

**SKRIPSI**

**ANALISIS PEMBENTUKAN DISONANSI KOGNITIF KONSUMEN  
PEMILIK MOTOR YAMAHA MIO  
DI KOTA YOGYAKARTA**

***ANALYSE THE COGNITIVE DISSONANCE FORMING CONSUMER  
OF YAMAHA MIO OWNER  
AT KOTA YOGYAKARTA***



**Disusun Oleh**

**WANDA LEO SALATHIN  
20020410080**

**FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2009**

**SKRIPSI**

**ANALISIS PEMBENTUKAN DISONANSI KOGNITIF KONSUMEN  
PEMILIK MOTOR YAMAHA MIO  
DI KOTA YOGYAKARTA**

***ANALYSE THE COGNITIVE DISSONANCE FORMING CONSUMER  
OF YAMAHA MIO OWNER  
AT KOTA YOGYAKARTA***

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

**Disusun Oleh**

**WANDA LEO SALATHIN  
20020410080**

**FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2009**

SKRIPSI

ANALISIS PEMBENTUKAN DISONANSI KOGNITIF KONSUMEN  
PEMILIK MOTOR YAMAHA MIO  
DI KOTA YOGYAKARTA

*ANALYSE THE COGNITIVE DISSONANCE FORMING CONSUMER  
OF YAMAHA MIO OWNER  
AT KOTA YOGYAKARTA*



Diajukan Oleh

WANDA LEO SALATHIN

20020410080

Telah Disetujui Oleh  
Dosen Pembimbing

Sutrisno Wibowo, SE, M.Si  
NIK : 143 030

Tanggal : 4 Mei 2009

SKRIPSI

ANALISIS PEMBENTUKAN DISONANSI KOGNITIF KONSUMEN  
PEMILIK MOTOR YAMAHA MIO  
DI KOTA YOGYAKARTA

*ANALYSE THE COGNITIVE DISSONANCE FORMING CONSUMER  
OF YAMAHA MIO OWNER  
AT KOTA YOGYAKARTA*


Diajukan Oleh


WANDA LEO SALATHIN

20020410080

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan didepan  
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Tanggal 23 Mei 2009

Yang terdiri dari

  
Dra. Hasnah Rimiati., M.Si  
Ketua Tim Penguji

  
Drs. Asnawi Asdinardju., M.Si  
Anggota Tim Penguji

  
Sutrisno Wibowo, SE, M.Si  
Anggota Tim Penguji

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Misbahul Anwar, SE, M.Si  
NIK : 143 014

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Wanda Leo Salathin

Nomor Mahasiswa : 20020410080

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : **“ANALISIS PEMBENTUKAN  
DISONANSI KOGNITIF KONSUMEN PEMILIK MOTOR YAMAHA  
MIO DI KOTA YOGYAKARTA”**.

Tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 4 Mei 2009

Wanda Leo Salathin

## HALAMAN MOTTO

- ❖ *Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri (Q.S. Ar Ra'du" : 11).*
- ❖ *Tidak ada yang tidak mungkin ; selalu ada jalan kemanapun, dan jika kita memiliki keinginan berarti kita memiliki kekayaan, hampir tidak ada alasan untuk mengatakan sesuatu itu mustahil. (Penulis).*
- ❖ *Barang siapa menempuh jalan untuk menuntut ilmu, maka Allah akan memudahkan bagi orang itu karena ilmu tersebut menuju ke surga (H.R. Muslim).*
- ❖ *Berfikir positif, optimis, penuh gairah dalam meraih sesuatu (Penulis).*
- ❖ *Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain. (Al Insyirah : 6-7).*
- ❖ *Dan bertaqwalah kepada Allah yang telah mengaunugrahkan kepadamu apa yang kamu ketahui (Q.S. Asy Syu"raa : 132).*
- ❖ *" Hidup tidak boleh sederhana. Hidup itu harus kuat, luas dan bermanfaat. Yang sederhana itu sikapnya ".  
"Keberhasilan tidak ada dalam rencana, melainkan dalam tindakan" (Mario Teguh).*



## PERSEMBAHAN

- ❖ *Papaku (Darul Qutni) yang selalu menjadi idolaku dan Mamaku (Herawati) yang sebentar lagi menjadi sarjana adalah sumber inspiratorku. Mereka yang selalu memberikan doa serta kasih sayang yang tak berujung dan tidak menekan anaknya sehingga aku bisa dengan leluasa menuangkan ide-ide dalam skripsi ini.*
- ❖ *Kakak perempuanku (Eka Yunda) mudah-mudahan cepat dapat jodoh yang baik, adik laki-lakiku (Kharis Roy Adha) jangan berlama-lama seperti kakakmu ini kalau bisa lulus secepatnya.*
- ❖ *Teman-teman seperjuangan dalam skripsi Zaki "Jek" Ganiem (akhirnya lulus juga brurrrr), Imam "Syefa" Syafarudin dan Supriyatno (sory guys aku tidak bisa wisuda bersama-sama kalian), serta temanku sayang temanku malang Faisal Muzaki (Kamu harus jadi sarjana juga Sal, dan aku doakan semoga sukses untuk band mu).*
- ❖ *Untuk teman-teman kos 580 semoga sukses dengan tujuan dan pilihan hidup masing-masing.*
- ❖ *Almamaterku.*



## INTISARI

Penelitian ini mencoba untuk melihat pembentukan Disonansi Kognitif konsumen pada saat mereka memutuskan untuk membeli motor Yamaha Mio, Disonansi kognitif memiliki tiga dimensi yaitu, *merasa sakit hati dan frustrasi, menyesal dan kecewa, kesal dan jengkel, marah, putus asa, takut dan hampa, cemas* atau khawatir. *Wisdom of Purchase* ditinjau dari *membutuhkan motor merek Yamaha Mio, perlu membeli motor merek Yamaha Mio, telah membuat pilihan yang tepat*. Sedangkan *Concern over the deal* ditinjau dari *melakukan kesalahan dengan persetujuan yang sudah dibuat, melakukan ketololan, tenaga penjual sudah membuat bingung*. Menggunakan Analisa faktor hasil penelitian memunculkan 3 faktor utama pembentuk disonansi yaitu: pilihan tepat, keputusan tepat, persetujuan tepat.

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



## **ABSTRAC**

*The main objective of this research is to clarify factors to develop customer cognitive dissonance when bought a Yamaha Mio. Cognitive dissonance has 3 dimensions: Emotional, Wisdom of Purchase, Concern Over the Deal. Emotional observed by the factors of: Desperate, Regret, Disappointed, Empty, Angry, Anxious, Make a mistake, Upset, Frustration, Furious, Depressions, Angry to himself, Disgusted and get a problem. Wisdom of purchase observed by factors of: Need Yamaha Mio, Right to by Yamaha Mio, Make a right choice, To do right to buy Yamaha Mio. Concern Over the Deal observed by factors of: To do with a foolish, Salesman not make confuse and comfort with their agreement. With Factor Analysis this research gets a three new factor: Right Chooses, Right Decision, Right Agreement.*

**Key word:** *Emotional, Wisdom of Purchase, Concern Over the Deal*

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, dan Nabi besar Muhammad SAW sebagai penuntun hidupku, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS PEMBENTUKAN DISONANSI KOGNITIF KONSUMEN PEMILIK MOTOR YAMAHA MIO DI KOTA YOGYAKARTA”**.

Skripsi ini disusun, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, maka segala macam hambatan dan kesulitan dapat teratasi. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Misbahul Anwar, SE., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan masa studi.
2. Ibu Sri Handari, SE., M.Si., selaku Kepala Program Studi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Rita Kusumawati, SE., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik, terimakasih atas bimbingannya dan sebagai wali kelas B angkatan 2002.
4. Bapak Sutrisno Wibowo, SE, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak membantu mencurahkan tenaga dan pikiran untuk memberikan

bimbingan, pengarahan, saran-saran dan berbagai kemudahan yang bermanfaat bagi penulis.

5. Papa dan Mama serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepadaku hingga dapat menyelesaikan studi.
6. Teman-temanku dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, terimakasih atas segala bantuannya.

Semoga Allah SWT berkenan untuk membalas amal kebaikan tersebut dengan pahala yang berlipat ganda. Hanya kepada Allah jua kita memohon keridhoan, hanya kepada Allah jua kita berserah diri, tiada daya dan kekuatan kecuali dengan pertolongan Allah yang Maha Bijaksana lagi Maha Perkasa. Amien.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi yang membacanya dan semua pihak yang membutuhkannya. Amien.

*Wassalammu'alikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 4 Mei 2009

Wanda Leo Salathin

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRAC .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah .....	3
C. Rumusan Masalah.....	3
D. Tujuan Penelitian .....	3
E. Manfaat Penelitian .....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	5
A. Landasan Teori .....	5
1. Produk. ....	5

2. Perilaku Pembelian ( <i>Buying Behavior</i> ).....	11
3. <i>Cognitive Dissonance</i> .....	17
4. Dimensi <i>Cognitive Dissonance</i> .....	19
5. <i>Postpurchase Dissonance</i> .....	19
6. Hasil Penelitian Terdahulu. ....	20
B. Kerangka Pemikiran.....	21
BAB III METODE PENELITIAN .....	22
A. Subyek Penelitian .....	22
B. Teknik Pengambilan Sampel.....	22
C. Jenis Data .....	23
D. Teknik Pengumpulan Data.....	23
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	24
F. Uji Kualitas Instrumen Penelitian.....	25
1. Validitas.....	26
2. Reliabilitas.....	27
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data .....	28
1. Analisa Deskriptif.....	28
2. Analisa Faktor.....	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	35
A. Karakteristik Responden .....	35
B. Analisis Kualitas Instrumen.....	37
1. Uji Validitas .....	37
2. Uji Reliabilitas .....	38

C. Analisis Faktor.....	38
1. <i>KMO and Bartlett's test</i> .....	39
2. <i>Total variance explained</i> .....	40
3. <i>Rotated component matrix</i> .....	40
4. <i>Interpretasi Common factor</i> .....	41
D. Pembahasan.....	45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	46
A. Kesimpulan.....	46
B. Saran .....	46
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4.2.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	36
Tabel 4.3.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	36
Tabel 4.4.	Hasil Uji Validitas.....	37
Tabel 4.5.	Hasil Uji Reliabilitas.....	38
Tabel 4.6.	<i>KMO and Bartlett's Test</i> .....	39
Tabel 4.7.	<i>Total Variance Explained</i> .....	40
Tabel 4.8.	Pengelompokan Variabel Kedalam Faktor dan Nilai Faktor Loading Dari Variabel.....	41
Tabel 4.9.	<i>Interpretasi Common Factor</i> .....	44

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Perilaku Konsumen.....	12
Gambar 2.2. Pengambilan Keputusan Konsumen .....	17
Gambar 3.1. Model Analisis Faktor.....	29