Profil Perusahaan.....	34
IV .1.3	VISI dan MISI.....	36
IV .1.4	Struktur Organisasi.....	37
IV .2	Pembahasan dan Hasil Perhitungan.....	37
IV .2.1	Uji Validitas dan Reabilitas Kuisisioner.....	37
IV .2.2	Pembahasan Hasil Penghitungan.....	40
IV .2.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	52
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
V .1	Kesimpulan.....	54
V .2	Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA.....		56
LAMPIRAN		



DAFTAR TABEL

III.1	Operasional Variable Penelitian.....	25
III.2	Pengukuran skala likert.....	27
III.3	Kisi-kisi Instrumen.....	27
III.4	Tingkat Realibilitas berdasarkan nilai Alpha.....	30
IV.1	Case Processing Summary.....	37
IV.2	Reability.....	37
IV.3	Validitas Pertanyaan.....	38
IV.4	Jenis Kelamin Responden.....	39
IV.5	KMO and Barlett's test.....	39
IV.6	Anti- Image Matrices.....	40
IV.7	KMO and Barlett's test.....	41
IV.8	Anti- Image Matrices.....	42
IV.9	KMO and Barlett's test.....	43
IV.10	Anti- Image Matrices.....	44
IV.11	Communities.....	45
IV.12	Total Variance Explained.....	47
IV.13	Rotate Component Matrix.....	49
IV.14	Menentukan Faktor 1, Faktor 2, Faktor 3.....	51



DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 Case Processing Summary
- LAMPIRAN 2 Reliability Statistics
- LAMPIRAN 3 Item Statistics
- LAMPIRAN 4 Scale Statistics
- LAMPIRAN 5 KMO and Bartlett's Test
- LAMPIRAN 6 Total Variance Explained
- LAMPIRAN 7 Component Matrix^a
- LAMPIRAN 8 Communalities
- LAMPIRAN 9 Scree Plot
- LAMPIRAN 10 Rotated Component Matrix^a
- LAMPIRAN 11 Component Transformation Matrix
- LAMPIRAN 12 Persetujuan Judul Skripsi
- LAMPIRAN 13 Kartu Monitor
- LAMPIRAN 14 Surat Riset

