

**ANALISIS DISONANSI KOGNITIF MASYARAKAT DUSUN  
CIJORONG DALAM MEMILIH MENGGUNAKAN OPERATOR  
TELEPON SELULER INDOSAT OOREDOO**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1  
Program Studi Teknik Industri - Fakultas Teknologi Industri  
Universitas Islam Indonesia**



Nama : Chandra Aditia Nuralamsah  
No. Mahasiswa : 19522277

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA  
2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya mengakui bahwa tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali kutipan dan ringkasan yang seluruhnya sudah saya jelaskan sumbernya. Jika dikemudian hari ternyata terbukti pengakuan saya ini tidak benar dan melanggar peraturan yang sah maka saya bersedia ijazah yang telah saya terima ditarik kembali oleh Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 8 November 2023



(Chandra Aditia Nuralansah)

19522277

## SURAT BUKTI PENELITIAN



FAKULTAS  
TEKNOLOGI INDUSTRI

Gedung KH. Mas Mansur  
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia  
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584  
T. (0274) 898444 ext. 4110, 4100  
F. (0274) 895007  
E. [fti@uii.ac.id](mailto:fti@uii.ac.id)  
W. [fti.uui.ac.id](http://fti.uui.ac.id)

Nomor : 13/Ka.Lab DSK&E/70/Lab. DSK&E/XI/2023

Hal : Surat Keterangan Penelitian

***Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh***

Kami yang bertanda tangan di bawah ini Kepala Laboratorium Desain Sistem Kerja dan Ergonomi (DSK&E), Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Indonesia, dengan ini ingin memberitahukan bahwa mahasiswa di bawah telah melakukan penelitian di Laboratorium DSK&E.

Nama Peneliti : Chandra Aditia Nuralamsah  
NIM : 19522277  
Program Studi : Teknik Industri-FTI-UUI  
Tempat Penelitian : Dusun Cijorong, Bojongsari, Jampang Kulon, Sukabumi, Jawa Barat, 43178  
Waktu Penelitian : Agustus-November 2023  
Judul Penelitian : Analisis Disonansi Kognitif Masyarakat Dusun Cijorong dalam Memilih Menggunakan Operator Seluler Indosat Ooredoo  
Dosen pembimbing : Atyanti Dyah Prabaswari, S.T., M.Sc.

Demikian surat keterangan ini kami buat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

***Wssalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh***

Yogyakarta 8 November 2023

Kepala Lab DSK&E,

Chancard Basumerda, S.T., M.Sc.

## LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

ANALISIS DISONANSI KOGNITIF MASYARAKAT DUSUN CIJORONG  
DALAM MEMILIH MENGGUNAKAN OPERATOR TELEPON SELULER  
INDOSAT OOREDOO



Disusun Oleh :

Nama : Chandra Aditia Nuralamsah

No. Mahasiswa : 19522277

Yogyakarta, 08 November 2023

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Atyanti Dyah Prabaswari'.

(Atyanti Dyah Prabaswari, S.T., M.Sc.)

## LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

ANALISIS DISONANSI KOGNITIF MASYARAKAT DUSUN CIJORONG  
DALAM MEMILIH MENGGUNAKAN OPERATOR TELEPON SELULER  
INDOSAT OOREDOO

### TUGAS AKHIR

Disusun Oleh :

Nama : Chandra Aditia Nuralamsah

No. Mahasiswa : 19 522 277

Telah dipertahankan di depan sidang penguji sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta, 21 - November - 2023

#### Tim Penguji

Atyanti Dyah Prabaswari, S.T., M.Sc.

Ketua

Yuli Agusti Rochman, S.T., M.Eng.

Anggota I

Annisa Uswatun K., S.T., M.B.A., M.Sc.

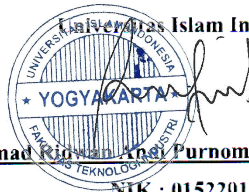
Anggota II

Mengetahui,

Ketua Program Studi Teknik Industri Program Sarjana

Fakultas Teknologi Industri

Universitas Islam Indonesia



Ir. Muhammad Ridwan Anis Purnomo, S.T., M.Sc., Ph.D., IPM

NTK : 015220101

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Dengan mengucapkan Alhamdulillah rabbil alamin dan penuh rasa Syukur kepada Allah SWT, yang senantiasa selalu melimpahkan rahmat, kesempatan serta petunjuk-Nya kepada seluruh umat-Nya*

*Dengan ini secara bangga saya persembahkan hasil penelitian tugas akhir ini,*

*Kepada diri saya sendiri Chandra Aditia Nuralamsah yang mampu untuk bertahan serta menyelesaikan rintangan-rintangan yang menghadang selama masa perkuliahan hingga akhir.*

*Kepada keluarga terkasih yaitu ibu, ayah, adik, kakek, nenek, saudara, dan keluarga besar atas dukungan penuh, cinta yang tak terbatas, serta doa yang tak henti dipanjatkan selama menempuh jalannya masa perkuliahan.*

*Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan serta inspirasi kepada saya.*

*Jazakumullah Khairan Katsiron.*

**MOTTO**

"Barang siapa bertawakal kepada Allah, niscaya Allah akan mencukupkan keperluanya.  
Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan-Nya, sungguh, Allah telah mengadakan  
ketentuan bagi setiap sesuatu."

QS. At-Talaq [65:2-3]

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Seraya mengucapkan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, serta shalawat dan salam yang semoga akan terus tercurah limpahkan kepada Nabiullah Muhammad SAW. Sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan mengedepankan judul **“ANALISIS DISONANSI KOGNITIF MASYARAKAT DUSUN CIJORONG DALAM MEMILIH MENGGUNAKAN OPERATOR SELULER INDOSAT OORED00”**.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini, kemungkinan tidak akan terealisasi tanpa adanya bantuan, saran, dukungan dan dorongan dari pihak - pihak yang penting bagi penulis. Dengan demikian, penulis ingin haturkan segenap rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Hari Purnomo, M.T., IPU selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Drs. Imam Djati Widodo, M.Eng.Sc. selaku Ketua Jurusan Teknik Industri, Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Ir. Muhammad Ridwan Andi Purnomo, S.T., M.Sc., Ph.D., IPM. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Program Sarjana Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia.
4. Ibu Atyanti Dyah Prabaswari, S.T., M.Sc. Selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah memberikan motivasi, ilmu, arahan yang mendorong penulis untuk menjadi lebih baik, serta dapat meluangkan waktu disela sela kesibukannya agar dapat memberikan bimbingan kepada penulis.
5. Bapak Budi Firmansyah S.IP. dan Ibu Yastini S.Pd. selaku orang tua, serta Shandra Diyas Agistin selaku adik penulis yang tiada henti selalu memberikan doa, bimbingan dan motivasi kepada penulis.
6. Keluarga besar Bapak Sapari dan Ibu Satiyem selaku kakek dan nenek yang selalu mendukung dan memberi masukan kepada penulis.
7. Keluarga besar Bapak Suharno SP.MP dan Ibu Ratmi Prambanan Yogyakarta yang selalu memberi dukungan baik moril maupun materil kepada penulis.
8. Masyarakat Dusun Cijorong yang telah meluangkan waktunya untuk menjadi responden dalam penelitian ini.
9. Teman sejawat saya rekan-rekan mahasiswa/i Teknik Industri Angkatan 2019.



10. Dan seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan oleh penulis satu per satu.

Penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam menyelesaikan laporan ini. Semoga segala kebaikan yang diberikan menjadi amal yang mendapat balasan berlipat ganda dari Allah SWT, Aamiin.

Penulis sadar bahwa laporan tugas akhir ini masih memiliki ruang untuk perbaikan. Oleh karena itu, penulis mengundang kritik, saran, dan masukan yang konstruktif untuk perbaikan di masa depan. Akhir kata, semoga laporan tugas akhir ini dapat digunakan sebagaimana mestinya dan memberikan manfaat bagi penulis serta pihak-pihak yang terlibat.

Yogyakarta, 8 November 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Chandra Aditia Nuralamsah', with a horizontal line underneath.

Chandra Aditia Nuralamsah  
(19522277)

## ABSTRAK

Indosat Ooredoo Hutchison (IOH) merupakan perusahaan telekomunikasi digital dan internet dengan memiliki visi dan misi menjadikan Indosat ooredoo sebagai telekomunikasi terfavorit didunia dengan jaringan menyeluruh hingga ke pelosok agar dapat menghubungkan masyarakat Indonesia. Pada awal tahun 2021, Indosat Ooredoo melakukan pemasangan antena sektoral 3 sektor pada *tower base transceiver station* (BTS) di Dusun Cijorong dengan tujuan untuk menambah pancaran dan menerima sinyal lebih baik daripada sebelumnya. Hal tersebut dilakukan karena pada tahun 2020 tepatnya di bulan maret Indonesia dihadapkan dengan kasus covid-19 yang mengakibatkan perubahan *Signifikan* terhadap kegiatan sehari-hari yang dilakukan oleh masyarakat, salah satunya ialah di dunia pendidikan dan pekerjaan dimana para pelajar/mahasiswa beserta gurunya dituntut untuk melakukan belajar mengajar secara daring dan para pekerja dituntut untuk melakukan aktivitas pekerjaannya di rumah masing masing (*work from home*) secara daring. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat faktor disonansi kognitif yang mempengaruhi masyarakat Dusun Cijorong dalam menggunakan operator telepon seluler Indosat Ooredoo serta untuk mengetahui faktor apa sajakah yang mengakibatkan terjadinya disonansi kognitif terhadap masyarakat Dusun Cijorong dalam menggunakan operator telepon seluler Indosat Ooredoo. Pembentukan disonansi kognitif diukur menggunakan 3 variabel yaitu dimensi *emotional*, *wisdom of purchase*, dan *concern over deal* dengan menggunakan analisis faktor. Serta dilakukan uji validitas dan reliabilitas data yang sudah dihimpun dari kuesioner disonansi kognitif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang paling berpengaruh untuk masing masing faktor meliputi tidak merasa kesal pada faktor *emotional*, untuk faktor *wisdom of purchase* masyarakat sangat merasa membutuhkan operator seluler Indosat Ooredoo, serta pada faktor *concern over deal* masyarakat berpendapat bahwa tidak tertipu, tidak merasa melakukan kebodohan, dan tidak merasa mengalami kebingungan saat memilih menggunakan Operator Seluler Indosat Ooredoo.

**Kata Kunci:** Indosat Ooredoo, Disonansi Kognitif, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Faktor

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
SURAT BUKTI PENELITIAN .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
MOTTO .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Batasan Penelitian .....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	7
2.1 Kajian Literatur .....	7
2.1.1 Disonansi Kognitif .....	7
2.1.2 Operator Seluler .....	8
2.1.3 Analisis Deskriptif .....	9
2.1.4 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	9
2.1.5 Pilot study.....	11
2.1.6 Analisis faktor .....	12
2.2 Landasan Teori.....	20
2.2.1 Ergonomi.....	20
2.2.2 Ergonomi Kognitif .....	20
2.2.3 Masyarakat .....	21
2.2.4 Operator Seluler .....	21
2.2.5 Disonansi Kognitif .....	21
2.2.6 Dimensi Disonansi Kognitif.....	22
2.2.7 Analisis Deskriptif .....	23

2.2.8	Pilot study.....	24
2.2.9	Analisis Faktor .....	24
2.2.10	Uji Statistik.....	25
BAB III METODE PENELITIAN .....		28
3.1	Lokasi Penelitian.....	28
3.2	Subjek Penelitian.....	28
3.3	Objek Penelitian .....	28
3.4	Populasi dan Sampel .....	28
3.5	Sumber Data.....	28
3.6	Metode Pengumpulan Data .....	29
3.7	Instrumen Penelitian.....	30
3.8	Metode Pengolahan Data .....	30
3.8.1	Analisis Deskriptif .....	30
3.8.2	Uji Validitas .....	30
3.8.3	Uji Reliabilitas .....	30
3.8.4	Uji <i>Pilot study</i> .....	31
3.8.5	Analisis Faktor .....	31
3.9	Alur Penelitian .....	31
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....		35
4.1.	<i>Pilot Study</i> .....	35
4.1.1	Melakukan <i>Pilot Study</i> .....	36
4.1.2	Hasil <i>Pilot Study</i> .....	37
4.2.	<i>Sampling</i> Data .....	38
4.3.	Karakteristik Responden .....	38
4.3.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	38
4.3.2	Karakteristik Berdasarkan Usia.....	39
4.3.3	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	39
4.3.4	Karakteristik Berdasarkan Alasan Memilih Menggunakan Indosat Ooredoo .....	40
4.4.	Kuesioner Disonansi Kognitif.....	40
4.4.1	Dimensi <i>Emotional</i> .....	40
4.4.2	Dimensi <i>Wisdom of Purchase</i> .....	41
4.4.3	Dimensi <i>Concern over deal</i> .....	42
4.5.	Uji Validitas dan uji Reliabilitas .....	42
4.5.1	Uji Validitas .....	42
4.5.2	Uji reliabilitas.....	44

4.6.	Analisis Faktor .....	44
4.6.1	Dimensi <i>Emotional</i> .....	45
4.6.2	Dimensi <i>Wisdom of Purchase</i> .....	52
4.6.3	Dimensi <i>Concern Over Deal</i> .....	56
BAB V	PEMBAHASAN .....	61
5.1	Analisis Karakteristik Responden .....	61
5.2	Analisis Uji <i>Pilot Study</i> .....	61
5.3	Analisis Kuesioner Disonansi Kognitif.....	62
5.2.1	Dimensi <i>Emotional</i> .....	62
5.2.2	Dimensi <i>Wisdom of Purchase</i> .....	64
5.2.3	Dimensi <i>Concern over deal</i> .....	65
5.4	Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas .....	66
5.5	Analisis Faktor .....	67
5.5.1	Dimensi <i>Emotional</i> .....	67
5.5.2	Dimensi <i>Wisdom of Purchase</i> .....	69
5.5.3	Dimensi <i>Concern over deal</i> .....	71
5.6	Kesimpulan Berdasarkan dari Hasil Penelelitian .....	73
5.6.1	Dimensi Pertanyaan .....	73
5.6.2	Hasil Analisis Faktor Pertanyaan .....	74
5.6.3	Usulan Berdasarkan Hasil Penelitian .....	75
5.7	Rekomendasi Secara Keseluruhan .....	76
BAB VI	PENUTUP .....	78
6.1	Kesimpulan .....	78
6.2	Saran.....	79
DAFTAR	PUSTAKA .....	80
LAMPIRAN	.....	A-1

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kajian Literatur.....	14
Tabel 2.2 Dimensi Kuesioner Disonansi Kognitif.....	22
Tabel 4.1 Instrumen Pertanyaan <i>Pilot Study</i> .....	35
Tabel 4.2 Rekapitulasi Hasil Uji <i>Pilot Study</i> .....	36
Tabel 4.3 Hasil Kuesioner <i>Pilot Study</i> .....	38
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	39
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	39
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Memilih Menggunakan Operator Seluler Indosat Ooredoo .....	40
Tabel 4.8 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>Emotional</i> .....	40
Tabel 4.9 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>wisdom of Purchase</i> .....	41
Tabel 4.10 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Dimensi <i>Concern over deal</i> .....	42
Tabel 4.11 Hasil Rekapitulasi Uji Validitas .....	43
Tabel 4.12 Hasil Rekapitulasi Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>KMO and Bartlett's Test</i> Dimensi <i>Emotional</i> .....	45
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Anti-image Matrices</i> Dimensi <i>Emotional</i> .....	46
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Communalities</i> Dimensi <i>Emotional</i> .....	49
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Total Variance Explained</i> Dimensi <i>Emotional</i> .....	50
Tabel 4.17 Hasil Uji <i>Component Matrix</i> Dimensi <i>Emotional</i> .....	51
Tabel 4.18 Hasil Uji <i>KMO and Bartlett's Test</i> Dimensi <i>Wisdom of Purchase</i> .....	52
Tabel 4.19 Hasil Uji <i>Anti-image Matrices</i> Dimensi <i>Wisdom of Purchase</i> .....	53
Tabel 4.20 Hasil Uji <i>Communalities</i> dimensi <i>Wisdom of Purchase</i> .....	54
Tabel 4.21 <i>Total Variance Explained</i> dimensi <i>Wisdom of Purchase</i> .....	55
Tabel 4.22 Hasil Uji <i>Component Matrix</i> dimensi <i>Wisdom of Purchase</i> .....	56
Tabel 4.23 Hasil Uji <i>KMO and Bartlett's Test</i> dimensi <i>Concern Over Deal</i> .....	57
Tabel 4.24 Hasil Uji <i>Anti-image Matrices</i> dimensi <i>Concern Over Deal</i> .....	57
Tabel 4.25 Hasil Uji <i>Communalities</i> dimensi <i>Concern Over Deal</i> .....	58
Tabel 4.26 <i>Total Variance Explained</i> dimensi <i>Concern Over Deal</i> .....	59

Tabel 4.27 Hasil Uji <i>Component Matrix</i> dimensi <i>Concern Over Deal</i> .....	60
---	----

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Metode Penggunaan Koneksi Internet di Indonesia .....	1
Gambar 1.2 Kenaikan Pengguna Operator Seluler di Indonesia .....	2
Gambar 3.1 Alur Penelitian .....	32



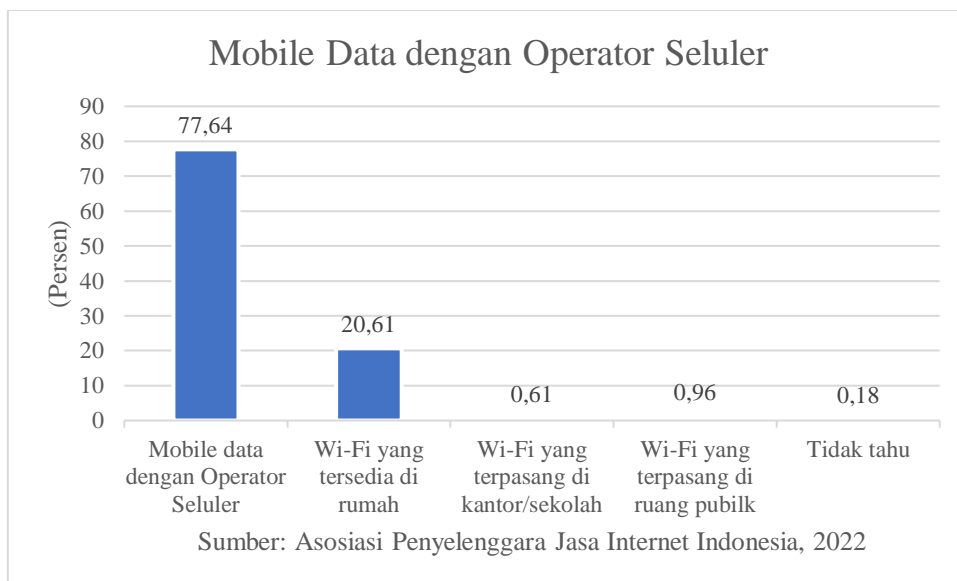
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi yang semakin berkembang pesat ini penggunaan internet sangat tidak dapat dipisahkan dari masyarakat. Penggunaan internet yang dilakukan baik dengan menggunakan akses internet rumahan (wi-fi) atau pula yang digunakan dengan menggunakan jaringan data internet yang diakses menggunakan operator seluler sangat menjadi hal yang sudah sangat biasa bagi kalangan masyarakat. Diantara pengaksesan internet yang ada, penggunaan operator seluler dalam mengakses internet menjadi hal yang paling tidak dapat dipisahkan dari masyarakat terkhusus di Indonesia (Saqdiyah & Patrikha, 2023).

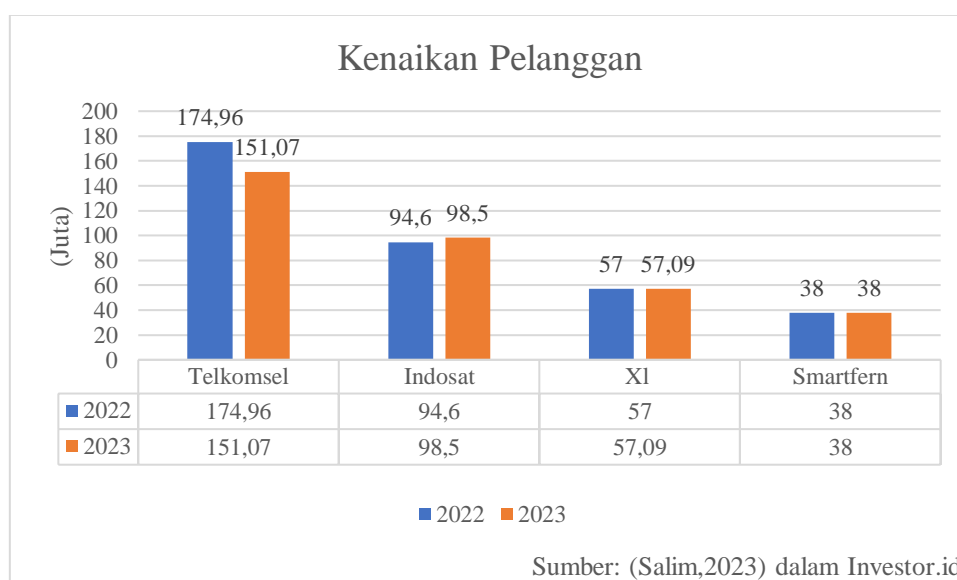
Operator seluler menjadi hal yang sudah sangat lumrah bagi masyarakat Indonesia. Dimana menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang melakukan survey di 34 provinsi di Indonesia, operator seluler menjadi peringkat pertama sebagai media pengakses internet di Indonesia dengan persentase sebanyak 77,64%. Hal tersebut jauh lebih tinggi mengungguli penggunaan wi-fi yang terpasang di rumah yaitu sebesar 20,61%. Sisanya, 0,61% menggunakan wi-fi kantor atau sekolah, 0,96% wi-fi yang tersedia di ruang publik, dan 0,81% sisanya tidak diketahui (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2022).



Gambar 1.1 Metode Penggunaan Koneksi Internet di Indonesia

Di Indonesia sendiri saat ini terdapat beberapa merek operator seluler yang beredar dan digunakan oleh masyarakat umum. Dihimpun dari (CNBCIndonesia, 2022) saat ini terdapat 4 operator yang mengudara dan banyak digunakan oleh masyarakat umum di Indonesia yaitu meliputi PT. Indosat Ooredoo Hutchison, PT. XL Axiata (XL), PT. Telekomunikasi Selular (Telkomsel), serta PT. Smartfren. Dengan demikian, karena adanya berbagai pilihan operator seluler di Indonesia setiap perusahaan operator seluler tersebut dituntut untuk menyajikan pelayanan dan perbaikan kualitas operator seluler yang mampu bersaing dengan operator seluler lainnya.

Jumlah total pelanggan layanan telekomunikasi seluler di Indonesia sendiri cenderung mengalami penurunan sebanyak 15,09 juta atau sekitar 4,18% pada kuartal pertama tahun 2023 (Salim, 2023). Jumlah pelanggan ini turun menjadi 345,47 juta dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya, yang mencapai 360,56 juta. Pada sisi operator (Salim, 2023) menyebutkan bahwa jumlah pelanggan Telkomsel yang merupakan bagian dari PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk, mengalami penurunan *Signifikan* sebesar 23,89 juta atau sekitar 13,65%. Jumlah pelanggan ini turun dari 174,96 juta pada kuartal pertama tahun 2022 menjadi 151,07 juta. Hal tersebut justru berbanding terbalik dengan operator seluler PT Indosat Tbk (Indosat Hutchison Ooredoo) yang mengalami penambahan sekitar 3,9 juta pelanggan atau sekitar 5,73%, sehingga jumlah pelanggan mereka menjadi 98,5 juta atau dengan peningkatan pelanggan terbanyak pada kuartal pertama tahun 2023.



Gambar 1.2 Kenaikan Pengguna Operator Seluler di Indonesia

Indosat Ooredoo Hutchison (IOH) sendiri merupakan perusahaan telekomunikasi digital dan internet dengan memiliki visi dan misi menjadikan Indosat ooredoo sebagai telekomunikasi terfavorit didunia dengan jaringan menyeluruh hingga ke pelosok agar dapat menghubungkan masyarakat Indonesia. Dengan menjadi operator dengan pertumbuhan pengguna terbaik, menuntut Indosat Ooredoo Hutchison (IOH) agar mampu menstabilkan pelayanan dan bahkan dapat menyajikan pelayanan terbaik agar dapat tetap mempertahankan pengguna serta tetap dapat bersaing. Sebagai upaya untuk menselaraskan dan mewujudkan visi dan misi tersebut Indosat Ooredoo Hutchison (IOH) melakukan pemasangan tower sinyal BTS untuk dapat menjangkau seluruh penjuru negeri. Salah satu dari sekian banyak *tower base transceiver station* (BTS) yang di didirikan oleh perusahaan Indosat Ooredoo Hutchison (IOH) ialah di Dusun Cijorong pada tahun 2019, yang mana *tower base transceiver station* (BTS) itu merupakan 1 dari 18.000 *tower base transceiver station* (BTS) yang ditargetkan untuk di didirikan oleh Indosat Ooredoo Hutchison (IOH) pada tahun 2019 (Kontan.co.id, 2019).

Pada awal tahun 2021, Indosat Ooredoo melakukan pemasangan antenna sektoral 3 sektor pada *tower base transceiver station* (BTS) di Dusun Cijorong dengan tujuan untuk menambah pancaran dan menerima sinyal lebih baik daripada sebelumnya. Penambahan pemasangan antenna sektoral 3 sektor pada *tower base transceiver station* (BTS) dilakukan Indosat dengan tujuan untuk melakukan bantuan dan perbaikiakan layanan sinyal yang lebih kuat terhadap pengguna operator seluler Indosat Ooredoo di Dusun Cijorong. Hal tersebut dilakukan karena pada tahun 2020 tepatnya di bulan maret Indonesia dihadapkan dengan kasus covid-19 yang mengakibatkan perubahan Signifikan terhadap kegiatan sehari-hari yang dilakukan oleh masyarakat, salah satunya ialah di dunia pendidikan dan pekerjaan dimana para pelajar/mahasiswa beserta gurunya dituntut untuk melakukan belajar mengajar secara daring dan para pekerja dituntut untuk melakukan aktivitas pekerjaanya di rumah masing masing (*work from home*) secara daring.

Berdasarkan survey terhadap RT 008 RW 006 Kampung Cijorong yang merupakan RT terbanyak menggunakan operator Indosat Ooredoo di Dusun Cijorong yaitu terhadap 20 responden yang telah menggunakan layanan Indosat Ooredoo lebih dari 2 tahun didapatkan bahwa (83,3%) pengguna operator seluler Indosat tersebut mengeluhkan sering terjadinya ketidak stabilan layanan yang diberikan, khususnya terkait sering mengilangnya sinyal (terjadi ketidak stabilan sinyal), 83,3% mengalami kendala saat menggunakan operator seluler Indosat ooredoo seperti lemot, dll. Sehingga hal tersebut mengakibatkan (78%) pengguna operator

seluler Indosat Ooredoo tersebut ingin berpindah untuk menggunakan operator seluler lain. Dengan adanya berbagai informasi serta keluhan terkait operator Indosat Ooredoo tersebut dapat mengakibatkan masyarakat Dusun Cijorong mengalami kebingungan sehingga akan timbul persepsi persepsi baru yang dapat mengakibatkan ketimpangan kepercayaan dan realita yang ada, dimana hal tersebut yang akan mengakibatkan terjadinya disonansi (Dewanti & Irwansyah, 2021).

Disonansi kognitif sendiri merupakan konsep psikologis yang mengacu pada ketidakcocokan atau konflik antara pemikiran, sikap, dan perilaku seseorang (Lubis DS, 2020). Dalam konteks pemilihan operator telepon seluler, disonansi kognitif dapat terjadi ketika seseorang memiliki pemikiran positif tentang layanan dari operator Indosat Ooredoo tetapi juga mempertimbangkan atau menggunakan operator lain yang berbeda.

Disonansi kognitif dapat timbul dari berbagai situasi dan konflik dalam pikiran, keyakinan, atau sikap individu (Tatiana & Suprihatin, 2020). Pada penelitian ini yang dijadikan subjek penelitian ialah masyarakat Dusun Cijorong yang menjadi konsumen operator seluler Indosat Ooredoo. Dengan semakin banyaknya pengguna aktif operator seluler Indosat Ooredoo di Dusun Cijorong akan mengakibatkan persaingan antar operator yang ada secara ketat sehingga akan timbul informasi positif dan atau informasi negatif semakin beragam dan dapat menimbulkan disonansi kognitif.

Penelitian ini akan berfokus pada masyarakat Dusun Cijorong, yang merupakan wilayah dengan karakteristik sosial, ekonomi, dan budaya tertentu. Analisis disonansi kognitif dalam pemilihan operator telepon seluler di lingkungan ini memiliki relevansi signifikan karena dapat memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan layanan Indosat Ooredoo. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diidentifikasi faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi masyarakat Dusun Cijorong dalam memilih menggunakan operator telepon seluler Indosat Ooredoo, serta bagaimana disonansi kognitif memainkan peran dalam proses pemilihan tersebut. Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi perusahaan telekomunikasi, khususnya Indosat Ooredoo, untuk meningkatkan pemahaman tentang preferensi dan kebutuhan pelanggan, sehingga dapat mengoptimalkan strategi pemasaran dan layanan mereka. Dari beberapa uraian diatas maka penelitian ini akan mengedepankan judul **“Analisis Disonansi Kognitif Masyarakat Dusun Cijorong dalam Memilih Menggunakan Operator Telepon Seluler Indosat Ooredoo”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berikut merupakan perumusan masalah yang diambil dari uraian latar belakang di atas:

1. Apakah 3 faktor disonansi kognitif (*emotional, wishdom of purchase, concern over deal*) mempengaruhi masyarakat Dusun Cijorong dalam menggunakan operator telepon seluler Indosat Ooredoo?
2. Indikator apa saja yang paling berpengaruh dari faktor disonansi kognitif yang mempengaruhi masyarakat Dusun Cijorong dalam menggunakan operator telepon seluler Indosat Ooredoo?
3. Usulan apa yang dapat diberikan dari hasil analisis yang didapat?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berikut merupakan tujuan penelitian yang relevan berdasarkan perumusan masalah di atas:

1. Untuk mengetahui 3 faktor disonansi kognitif (*emotional, wishdom of purchase, concern over deal*) mempengaruhi masyarakat Dusun Cijorong dalam menggunakan operator telepon seluler Indosat Ooredoo.
2. Untuk mengetahui indikator apa saja yang paling berpengaruh dari faktor disonansi kognitif yang mempengaruhi masyarakat Dusun Cijorong dalam menggunakan operator telepon seluler Indosat Ooredoo.
3. Dapat memberikan usulan apa terhadap hasil analisis yang didapat.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari dialakukannya penelitian ini ialah mencakup:

1. Bagi penulis, dapat menambah wawasan penulis serta dapat mengimplementasikan ilmu pengetahuan tentang ergonomi kognitif yang didapat selama masa perkuliahan. Selain itu, melalui penelitian ini dapat mengetahui apakah terdapat faktor terdapat faktor disonansi kognitif yang mempengaruhi masyarakat Dusun Cijorong dalam menggunakan operator telepon seluler Indosat Ooredoo.
2. Bagi pihak yang diteliti, melalui penelitian ini masyarakat Dusun Cijorong dapat mengetahui faktor- faktor apa sajakah yang mengakibatkan terjadinya disonansi kognitif terhadap masyarakat dalam menggunakan operator telepon seluler Indosat Ooredoo.

3. Bagi pembaca dan peneliti selanjutnya, dapat menambah wawasan pembaca dan dapat dijadikan pertimbangan atau referensi jika akan melakukan penelitian yang sama yaitu berkenaan tentang disonansi kognitif.

### **1.5 Batasan Penelitian**

Agar penelitian ini tetap terkonsentrasi pada permasalahan yang dihadapi, maka penelitian ini dibatasi hanya untuk ruang lingkup:

1. Data yang diambil hanya dilakukan kepada masyarakat Dusun Cijorong yang menggunakan operator seluler Indosat Ooredoo.
2. Proses pengambilan data dilakukan secara langsung kepada responden yaitu masyarakat Dusun Cijorong yang menggunakan operator seluler Indosat Ooredoo.
3. Penelitian ini hanya sampai dengan pemberian saran dan rekomendasi sesuai dari hasil penelitian saja dan tidak sampai melakukan penerapan langsung di lapangan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kajian Literatur**

Berikut merupakan rujukan jurnal yang digunakan sebagai acuan dalam penulisan laporan penelitian tugas akhir peneliti:

##### **2.1.1 Disonansi Kognitif**

Penelitian yang dilakukan oleh Chakraborty et al (2021) yang bertujuan untuk menginvestigasi pembatasan sosial dari perspektif penilaian kognitif terkait dengan kepatuhan jarak sosial sukarela (CAVSD) dan sudut pandang non-medis, terutama fokus pada dampak psikologis (PI) dari pembatasan sosial terhadap tingkat penggunaan situs jejaring sosial (SNS) selama masa pandemic di India. Temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa terdapat dampak psikologis (PI) dari kepatuhan jarak sosial sukarela (CAVSD), meskipun besarnya dampak tersebut berbeda-beda tergantung pada kelompok yang dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, dan status pekerjaan. Selain itu, penemuan ini juga menunjukkan bahwa pengaruh CAVSD dan PI terhadap frekuensi penggunaan situs jejaring sosial (SNS) juga bervariasi di antara kelompok yang diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, dan status pekerjaan.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan Bentler et al (2023) yang menggali informasi tentang pengembangan intervensi disonansi kognitif terbaru yang menggunakan pendekatan model berbasis tindakan dengan tujuan meningkatkan perilaku yang mendukung lingkungan. Melalui penelitian ini dapat digambarkan bahwa bahwa intervensi disonansi kognitif memiliki dampak positif dalam memotivasi perilaku pro-lingkungan. Intervensi tersebut terjadi dapat diamati dan dirasakan pada lingkungan rumah ataupun di tempat kerja, meskipun dampak yang dirasakan lebih besar di lingkungan rumah daripada di lingkungan pekerjaan.

Penelitian dari Zou et al (2020) menyebutkan bahwa disonansi dapat muncul dalam situasi dan kondisi apasaja seperti dalam penelitian ini yang menghadirkan pandangan teoritis yang inovatif mengenai efek gosip di lingkungan kerja, yang memiliki konsekuensi penting bagi manajemen komunikasi informal dan pengembangan kerja sama tim. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa menurut teori disonansi kognitif, individu yang terlibat dalam penyebaran gosip negatif di lingkungan kerja mungkin akan mengalami penurunan tingkat kepercayaan mereka terhadap organisasi sebagai upaya untuk mengatasi disonansi kognitif

mereka. Hal ini kemudian dapat mengakibatkan penurunan motivasi untuk berbagi pengetahuan.

### 2.1.2 Operator Seluler

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rudianto & Haryanto (2020) menyatakan dengan banyaknya operator di Indonesia mengakibatkan kebingungan dan kesulitan terhadap konsumen untuk memilih operator dengan paket internet terbaik sehingga digunakan metode AHP dalam penelitian ini dengan tujuan untuk memecahkan masalah yang dihadapi dan dapat memudahkan konsumen untuk memilih operator seluler. Hasil penelitian ini didapatkan bahwa telkomsel menjadi pilihan paket internet terbaik dengan persentase 28%.

Selanjutnya dari penelitian yang dilakukan oleh Addali et al (2019) yang meneliti tentang algoritma baru yang dibentuk dan digunakan untuk operator seluler yang dapat mengakses 5G yang dinamakan algoritma *Mobility Load Balancing (MLB)* dengan algoritma barunya yang bernama *Load Balancing Efficiency Factor (LBEF)*. Dari penelitian ini didapatkan bahwa bahwa UMLB meminimalkan standar deviasi dengan rata-rata UE data rate yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan algoritma lainnya. Oleh karena itu, jaringan yang seimbang dapat dicapai.

Penelitian yang dilakukan oleh Syahrudin & Karim (2019) bertujuan untuk mengetahui pengaruh *tagline* dari salah satu operator yaitu “axis hits bonus” terhadap konsumen. Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa (1) *tagline* iklan versi “axis hits bonus” berpengaruh positif dan Signifikan terhadap *brand awareness*. (2) *Brand ambassador* berpengaruh positif dan Signifikan terhadap *brand awareness*. (3) *Tagline* iklan dan duta merek berpengaruh positif dan Signifikan terhadap kesadaran merek.

Penelitian yang dilakukan oleh Syahmi et al (2021) yang bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan kartu seluler telkomsel melalui tingkat kepuasan pelanggan menyimpulkan bahwa (1) Harga memiliki dampak yang Signifikan pada tingkat kepuasan pelanggan. (2) Kualitas produk memiliki dampak yang Signifikan pada tingkat kepuasan pelanggan. (3) Harga memiliki dampak yang Signifikan pada tingkat loyalitas pelanggan melalui tingkat kepuasan pelanggan. (4) Harga berpengaruh Signifikan pada tingkat loyalitas pelanggan melalui tingkat kepuasan pelanggan. (5) Tingkat kepuasan pelanggan memiliki dampak yang Signifikan pada tingkat loyalitas pelanggan



### **2.1.3 Analisis Deskriptif**

Menurut penelitian Muzakir & Ependi (2019) analisis deskriptif merupakan proses penguraian dan penjelasan situasi atau fenomena yang tengah berlangsung saat ini dengan menggunakan metode ilmiah untuk menyelidiki permasalahan yang sedang terjadi. Tujuan yang dikedepankan dalam penelitian ini ialah untuk mengetahui kepuasan pelanggan operator seluler berdasarkan kriteria-kriteria yang sudah disajikan. Hasil yang dihimpun dari penelitian ini ialah Perusahaan operator seluler harus lebih mempertimbangkan layanan dan atau meningkatkan kualitas layanan operator seluler agar pelanggan puas dan pihak operator seluler mendapatkan keuntungan.

Penelitian yang dilakukan oleh Setiawan & Prabowo (2019) yang bertujuan untuk melakukan analisis serta menyajikan gambaran mengenai pandangan wajib pajak yang terlibat dalam Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terhadap Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018, dengan mempertimbangkan aspek-aspek seperti tarif pajak, sanksi pajak, kemudahan dalam pemenuhan kewajiban pajak. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pandangan wajib pajak yang beroperasi dalam skala Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terhadap Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018, khususnya dalam hal tarif pajak, sanksi, kemudahan pemenuhan kewajiban pajak, dan upaya sosialisasi, secara keseluruhan sudah positif. Regulasi ini dianggap telah memberikan pemahaman yang baik dan memberikan kemudahan dalam proses pembayaran pajak bagi pelaku UMKM.

Dalam penelitian dengan metode analisis deskriptif yang dilakukan oleh Najiah et al (2023) yang bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terjadi tantangan pembelajaran yang dihadapi oleh siswa saat mengikuti pembelajaran daring selama masa pandemi Covid-19 di SMPN 1 Cipanas. Hasil yang dihimpun dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan, sebanyak 75,94% siswa mengalami kesulitan belajar yang signifikan saat mengikuti pembelajaran online selama pandemi Covid-19. Faktor terpenting yang berkontribusi pada kesulitan belajar ini adalah masalah ketidakstabilan jaringan internet.

### **2.1.4 Uji Validitas dan Reliabilitas**

Penelitian yang dilakukan oleh Erfan et al (2020) yang melibatkan 142 calon guru sekolah dasar di sebuah Perguruan Tinggi Negeri di Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat. Hasil pengujian menunjukkan bahwa dimensi tunggal yang terdiri dari 20 item memiliki varians yang diukur sebesar 42,7%, melebihi ambang batas minimum sebesar 40,0% yang diinginkan oleh model

Rasch. Indeks reliabilitas responden sebesar 0,65, dan indeks reliabilitas item sebesar 0,98. Semua item menunjukkan nilai *Point Measure Correlation (PMC)* yang positif, yang berarti tidak ada konflik antara item tersebut dengan konsep yang diukur. Selain itu, nilai *Outfit Mean Square* juga menunjukkan bahwa hampir semua item memiliki nilai MNSQ Outfit kurang dari 1,5, menunjukkan bahwa instrumen tersebut secara umum dapat dianggap baik, kecuali untuk item 13 dan item 16 yang memiliki nilai yang lebih tinggi (3,77). Oleh karena itu, diperlukan peninjauan lebih lanjut terhadap kedua item ini untuk memastikan validitasnya. Sehingga dari hasil tersebut memberikan bukti empiris bahwa instrumen tes yang digunakan untuk mengukur pengetahuan pada mata kuliah Kajian dan Pengembangan Kurikulum Sekolah Dasar cocok dan dapat diandalkan dalam mengukur pemahaman mahasiswa calon guru terhadap materi tersebut.

Selanjutnya penelitian dari Efendi & Widodo (2019) yang memiliki tujuan untuk mengukur validitas dan reliabilitas dari pengujian teknik penendangan bola yang dilakukan kepada pemain tim Persiwu Fc Jatiyoso menunjukkan hasil bahwa (1) Nilai validitas tertinggi pada instrumen tes shooting ditemukan pada tes yang disusun oleh Departemen Pendidikan dan Kebudayaan (Depdikbud), mencapai nilai sebesar 0,876. (2) Instrumen tes shooting yang memiliki reliabilitas tertinggi adalah yang dikembangkan oleh Depdikbud, dengan nilai reliabilitas mencapai 0,946. (3) Instrumen tes shooting yang dibuat oleh Depdikbud memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang sangat tinggi, hampir sempurna.

Penelitian yang dilakukan oleh Pradana et al (2021) yang bertujuan untuk mengidentifikasi korelasi antara tingkat kecerdasan emosi dan tingkat disonansi kognitif dengan proses pengambilan keputusan pada wasit pencak silat di Kota Surabaya. Data diambil menggunakan tiga skala, yaitu Skala Pengambilan Keputusan (dengan 27 item valid dan nilai  $\alpha$  reliabilitas sebesar 0,914), Skala Kecerdasan Emosi (dengan 28 item valid dan nilai  $\alpha$  reliabilitas sebesar 0,927), dan Skala Disonansi Kognitif (dengan 16 item valid dan nilai  $\alpha$  reliabilitas sebesar 0,932). Hasil penelitian mengungkapkan bahwa terdapat koefisien korelasi sebesar 0,736, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kecerdasan emosi, semakin obyektif atau tepat pengambilan keputusan. Sebaliknya, semakin rendah tingkat kecerdasan emosi, semakin cenderung pengambilan keputusan menjadi kurang obyektif atau kurang tepat. Selanjutnya, nilai koefisien korelasi sebesar -0,495 menunjukkan bahwa semakin rendah tingkat disonansi kognitif, semakin obyektif atau tepat pengambilan keputusan. Sebaliknya, semakin tinggi tingkat disonansi kognitif, semakin cenderung pengambilan keputusan menjadi kurang obyektif atau kurang tepat.

### 2.1.5 Pilot study

Penelitian yang dilakukan oleh Okoboi et al (2020) yang melakukan *pilot study* berkenaan dengan *HIV Self Testing* (HIVST) pada masyarakat Uganda yang menunjukkan hasil bahwa Rata-rata usia peserta yang menerima HIVST adalah 25 tahun, dengan rentang interkuartil (IQR) dari 22 hingga 28 tahun. Sementara itu, peserta yang diuji menggunakan strategi layanan standar (SOC) memiliki rata-rata usia 28 tahun, dengan rentang IQR antara 25 hingga 35 tahun. Sebanyak 143 peserta (95%) yang menerima HIVST telah menyelesaikan tes tersebut, dan menariknya, 32% di antara mereka sebelumnya belum pernah menjalani tes HIV. Dari peserta yang diuji, 12 orang baru dinyatakan positif terinfeksi HIV serta 8 di antaranya berasal dari kelompok yang menerima HIVST sebaya (sesama jenis), sedangkan 4 orang lainnya dari kelompok yang menerima SOC. Persentase kasus baru ini adalah 5,6% untuk kelompok HIVST sebaya dan 2,7% untuk kelompok SOC. Hasil ini menunjukkan perbedaan yang Signifikan dengan nilai  $p = 0,02$ .

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Bentur et al (2020) yang bertujuan untuk melakukan studi percontohan kepada pasien pengidap *Cystic Fibrosis* (CF) yang mengalami kekurangan *Nitric Oxide* (NO). Dalam penelitian ini penggunaan *Nitric Oxide* (NO) intermiten pada tingkat 160 ppm dapat ditoleransi dengan baik dan aman serta dapat meningkatkan 6MWD dan FEV1 rata-rata. NO juga menunjukkan potensi aktivitas antibakteri terhadap *M. abscessus*. Namun, evaluasi lebih lanjut dengan jumlah pasien yang lebih besar diperlukan untuk mendapatkan hasil statistik yang Signifikan.

Penelitian dari Landers & Ellis (2020) dilakukan studi percontohan selama 12 minggu ini, digunakan desain kohort tunggal yang melibatkan individu yang menderita penyakit Parkinson dan telah mengunduh aplikasi 9zest untuk melakukan latihan. Dengan target berolahraga minimal selama 150 menit setiap minggu. Poin utama yang diamati dalam penelitian ini adalah mengenai kelayakan penggunaan aplikasi (termasuk pertanyaan penggunaan dan kegunaan aplikasi) serta aspek keamanannya (termasuk catatan kejadian buruk dan kejadian jatuh). Hasil menunjukkan bahwa 28 peserta yang menyelesaikan studi, 12 peserta secara konsisten menggunakan aplikasi selama lebih dari 150 menit setiap minggunya. Sebanyak 3 peserta menghabiskan waktu latihan rata-rata 120-150 menit, 4 peserta menghabiskan waktu rata-rata 90-120 menit, dan 9 peserta menghabiskan waktu kurang dari 90 menit. Sebagian besar peserta, yaitu lebih dari 74%, menganggap bahwa latihan dengan aplikasi ini bermanfaat (16 dari 19 peserta yang memberikan tanggapan), memberikan instruksi

yang memadai (14 dari 19 peserta yang memberikan tanggapan), dan sesuai dengan tingkat fungsinya (16 dari 19 peserta yang memberikan tanggapan). Tidak ada kejadian buruk serius yang terjadi selama latihan yang dipandu oleh aplikasi ini. Ada 4 laporan cedera ringan seperti regangan atau keseleo yang terjadi pada 3 peserta, tetapi tidak ada yang memerlukan perawatan medis.

Penelitian dari Youm et al (2020) yang bertujuan untuk mengevaluasi dampak dari program latihan resistensi progresif dan peregangan batang tubuh selama periode 12 minggu terhadap faktor-faktor yang terkait dengan risiko jatuh pada pasien yang menderita penyakit Parkinson (PD). Dalam penelitian ini didapatkan hasil bahwa kelompok yang menjalani program latihan mengalami peningkatan yang *Signifikan* dalam kebugaran fungsional, mobilitas batang tubuh, keseimbangan saat berdiri, dan stabilitas dinamis dibandingkan dengan kelompok kontrol (semua dengan nilai  $p < 0,05$ ). Beberapa parameter, seperti tes "*time up and go*" sejauh 2,44meter dan tes langkah selama 2 menit pada tes kebugaran fungsional, serta panjang langkah pertama dan jarak antara jari kaki pertama dengan tinggi tubuh pada tes kinerja duduk dan berjalan, menunjukkan perbedaan yang *Signifikan* antara kelompok yang mengikuti program latihan.

#### **2.1.6 Analisis faktor**

Penelitian yang dilakukan oleh Knekta et al (2019) menunjukkan bahwa analisis faktor adalah alat statistik yang membantu peneliti dalam menginvestigasi dan mengonfirmasi hubungan antara item atau pertanyaan dalam survei. Hal ini juga membantu dalam mengidentifikasi jumlah dimensi atau faktor yang mewakili survei tersebut. Proses dan langkah-langkah penting dalam melakukan dan menginterpretasikan analisis faktor dijelaskan dengan detail. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Hayat & Darusmini (2021) yang bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang membuat para pedagang tahu di Kota Serang menggunakan formalin dalam membuat tahu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 43 sampel tahu yang diambil dari pasar tradisional Kota Serang, sebanyak 29 sampel tahu (67,4%) ditemukan mengandung formalin. Hasil analisis menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara sikap pedagang tahu dan penggunaan formalin ( $p=1,000$ ). Namun, terdapat hubungan yang *Signifikan* antara pengetahuan pedagang ( $p=0,016$ ) dan pengawasan ( $p=0,004$ ) dengan penggunaan formalin dalam tahu oleh pedagang. Oleh karena itu, penegakan aturan, pembinaan pedagang, dan produsen tahu dapat menjadi langkah-langkah yang efektif dalam mencegah penggunaan formalin dalam produk tahu.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Foeh & Papote (2021) faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kinerja anggota Ditlantas Kepolisian Daerah Nusa Tenggara Timur. Penelitian dilakukan terhadap seluruh anggota Direktorat Lalu Lintas Polda Nusa Tenggara Timur sebagai responden, dengan total jumlah responden sebanyak 145 orang. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan metode *Structural Equation Model* (SEM). Setelah dilakukan perhitungan didapatkan hasil bahwa: Kinerja = 67,68 (Cukup Baik) Budaya Organisasi = 68,84 (Baik) Kompetensi = 67,93 (Cukup Baik) Pendidikan dan Pelatihan = 67,45 (Baik) Motivasi Kerja = 68,55 (Baik). Sehingga dari hasil tersebut menunjukkan bahwa Budaya Organisasi, Pendidikan dan Pelatihan, Kompetensi, dan Motivasi Kerja memiliki pengaruh positif dan *Signifikan* terhadap Kinerja Anggota Polri yang diteliti dalam penelitian ini

Tabel 2.1 Kajian Literatur

No	Penulis, tahun	Judul	Operator Seluler	Disonansi Kognitif	Analisis Deskriptif	Uji Validitas & Reliabilitas	Pilot study	Analisis Faktor
1	(Addali et al., 2019)	<i>Dynamic Mobility Load Balancing for 5G Small-Cell Networks Based on Utility Functions</i>	√					
2	(Chakraborty et al., 2021)	<i>Link between social distancing, cognitive dissonance, and social networking site usage intensity: a country-level study during the COVID-19 outbreak</i>		√	√			
3	(Bentler et al., 2023)	<i>Increasing pro-environmental behavior in the home and work contexts through cognitive dissonance and autonomy</i>		√	√			

No	Penulis, tahun	Judul	Operator Seluler	Disonansi Kognitif	Analisis Deskriptif	Uji Validitas & Reliabilitas	Pilot study	Analisis Faktor
4	(Rudianto & Haryanto, 2020)	<i>The Decision on the Selection of the Best Cellular Card Operator Internet Package Using the Analytical Hierarchy Process (AHP) Method</i>	√					
5	(Zou et al., 2020)	<i>The Influence of Negative Workplace Gossip on Knowledge Sharing: InSight from the Cognitive Dissonance Perspective</i>		√	√			
6	(Muzakir & Ependi, 2019)	<i>Analysis of the Use of Cellular Operators Using the Analytic Hierarchy Process Method</i>	√		√			
7	(Erfan et al., 2020)	<i>Validity and reliability of cognitive tests study and development of elementary curriculum using Rasch model</i>				√		

No	Penulis, tahun	Judul	Operator Seluler	Disonansi Kognitif	Analisis Deskriptif	Uji Validitas & Reliabilitas	Pilot study	Analisis Faktor
8	(Okoboi et al., 2020)	<i>Peer distribution of HIV self-test kits to men who have sex with men to identify undiagnosed HIV infection in Uganda: A pilot study</i>					√	
9	(Syahrudin; Karim, 2019)	<i>The Effect of " Axis Hits Bonus " Version Tagline Advertising and Ambassador Brand Against Axis Cards Awareness (study in STIE Amkop Makassar Students)</i>	√					
10	(Knekta et al., 2019)	<i>One size doesn't fit all: Using factor analysis to gather validity evidence when using surveys in your research</i>						√
11	(Bentur et al., 2020)	<i>Pilot study to test inhaled nitric oxide in cystic fibrosis patients with refractory</i>			√		√	



No	Penulis, tahun	Judul	Operator Seluler	Disonansi Kognitif	Analisis Deskriptif	Uji Validitas & Reliabilitas	Pilot study	Analisis Faktor
		<i>Mycobacterium abscessus lung infection</i>						
12	(Landers & Ellis, 2020)	<i>A mobile app specifically deSigned to facilitate exercise in parkinson disease: Single-cohort pilot study on feasibility, safety, and Signal of efficacy</i>					√	
13	(Youm et al., 2020)	<i>Impact of trunk resistance and stretching exercise on fall-related factors in patients with parkinson's disease: A randomized controlled pilot study</i>					√	
14	(Efendi & Widodo, 2019)	Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Tes Shooting Sepak Bola Pada Pemain Tim Persiwu Fc Jatiyoso			√	√		

No	Penulis, tahun	Judul	Operator Seluler	Disonansi Kognitif	Analisis Deskriptif	Uji Validitas & Reliabilitas	Pilot study	Analisis Faktor
15	(Najiah et al., 2023)	Kesulitan Belajar: Analisis Dampak Pembelajaran Daring Terhadap Siswa			√	√		
16	(Setiawan & Prabowo, 2019)	Analisis Persepsi Wajib Pajak Pelaku UMKM Terhadap Penerapan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018			√	√		
17	(Pradana et al., 2021)	Hubungan Antara Kecerdasan Emosi dan Disonansi Kognitif Dengan Pengambilan Keputusan Wasit Pencak Silat Kota Surabaya		√		√		
18	(Hayat & Darusmini, 2021)	Analisis Faktor Penggunaan Formalin Pada Pedagang Tahu Di Pasar Tradisional Kota Serang			√	√		√

No	Penulis, tahun	Judul	Operator Seluler	Disonansi Kognitif	Analisis Deskriptif	Uji Validitas & Reliabilitas	<i>Pilot study</i>	Analisis Faktor
19	(Foeh & Papote, 2021)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Anggota Ditlantas Kepolisian Daerah NTT			√	√		√
20	(Syahmi et al., 2021)	Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Seluler Telkomsel Melalui Kepuasan Pelanggan	√		√			

## **2.2 Landasan Teori**

Landasan teori berisikan tentang istilah, teori atau formula yang terkait dengan topik penelitian. Landasan teori disusun dengan bersumber pada jurnal bereputasi dan/atau buku.

### **2.2.1 Ergonomi**

Secara umum ergonomi menurut Astuti (2023) ergonomi dapat diartikan sebagai ilmu yang mengkaji interaksi antara pekerja manusia dengan tugas-tugas mereka dan lingkungan kerja, termasuk desain objek yang mereka gunakan, serta ergonomi berupaya memastikan bahwa pekerjaan dan setiap aspek tugas pekerjaan itu dirancang agar sesuai dengan kemampuan dan kapasitas pekerja, dengan tujuan mencapai efisiensi dan kesejahteraan dalam bekerja.

Dalam ergonomi sendiri terdapat beberapa macam ergonomi yang meliputi:

1. Ergonomi Fisik: Ergonomi fisik berfokus pada desain peralatan, alat, dan lingkungan kerja agar sesuai dengan anatomi dan biomekanik tubuh manusia. Ini mencakup desain kursi, meja, alat kerja, dan peralatan untuk mengurangi ketegangan fisik, mencegah cedera, dan mengurangi risiko gangguan muskuloskeletal.
2. Ergonomi Kognitif: Ergonomi kognitif mengevaluasi bagaimana manusia berinteraksi dengan informasi dan sistem kompleks. Ini termasuk desain antarmuka pengguna, pengelolaan tugas multitugas, pemahaman simbol, dan upaya meminimalkan kebingungan atau kesalahan dalam proses pengambilan keputusan.
3. Ergonomi Organisasi: Ergonomi organisasi berkaitan dengan desain struktur organisasi, manajemen, dan tugas pekerjaan untuk mencapai efisiensi, produktivitas, dan kepuasan pekerja. Ini meliputi perencanaan beban kerja, rotasi pekerjaan, manajemen waktu, dan pengembangan strategi karir.
4. Ergonomi Lingkungan: Ergonomi lingkungan memeriksa bagaimana desain lingkungan fisik, seperti pencahayaan, suhu, kebisingan, dan kualitas udara, memengaruhi kesejahteraan dan kinerja manusia.

Dengan memahami dan mengimplementasikan prinsip-prinsip ergonomi dalam berbagai bidang ini, kita dapat meningkatkan kondisi kerja, kesehatan, dan produktivitas manusia serta mewujudkan lingkungan yang lebih nyaman dan efisien.

### **2.2.2 Ergonomi Kognitif**

Ergonomi kognitif yang juga dikenal sebagai rekayasa kognitif merupakan suatu bagian ergonomi yang merujuk pada proses mental yang dilakukan oleh seseorang untuk memahami dan memproses informasi dari lingkungannya serta membuat keputusan yang sesuai dengan

situasi yang dihadapi (El-fajriansyah et al., 2023). Ergonomi kognitif sendiri menurut Septiani et al (2022) merupakan studi ergonomi dengan bagaimana individu mengenali, memproses informasi, mengingat, dan membuat keputusan. Ini mencakup aktivitas berpikir yang mungkin dianggap rutin, tetapi sebenarnya merupakan proses yang terus-menerus dalam pengambilan keputusan.

### **2.2.3 Masyarakat**

Menurut Prasetyo & Irwansyah (2020) masyarakat dalam konteks yang lebih spesifik, merujuk pada sekelompok individu yang memiliki identitas bersama, seperti golongan, bangsa, wilayah, atau tujuan yang serupa. Sedangkan secara umum, masyarakat adalah sekelompok manusia yang berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain dengan tujuan atau kepentingan yang serupa. Terbentuknya masyarakat disebabkan oleh respons manusia terhadap lingkungan mereka melalui perasaan, pemikiran, dan keinginan.

### **2.2.4 Operator Seluler**

Menurut Widianingsih et al (2022) operator seluler adalah entitas bisnis atau penyedia layanan telekomunikasi yang memiliki dan mengelola jaringan seluler untuk memberikan layanan komunikasi nirkabel kepada pelanggan. Mereka mengendalikan infrastruktur yang memungkinkan pengguna untuk melakukan panggilan suara, mengirim pesan teks, mengakses internet, dan memanfaatkan berbagai layanan telekomunikasi lainnya melalui jaringan seluler yang mereka kelola.

### **2.2.5 Disonansi Kognitif**

Disonansi terjadi ketika seseorang merasa tidak nyaman karena mereka melakukan suatu tindakan yang bertentangan dengan perilaku dan keyakinan lain yang mereka miliki. Menurut teori disonansi kognitif dari Achmad & Firdayati (2019) sendiri disonansi kognitif terdiri dari tiga konsep utama meliputi:

1. Pertama, individu lebih memilih untuk tetap konsisten dengan pemikiran, kepercayaan, emosi, nilai, dan sikap mereka dan cenderung tidak menyukai ketidaksesuaian dalam hal ini.
2. Kedua, disonansi terjadi akibat ketidaksesuaian psikologis, yang lebih kuat daripada ketidaksesuaian logis. Dengan kata lain, semakin besar ketidaksesuaian, semakin besar disonansinya.

3. Ketiga, disonansi adalah konsep psikologis yang mendorong individu untuk melakukan tindakan tertentu dengan harapan bahwa ini akan mengurangi dampak disonansi.

Disonansi dapat diatasi melalui salah satu dari tiga cara dasar: mengubah keyakinan (*change belief*), mengubah tindakan (*change action*), atau mengubah persepsi tentang tindakan (*change action perception*).

### 2.2.6 Dimensi Disonansi Kognitif

Menurut Pradana et al (2021) disonansi kognitif dapat diukur melalui tiga aspek utama, yakni dimensi *Emotional*, *Wisdom of Purchase*, dan *Concern Over Deal*. Dimensi *Emotional* merujuk pada tingkat ketidaknyamanan psikologis yang dirasakan oleh individu terkait keputusan pembelian. *Wisdom of Purchase* merujuk pada tingkat ketidaknyamanan yang timbul setelah transaksi pembelian, ketika individu merenungkan apakah produk tersebut benar-benar dibutuhkan atau apakah mereka telah membuat pilihan yang tepat. *Concern Over Deal* merujuk kepada tingkat ketidaknyamanan yang muncul pada seseorang setelah mereka melakukan transaksi pembelian. Dimana pada saat itu, mereka mulai merenungkan apakah keputusan pembelian mereka dipengaruhi oleh pihak penjual yang mungkin bertentangan dengan nilai-nilai atau keyakinan pribadi mereka. Berikut merupakan dimensi disonansi kognitif yang dicetuskan oleh Sweeney et al (2000).

Tabel 2.2 Dimensi Kuesioner Disonansi Kognitif

Dimensi	Item
<i>Emotional</i> (After I bought this product)	<i>I was in despair</i>
	<i>I resented it</i>
	<i>I felt disappointed with myself</i>
	<i>I felt scared</i>
	<i>I felt hollow</i>
	<i>I felt angry</i>
	<i>I felt uneasy</i>
	<i>I felt I'd let myself down</i>
	<i>I felt annoyed</i>
	<i>I felt frustrated</i>
	<i>I was in pain</i>

Dimensi	Item
	<i>I felt depressed</i>
	<i>I felt furious with myself</i>
	<i>I felt sick</i>
	<i>I was in agony</i>
	<i>I wonder if I really need this product</i>
	<i>I wonder whether I should have bought anything at all</i>
Wisdom of Purchase	<i>I wonder if I have made the right choice</i>
	<i>I wonder if I have done the right thing in buying this product</i>
	<i>After I bought this product I wondered if I'd been fooled</i>
	<i>After I bought this product I wondered if they had spun me a</i>
Concern Over Deal	<i>line</i>
	<i>After I bought this product I wondered whether there was something wrong with the deal I got</i>

### 2.2.7 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif atau statistik deskriptif sendiri menurut Riduan et al (2021) adalah proses menganalisis data dengan tujuan untuk memberikan gambaran mendalam tentang data tersebut, baik secara umum maupun dalam aspek-aspek khususnya. Tujuan dari analisis ini bukanlah untuk mencari kesimpulan atau membuat penilaian, melainkan untuk menggambarkan dengan detail karakteristik dan pola yang ada dalam data tersebut. Dimana teknik analisis deskriptif ini sering digunakan dalam penelitian eksploratif, seperti halnya untuk mengungkap persepsi masyarakat terhadap kebijakan pemerintah (Riyanto & Arini, 2021). Dalam teknik statistic analisis deskriptif ini sendiri terdapat beberapa teknik yang bisa dilakukan meliputi:

1. Data dapat dipresentasikan melalui tabel, distribusi frekuensi, dan tabel silang (*crosstabulation*). Dengan metode ini, dapat ditentukan kecenderungan hasil penelitian apakah berada dalam kategori rendah, sedang, atau tinggi.
2. Informasi dapat disampaikan secara visual dengan menggunakan grafik seperti *histogram, poligon, ogive, bar chart, pie chart, dan symbol chart*.
3. Dapat dilakukan perhitungan ukuran tendensi sentral seperti *mean* (rata-rata), *median* (nilai tengah), dan *modus* (nilai paling sering muncul).

4. Perhitungan ukuran letak seperti *kuartil*, *desil*, dan *persentil* yang dapat memberikan informasi yang berkaitan tentang sebaran data.
5. Perhitungan ukuran penyebaran data, seperti *standar deviasi*, *varians*, *range*, *deviasi kuartil*, *mean deviasi*, dan sejenisnya.

### 2.2.8 Pilot study

Menurut Herliyani et al (2021) *pilot study* atau studi uji coba digunakan untuk menguji instrumen penelitian yang telah dikembangkan sebelum digunakan pada sampel peserta penelitian yang lebih besar. Setelah instrumen seperti kuesioner telah dianalisis dan diuraikan, langkah berikutnya adalah mengujinya pada sejumlah kecil responden. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa instrumen tersebut objektif dan mudah dipahami sebelum digunakan dalam penelitian yang melibatkan kelompok peserta yang lebih besar.

### 2.2.9 Analisis Faktor

Menurut Himayati et al (2020), analisis faktor adalah sebuah teknik statistik yang digunakan untuk mengidentifikasi pola hubungan antara berbagai variabel dalam satu set data, dalam analisis faktor ini sendiri data yang awalnya rumit diubah menjadi struktur faktor yang lebih sederhana dengan mengungkap faktor-faktor tersembunyi yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang diamati, dimana hal tersebut dilakukan untuk mengetahui struktur internal data dan mengenali faktor-faktor utama yang memberikan kontribusi terhadap variasi dalam data tersebut. Menurut Sunandar et al (2022) dalam melakukan analisis faktor dapat dilakukan dengan melakukan beberapa pengujian statistik yang meliputi:

1. *KMO and Bartlett's Test*

*KMO and Bartlett's Test* digunakan untuk menilai apakah variabel tertentu dapat diteruskan ke dalam analisis faktor. Hal ini dilakukan dengan memeriksa nilai *KMO-MSA* (*Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy*). Jika nilai *KMO-MSA* melebihi 0,50, maka analisis faktor dapat dilanjutkan.

2. *Anti-image Matrices*

*Anti-image Matrices* digunakan untuk menentukan variabel mana yang cocok untuk digunakan dalam analisis faktor. Salah satu syarat utama dalam analisis faktor adalah memiliki nilai *MSA*  $> 0,50$ .

3. *Communalities*



*Communalities* mengindikasikan apakah suatu variabel mampu menjelaskan faktor atau tidak. Variabel dianggap mampu menjelaskan faktor jika nilai Ekstraksi  $> 0,50$ .

#### 4. *Total Variance Explained*

*Total Variance Explained* menggambarkan nilai dari masing-masing variabel yang dianalisis. Terdapat dua jenis analisis varian, yaitu *Initial Eigenvalues* yang menunjukkan faktor yang terbentuk, dan *Extraction Sums of Squared Loadings* yang menunjukkan jumlah variasi atau faktor yang dapat terbentuk.

#### 5. *Component Matrix*

*Component Matrix* menggambarkan nilai korelasi antara variabel dan faktor yang terbentuk.

#### 6. *Rotated Component Matrix*

*Rotated Component Matrix* digunakan untuk menentukan keanggotaan variabel dalam faktor tertentu dengan melihat nilai korelasi terbesar antara variabel dan faktor yang terbentuk.

#### 7. *Component Transformation Matrix*

*Component Transformation Matrix* menunjukkan bahwa jika nilai korelasi dalam komponen melebihi 0,5, maka faktor yang terbentuk dapat digunakan untuk merangkum variabel yang dianalisis.

### 2.2.10 Uji Statistik

Menurut Quraisy (2022) statistik dan statistika adalah dua konsep yang berbeda dan memiliki makna yang berbeda. Statistik merujuk pada data berupa angka yang telah dikumpulkan dan dikelompokkan untuk memberikan informasi yang *Signifikan*. Sedangkan statistika adalah disiplin ilmu yang memfokuskan pada cara mengumpulkan, menganalisis, menginterpretasi, dan membuat kesimpulan dari data yang telah dikumpulkan. Namun disisi lain uji statistik dapat diartikan sebagai metode atau teknik yang digunakan dalam statistik untuk menguji hipotesis atau membuat penilaian terhadap suatu pernyataan berdasarkan data yang telah dikumpulkan. Tujuan utama dari uji statistik adalah untuk menentukan apakah perbedaan atau hubungan antara variabel-variabel dalam data tersebut *Signifikan* atau hanya terjadi secara kebetulan.

#### a) Uji Validitas

Menurut Amanda et al (2019), validitas adalah suatu ukuran atau indikator yang menggambarkan sejauh mana alat pengukur benar-benar mengukur apa yang

seharusnya diukur. Tingkat validitas instrumen mengindikasikan tingkat ketepatan alat pengukur dalam mengukur data yang dimaksud. Semakin tinggi validitas instrumen, semakin akurat alat pengukur tersebut dalam merepresentasikan variabel yang ingin diukur. Pengujian validitas ini sangat penting dilakukan karena memastikan bahwa pertanyaan atau instrumen yang digunakan tidak menghasilkan data yang tidak sesuai dengan konsep variabel yang dimaksudkan. Dalam melakukan uji validitas ini dapat menggunakan rumus:

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(\sum x)^2 - (\sum x)^2 (N \sum y^2 - (\sum y)^2)}} \dots\dots\dots(1)$$

*Keterangan*

$r_{xy}$  = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

$\sum xy$  = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

$\sum x^2$  = jumlah kuadrat nilai X

$\sum y^2$  = jumlah kuadrat nilai Y

#### b) Uji Reliabilitas

Menurut Amanda et al (2019), uji reliabilitas adalah suatu metode yang digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu alat pengukur dapat diandalkan atau dipercaya. Contoh yang relevan adalah pada kuesioner, yang dikatakan reliabel jika jawaban yang diberikan oleh responden tetap konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pentingnya reliabilitas dalam kuesioner adalah karena alat ukur ini harus memberikan hasil yang konsisten untuk menghasilkan data yang dapat diandalkan. Namun, perhitungan reliabilitas hanya dapat dilakukan jika pertanyaan pada kuesioner tersebut sudah terbukti valid. Oleh karena itu, validitas harus diuji terlebih dahulu sebelum melakukan pengujian reliabilitas, sehingga jika pertanyaan dalam kuesioner tidak valid, pengujian reliabilitas menjadi tidak relevan. Dalam melakukan perhitungan uji reliabilitas pada penelitian ini ialah menggunakan rumus *alpha cronbach* sebagai berikut:

$$r_{xx} = \left( \frac{n}{ni-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{n - \sigma_t^2} \right) \dots\dots\dots (2)$$

*Keterangan*

$r_{xx}$  = nilai reliabilitas yang dicari

$n$  = jumlah item pertanyaan yang diuji

$\sum \sigma_t^2$  = jumlah kuadrat nilai  $X$

$\sigma_t^2$  = variansi total

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini akan dilaksanakan di Dusun Cijorong, Desa Bojongsari, Kecamatan Jampangkulon, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat 43178.

#### **3.2 Subjek Penelitian**

Subjek penelitian adalah mengenai individu yang berfungsi sebagai sumber informasi dan memiliki kapasitas untuk menyediakan data yang relevan sesuai dengan permasalahan yang akan diinvestigasi. Subjek pada penelitian ini adalah masyarakat Dusun Cijorong yang menggunakan operator seluler Indosat Ooredoo, hal tersebut karena masyarakat di dusun ini merupakan pengguna aktif terbanyak operator Indosat Ooredoo.

#### **3.3 Objek Penelitian**

Objek dalam penelitian ini ialah faktor yang membentuk disonansi kognitif masyarakat Dusun Cijorong dalam memilih untuk menggunakan operator Indosat Ooredoo.

#### **3.4 Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi Penelitian**

Menurut Firmansyah & Dede (2022) populasi merujuk kepada seluruh kelompok individu (atau entitas lain seperti lembaga, peristiwa, atau objek penelitian) yang menjadi fokus studi untuk tujuan di deskripsikan dan dipahami. Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi penelitian ialah seluruh masyarakat yang menjadi pengguna aktif operator seluler Indosat Ooredoo di Dusun Cijorong yang berjumlah 336 orang.

##### **2. Sampel Penelitian**

Sampel merujuk pada metode atau prosedur yang digunakan oleh peneliti untuk secara terencana memilih sebagian kecil dari elemen atau individu dari populasi yang telah ditentukan sebelumnya, dimana sampel ini nantinya akan digunakan sebagai subjek atau sumber data dalam pengamatan atau eksperimen sesuai dengan tujuan penelitian (Firmansyah & Dede, 2022). Dalam penelitian ini Teknik sampel yang akan digunakan ialah *probability sampling* dengan jenis *simple random sampling*. Dimana hal tersebut dilakukan karena setiap elemen atau individu dalam populasi yang berjumlah 336 orang tersebut memiliki kesempatan yang jelas dan setara untuk dapat terpilih sebagai bagian dari sampel.

#### **3.5 Sumber Data**

Sumber data yang dijadikan landasan dalam penelitian ini ialah mencakup:

1. Data primer

Data primer merupakan data yang dihimpun dan didapatkan secara langsung oleh peneliti dari sumber pertama di lokasi penelitian dengan tujuan dapat menyelesaikan dan memecahkan masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini yang menjadi data primer ialah data disonansi kognitif yang dihimpun dari sampel penelitian dengan menggunakan kuesioner disonansi kognitif.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang dihimpun dari sumber kedua yang didapatkan dari beberapa jenis penelitian terdahulu, buku, *website*, skripsi, tesis, dan atau jurnal di berbagai platform baik secara *online* maupun secara *offline* yang selaras dengan penelitian yang sedang dilakukan. Dalam penelitian ini yang dijadikan data sekunder ialah teori teori serta dimensi yang dijadikan sebagai bahan kuesioner disonansi kognitif.

### **3.6 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk menghimpun data yang digunakan penelitian ini ialah dengan menggunakan metode:

1. Kuesioner

Menurut Cahyo et al (2019) adalah sebuah metode pengumpulan data atau informasi yang menggunakan formulir berisi pertanyaan yang diisi oleh sejumlah responden. Tujuannya adalah untuk memperoleh tanggapan atau jawaban yang kemudian akan dianalisis oleh pihak yang memiliki tujuan khusus. Selain itu, kuesioner juga sering digunakan sebagai teknik untuk menilai barang atau layanan yang sedang berjalan.

2. Wawancara

Wawancara merupakan proses interaksi yang dilakukan oleh seseorang dengan narasumber yang berupa dialog langsung dengan memiliki tujuan utama dari wawancara ini adalah untuk mengumpulkan informasi secara menyeluruh, obyektif, dan akurat (Harahap, 2019). Dalam penggunaan teknik wawancara sendiri, alat atau instrumen yang digunakan dapat berupa panduan wawancara (*interview guide*) atau daftar periksa (*checklist*).

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan langkah-langkah yang dilakukan untuk mengumpulkan dan menampilkan informasi dengan berbagai jenis format, termasuk teks, gambar, audio,

atau video, yang digunakan untuk menggambarkan atau merekam suatu peristiwa, informasi, atau proses tertentu.

### 3.7 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan perangkat atau alat yang digunakan dalam suatu studi untuk mengumpulkan data atau mengukur berbagai variabel yang relevan (Muslihin et al., 2022).

Dalam penelitian ini instrumen penelitiannya meliputi:

1. Laptop Lenovo ideapad slim 3
2. Smartphone iphone xs
3. Kuesioner disonansi kognitif
4. Microsoft word 2022
5. Microsoft excel 2022
6. *Software IBM SPSS 25*

### 3.8 Metode Pengolahan Data

#### 3.8.1 Analisis Deskriptif

Menurut Muzakir & Ependi (2019) analisis deskriptif merupakan proses penguraian dan penjelasan situasi atau fenomena yang tengah berlangsung saat ini dengan menggunakan metode ilmiah untuk menyelidiki permasalahan yang sedang terjadi.

#### 3.8.2 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji statistik yang digunakan untuk mengetahui kevalidan atau keabsahan suatu kuesioner. Dalam uji validitas terdapat beberapa kriteria pengambilan keputusan yang meliputi:

1.  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka item pertanyaan dinyatakan valid.
2.  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka item pertanyaan dinyatakan tidak valid.
3.  $r_{hitung} > r_{tabel}$  tapi dengan nilai negatif, maka item pertanyaan dinyatakan tidak valid.

#### 3.8.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji statistik yang digunakan untuk mengukur konsistensi jawaban dari setiap item kuisisioner yang disebar. Yang mana dalam uji ini kriteria pengambilan keputusan meliputi:

1. *Cronbach Alpha*  $> 0,6$  maka variabel tersebut dinyatakan reliabel.

2.  $0,5 < Cronbach\ Alpha < 0,6$  maka variabel tersebut reliabilitasnya diragukan.
3.  $Cronbach\ Alpha < 0,5$  maka variabel tersebut dinyatakan tidak reliabel.

#### **3.8.4 Uji Pilot study**

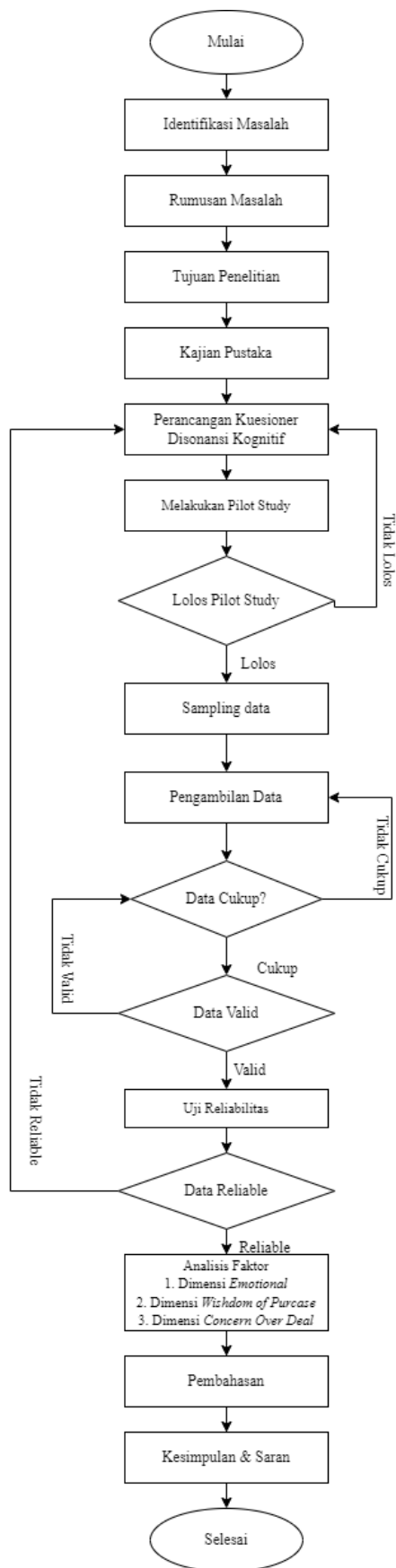
*Pilot study* digunakan untuk mencoba instrumen yang telah dikembangkan sebelum mengimplementasikannya pada peserta penelitian. Setelah instrumen, seperti kuesioner, dianalisis dan diuraikan, langkah selanjutnya adalah melakukan uji coba pada sejumlah responden. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen tersebut objektif dan mudah dimengerti sebelum digunakan pada kelompok peserta penelitian yang lebih besar.

#### **3.8.5 Analisis Faktor**

Menurut Knekta et al (2019) menjelaskan bahwa analisis faktor adalah alat statistik yang membantu peneliti dalam menginvestigasi dan mengonfirmasi hubungan antara item atau pertanyaan dalam survei.

### **3.9 Alur Penelitian**

Berikut merupakan alur penelitian yang akan dilaksanakan dalam penelitian ini



Gambar 3.1 Alur Penelitian



Berikut merupakan penjabaran dari alur penelitian yang sudah disajikan diatas:

1. Identifikasi Masalah

Pada tahap ini dilakukan identifikasi masalah apa yang terjadi, pada tahapan ini dilakukan dengan cara melakukan observasi langsung ke lapangan.

2. Rumusan Masalah

Pada tahap ini dilakukan perumusan masalah dari identifikasi masalah yang ada. Dalam penelitian ini rumusan masalah mengenai disonansi kognitif yang mempengaruhi masyarakat Dusun Cijorong dalam menggunakan operator telepon seluler Indosat Ooredoo

3. Tujuan Penelitian

Setelah dilakukan perumusan masalah, langkah selanjutnya ialah menentukan tujuan dari penelitian ini. Adapun tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui apakah terdapat faktor disonansi kognitif yang mempengaruhi masyarakat Dusun Cijorong dalam menggunakan operator telepon seluler Indosat Ooredoo. Untuk mengetahui faktor apa sajakah yang mengakibatkan terjadinya disonansi kognitif terhadap masyarakat Dusun Cijorong dalam menggunakan operator telepon seluler Indosat Ooredoo. Serta dapat memberikan saran apa terhadap hasil analisis yang didapat.

4. Kajian Pustaka

Pada tahap ini dilakukan pencarian teori yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, hal tersebut bertujuan untuk memudahkan proses penelitian yang akan dijalankan. Dimana dalam kajian Pustaka ini meliputi kajian induktif dan kajian deduktif

5. Perancangan Kuesioner Disonansi Kognitif

Pada tahap ini dilakukan perncangan kuesioner yang akan digunakan untuk mrngrtahui faktor apa saja yang yang mengakibatkan terjadinya disonansi kognitif terhadap masyarakat Dusun Cijorong dalam menggunakan operator telepon seluler Indosat Ooredoo

6. Melakukan *Pilot study*

Pada tahap ini ditujukan untuk mengetahui apakah kuesioner yang sudah dirancang dapat dipahami oleh responden. Pada tahap ini dilakuan uji *pilot study* meliputi *face*

*validity* (uji dilakukan kepada *expert*) dan *content validity* (uji dilakukan terhadap narasumber atau responden)

#### 7. Pengambilan Data

Pada tahapan ini dilakukan pengumpulan segala jenis data yang dibutuhkan oleh peneliti untuk melakukan penelitian ini.

#### 8. Sampling Data

Pada tahapan ini dilakukan pengujian terhadap data yang sudah dikumpulkan pada saat pengumpulan data dengan tujuan untuk mengetahui kecukupan data yang akan dilakukan perhitungan.

#### 9. Uji Statistik

Melakukan uji statistik yang meliputi uji validitas dan reliabilitas dimana uji validitas digunakan untuk mengetahui kevalidan atau keabsahan suatu kuesioner dan analisis uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi jawaban dari setiap item kuisisioner yang disebar.

#### 10. Analisis Faktor

Pada tahapan ini dilakukan Analisa data terkait faktor faktor apa saja yang membentuk disonansi kognitif pada masyarakat sesuai dengan jawaban kuesioner yang telah dihimpun.

#### 11. Pembahasan

Pada tahapan ini dilakukan pembahasan dan analisis terkait hasil pengolahan data yang dilakukan.

#### 12. Kesimpulan & Saran

Pada tahapan ini dilakukan penarikan kesimpulan dari penelitian yang sudah dilaksanakan dengan maksud untuk menjawab tujuan penelitian serta memberikan saran untuk penelitian yang akan datang.

**BAB IV**  
**PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

**4.1. Pilot Study**

Tujuan dari uji *Pilot Study* dalam penelitian ini adalah untuk mengevaluasi seberapa efektif alat survei yang akan dibagikan kepada responden. Dalam penelitian ini, validasi pengujian *Pilot Study* dilakukan dengan menggunakan variabel-variabel yang dapat mempengaruhi disonansi kognitif. Pengujian ini dilakukan untuk mengevaluasi penyajian instrumen dari sudut pandang ahli dan orang awam, serta untuk mengevaluasi akurasi item yang diukur. Berikut ini adalah pertanyaan yang digunakan dalam instrumen *Pilot Study*.

Tabel 4.1 Instrumen Pertanyaan *Pilot Study*

No	Pertanyaan
1	Apakah metode pengumpulan informasi yang digunakan dalam instrumen ini sesuai dengan metode yang lazim digunakan dalam penelitian sejenis?
2	Apakah struktur dan urutan pertanyaan dalam instrumen ini mengalir dengan baik dan mudah diikuti?
3	Apakah ada istilah atau frasa dalam instrumen ini yang mungkin tidak familiar atau sulit dipahami oleh responden?
4	Apakah instruksi cukup jelas untuk diikuti?
5	Apakah setiap pertanyaan dalam instrumen ini dirumuskan dengan jelas dan tidak ambigu?
6	Apakah survei terlalu panjang?
7	Apakah jumlah pertanyaan dalam instrumen ini masih masuk akal dan tidak terlalu banyak?
8	Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan survey?
9	Apakah terdapat pertanyaan yang sensitif?
10	Apakah pola pertanyaan dalam instrumen ini memiliki alur yang konsisten dan tidak membingungkan?
11	Apakah tipe pertanyaan terlalu monoton?
12	Apakah pertanyaan sesuai dan relevan untuk mengukur konsep yang ingin diukur oleh peneliti?
13	Apakah Anda memiliki saran atau komentar lain yang dapat membantu meningkatkan kualitas instrumen survei ini?

#### 4.1.1 Melakukan *Pilot Study*

Pengujian *Pilot Study* ini dilakukan terhadap 3 orang responden yang terdiri dari ahli (expert) serta calon responden dalam penelitian ini. Berikut rekapitulasi hasil yang didapat setelah melakukan uji *Pilot Study*.

Tabel 4.2 Rekapitulasi Hasil Uji *Pilot Study*

No	Responden	Hasil
1	Responden 1 (Dosen Teknik Industri Universitas Islam Indonesia)	<p>Kuesioner sudah menggunakan metode yang lazim digunakan untuk menghimpun informasi yang diinginkan.</p> <p>Struktur dan pernyataan dalam kuesioner ini sudah memiliki alur yang tepat dan sesuai.</p> <p>Istilah atau frasa sudah familiar dimata umum.</p> <p>Instruksi sudah cukup jelas untuk diikuti</p> <p>Pertanyaan sudah dieumuskan dengan cukup jelas dan tidak ambigu.</p> <p>Survei tidak terlalu panjang dan memakan waktu.</p> <p>Pertanyaan yang ada masih cukup masuk akal untuk diikuti.</p> <p>Waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan keseluruhan survei ialah 10 menit.</p> <p>Tidak terdapat pertanyaan sensitif dalam survei ini.</p> <p>Pola pertanyaan memiliki alur yang cukup konsisten dan tidak terlalu membingungkan.</p> <p>Tipe pertanyaan tidak terlalu monoton.</p> <p>Petanyaan sudah sesuai dan relevan.</p> <p>Tidak ada saran dan komentar.</p>
2	Responden 2 (Masyarakat Dusun Cijorong)	<p>Kuesioner sudah menggunakan metode yang lazim digunakan untuk menghimpun informasi yang diinginkan.</p> <p>Struktur dan pernyataan dalam kuesioner ini sudah memiliki alur yang tepat dan sesuai.</p> <p>Istilah atau frasa sudah familiar dimata umum.</p> <p>Instruksi sudah cukup jelas untuk diikuti</p> <p>Pertanyaan sudah dieumuskan dengan cukup jelas dan tidak ambigu.</p> <p>Survei tidak terlalu panjang dan memakan waktu.</p>

No	Responden	Hasil
		<p>Pertanyaan yang ada masih cukup masuk akal untuk diikuti.</p> <p>Waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan keseluruhan survei ialah 10 menit.</p> <p>Tidak terdapat pertanyaan sensitif dalam survei ini.</p> <p>Pola pertanyaan memiliki alur yang cukup konsisten dan tidak terlalu membingungkan.</p> <p>Tipe pertanyaan tidak terlalu monoton.</p> <p>Petanyaan sudah sesuai dan relevan.</p> <p>Tidak ada saran dan komentar.</p>
3	Responden 3 (Masyarakat Dusun Cijorong)	<p>Kuesioner sudah menggunakan metode yang lazim digunakan untuk menghimpun informasi yang diinginkan.</p> <p>Struktur dan pernyataan dalam kuesioner ini sudah memiliki alur yang tepat dan sesuai.</p> <p>Istilah atau frasa sudah familiar dimata umum.</p> <p>Instruksi sudah cukup jelas untuk diikuti</p> <p>Pertanyaan sudah dieumuskan dengan cukup jelas dan tidak ambigu.</p> <p>Survei tidak terlalu panjang dan memakan waktu.</p> <p>Pertanyaan yang ada masih cukup masuk akal untuk diikuti.</p> <p>Waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan keseluruhan survei ialah 10 menit.</p> <p>Tidak terdapat pertanyaan sensitif dalam survei ini.</p> <p>Pola pertanyaan memiliki alur yang cukup konsisten dan tidak terlalu membingungkan.</p> <p>Tipe pertanyaan tidak terlalu monoton.</p> <p>Petanyaan sudah sesuai dan relevan.</p> <p>Tidak ada saran dan komentar.</p>

#### 4.1.2 Hasil *Pilot Study*

Berikut merupakan kesimpulan yang dihimpun dari hasil kuesioner *Pilot Study* terhadap 3 orang responden terpilih.

Tabel 4.3 Hasil Kuesioner *Pilot Study*

No	Inti Pertanyaan	Tanggapan
1	Terminologi yang digunakan	Sudah sesuai dan mudah dimengerti
2	Instruksi pada kuesioner	Cukup jelas dan mudah dipahami
3	Kejelasan pertanyaan	Jelas dan dipahami secara logis
4	Format/alur pertanyaan	Sudah tersusun secara runtut
5	Panjang pertanyaan	Tidak terlalu Panjang
6	Waktu pengisian	10 menit
7	Adanya pertanyaan sensitif	Tidak ditemukan pertanyaan sensitif
8	Cara mendapatkan informasi	Dengan cara yang wajar
9	Relevan terhadap yang akan diukur	Relevan dengan konsep yang akan diukur
10	Masukan lain terhadap kuesioner	Tidak ada

#### 4.2. *Sampling Data*

Dalam penelitian ini Teknik sampel yang akan digunakan ialah *probability sampling* dengan jenis *simple random sampling*. Dimana hal tersebut dilakukan karena setiap elemen atau individu dalam populasi yang berjumlah 336 orang tersebut memiliki kesempatan yang jelas dan setara untuk dapat terpilih sebagai bagian dari sampel. Untuk menentukan sampel dalam penelitian ini dapat diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \dots\dots\dots (3)$$

$$n = \frac{336}{1 + 336 (0,1)^2} = 77,06 \sim 80$$

Keterangan

n : Jumlah sampel yang diperlukan

N : Jumlah populasi

e : Tingkat erorr

#### 4.3. Karakteristik Responden

##### 4.3.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut merupakan hasil rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang dihimpun dari data 80 orang responden.

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Laki-Laki	37	46,3
Perempuan	43	53,7
<b>Jumlah</b>	<b>80</b>	<b>100</b>

#### 4.3.2 Karakteristik Berdasarkan Usia

Berikut merupakan hasil rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan usia yang dihimpun dari data 80 orang responden.

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
16-25 tahun	36	45
26-35 tahun	27	33,75
35-45 tahun	10	12,5
>46	7	8,75
<b>Jumlah</b>	<b>80</b>	<b>100</b>

#### 4.3.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Berikut merupakan hasil rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang dihimpun dari data 80 orang responden.

Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	27	33,75
PNS/ASN	12	15
Wiraswasta	13	16,25
Ibu Rumah Tangga	21	26,25
Karyawan Swasta	1	1,25
Tendik Honorer	1	1,25
Petani	1	1,25
Tidak Bekerja	4	5
<b>Jumlah</b>	<b>80</b>	<b>100</b>

#### 4.3.4 Karakteristik Berdasarkan Alasan Memilih Menggunakan Indosat Ooredoo

Berikut merupakan hasil rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan alasan memilih menggunakan Indosat Ooredoo yang dihimpun dari data 80 orang responden.

Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Memilih Menggunakan Operator Seluler Indosat Ooredoo

Alasan Memilih	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Keinginan Sendiri	69	86,3
Ajakan dari Teman	10	12,5
Ajakan dari Saudara	1	1,2
<b>Jumlah</b>	<b>80</b>	<b>100</b>

#### 4.4. Kuesioner Disonansi Kognitif

##### 4.4.1 Dimensi *Emotional*

*Emotional* merujuk pada ketidaknyamanan psikologis yang dialami oleh seseorang setelah mereka membuat keputusan dalam pemilihan. Indikator *emotional* yang berkaitan dengan pemilihan tersebut meliputi perasaan putus asa, benci, kecewa terhadap diri sendiri, rasa takut, perasaan hampa, kemarahan, ketidaknyamanan, merasa telah mengecewakan diri sendiri, rasa kesal, frustrasi, perasaan sakit hati, merasa tertekan, kemarahan pada diri sendiri, perasaan muak, dan penderitaan. Berikut adalah tanggapan yang diberikan oleh Masyarakat Dusun Cijorong terkait dengan indikator-indikator tersebut.

Tabel 4.8 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Dimensi *Emotional*

Indikator Penelitian	Frekuensi (orang)					Total Frekuensi (orang)	Persentase (%)					Total Persen (%)
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
1	26	14	17	9	14	80	32,5	17,5	21,3	11,3	17,5	100
2	28	13	17	13	9	80	35	16,3	21,3	16,3	11,3	100
3	30	14	18	11	7	80	37,5	17,5	22,5	13,8	8,8	100
4	24	17	17	13	9	80	30	21,3	21,3	16,3	11,3	100
5	31	12	16	12	9	80	38,8	15	20	15	11,3	100
6	29	14	15	13	9	80	36,3	17,5	18,8	16,3	11,3	100
7	29	14	17	8	12	80	36,3	17,5	17	10	15	100
8	29	13	18	12	8	80	36,3	16,3	18	12	10	100



Indikator Penelitian	Frekuensi (orang)					Total Frekuensi (orang)	Persentase (%)					Total Persen (%)
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
9	25	14	15	15	11	80	31,3	17,5	18,8	18,8	13,8	100
10	32	15	14	7	12	80	40	18,8	14	7	12	100
11	32	14	17	10	7	80	40	17,5	21,3	12,5	8,8	100
12	30	16	14	10	10	80	37,5	20	17,5	12,5	12,5	100
13	29	17	16	7	11	80	36,3	21,3	20	8,8	13,8	100
14	33	15	14	12	6	80	41,3	18,8	17,5	15	7,5	100
15	31	18	13	8	10	80	38,8	22,5	16,3	10	12,5	100

#### 4.4.2 Dimensi *Wisdom of Purchase*

*Wisdom of Purchase* merujuk pada ketidaknyamanan yang dirasakan oleh masyarakat Dusun Cijorong setelah mereka memilih untuk menggunakan operator seluler Indosat Ooredoo. Pada tahap ini, mereka merenungkan apakah mereka benar-benar membutuhkan operator seluler Indosat Ooredoo atau apakah pilihan mereka sudah sesuai. Indikator *Wisdom of Purchase* meliputi: Sangat merasa membutuhkan operator seluler Indosat Ooredoo. Merasa bahwa seharusnya mereka memilih menggunakan operator seluler Indosat Ooredoo. Yakin bahwa mereka telah membuat pilihan yang tepat dengan memilih menggunakan operator seluler Indosat Ooredoo. Percaya bahwa mereka telah mengambil keputusan yang benar dengan memilih menggunakan operator seluler Indosat Ooredoo. Di bawah ini adalah tanggapan dari masyarakat Dusun Cijorong dalam menggunakan operator seluler Indosat Ooredoo.

Tabel 4.9 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Dimensi *wisdom of Purchase*

Indikator Penelitian	Frekuensi (orang)					Total Frekuensi (orang)	Frekuensi (orang)					Total Persen (%)
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
16	7	12	17	19	25	80	8,8	15	21,3	23,8	31,3	100
17	7	14	19	17	23	80	8,8	17,5	23,8	21,3	28,7	100
18	5	11	20	17	27	80	6,3	13,8	25	21,3	33,8	100
19	7	12	19	17	25	80	8,8	15	23,8	21,3	31,3	100

#### 4.4.3 Dimensi *Concern over deal*

*Concern over deal* merujuk pada ketidaknyamanan yang dialami oleh Masyarakat Dusun Cijorong setelah mereka memilih menggunakan Operator Seluler Indosat Ooredoo. Pada tahap ini, mereka merasa khawatir apakah keputusan mereka dipengaruhi oleh orang-orang di sekitar mereka yang mungkin memiliki pendapat yang berbeda atau bertentangan dengan kemauan atau kepercayaan mereka. Indikator *Concern over deal* mencakup: Merasa mungkin akan tertipu dengan pilihan yang telah mereka buat. Merasa telah melakukan suatu tindakan bodoh. Mengalami kebingungan apakah ada yang salah dengan pilihan yang telah mereka buat. Berikut adalah tanggapan dari Masyarakat Dusun Cijorong setelah mereka memilih menggunakan Operator Seluler Indosat Ooredoo.

Tabel 4.10 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Dimensi *Concern over deal*

Indikator Penelitian	Frekuensi (orang)					Total Frekuensi (orang)	Frekuensi (orang)					Total Persen (%)
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
20	19	23	22	10	6	80	23,8	28,7	27,5	12,5	7,5	100
21	30	23	17	9	5	80	37,5	23,8	21,3	11,3	6,3	100
22	21	17	20	13	9	80	26,3	21,3	25	16,3	11,3	100

#### 4.5. Uji Validitas dan uji Reliabilitas

Valid berarti bahwa data yang dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian sesuai dengan tujuan penelitian. Sedangkan reliabel berarti bahwa data yang dihasilkan konsisten dan stabil. Untuk memastikan bahwa data yang diperoleh adalah valid dan reliabel, dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas. Dalam penelitian ini, uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan melibatkan 80 responden.

##### 4.5.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji statistik yang digunakan untuk mengetahui kevalidan atau keabsahan suatu kuesioner. Dalam uji validitas terdapat beberapa kriteria pengambilan keputusan yang meliputi:

1.  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka item pertanyaan dinyatakan valid.
2.  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka item pertanyaan dinyatakan tidak valid.
3.  $r_{hitung} > r_{tabel}$  tapi dengan nilai negatif, maka item pertanyaan dinyatakan tidak valid.

Berikut merupakan hasil dari uji validitas yang dihimpun dari data 80 orang responden dengan menggunakan *software IBM SPSS 25* dengan nilai ttabel 95%.

Tabel 4.11 Hasil Rekapitulasi Uji Validitas

No	Indikator	Rhitung	R tabel	Validitas
<b><i>Dimensi emotinal</i></b>				
1	Merasa Putus Asa	0,779	0,220	<i>Valid</i>
2	Merasa Benci	0,904	0,220	<i>Valid</i>
3	Mersa Kecewa dengan Diri Sendiri	0,901	0,220	<i>Valid</i>
4	Merasa Takut	0,867	0,220	<i>Valid</i>
5	Merasa Hampa	0,895	0,220	<i>Valid</i>
6	Merasa Marah	0,901	0,220	<i>Valid</i>
7	Merasa Tidak Nyaman	0,884	0,220	<i>Valid</i>
8	Merasa Mengecewakan Diri Sendiri	0,878	0,220	<i>Valid</i>
9	Merasa Kesal	0,908	0,220	<i>Valid</i>
10	Merasa Frustrasi	0,851	0,220	<i>Valid</i>
11	Merasa Sakit hati	0,773	0,220	<i>Valid</i>
12	Merasa Tertekan	0,881	0,220	<i>Valid</i>
13	Merasa Marah dengan Diri Sendiri	0,884	0,220	<i>Valid</i>
14	Merasa Muak	0,773	0,220	<i>Valid</i>
15	Merasa Menderita	0,885	0,220	<i>Valid</i>
<b><i>Dimensi Wisdom of Purchase</i></b>				
16	Merasa Sangat Membutuhkan Pilihan Ini	0,953	0,220	<i>Valid</i>
17	Merasa Seharusnya Memilih Pilihan Ini	0,920	0,220	<i>Valid</i>
18	Merasa Telah Membuat Pilihan yang Tepat	0,929	0,220	<i>Valid</i>

No	Indikator	Rhitung	R tabel	Validitas
19	Merasa Telah Melakukan Hal yang Benar	0,913	0,220	Valid
<b><i>Dimensi Concern over deal</i></b>				
20	Merasa Tertipu dengan Pilihan Sendiri	0,892	0,220	Valid
21	Merasa Telah Melakukan Suatu Kebodohan	0,896	0,220	Valid
22	Merasa Mengalami Kebingungan	0,903	0,220	Valid

#### 4.5.2 Uji reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji statistik yang digunakan untuk mengukur konsistensi jawaban valid yang telah dinyatakan dalam pengujian sebelumnya dengan menggunakan standar berikut:

1. *Cronbach Alpha* > 0,6 maka variabel tersebut dinyatakan reliable.
2.  $0,5 < \textit{Cronbach Alpha} < 0,6$  maka variabel tersebut reliabilitasnya diragukan.
3. *Cronbach Alpha* < 0,5 maka variabel tersebut dinyatakan tidak reliable.

Berikut merupakan hasil dari uji reliabilitas yang dihipung dari data 80 orang responden dengan menggunakan *software IBM SPSS 25* dengan nilai ttabel 95%.

Tabel 4.12 Hasil Rekapitulasi Uji Reliabilitas

Dimensi	<i>Cronbach Alpha</i>
<i>Emotional</i>	0,976
<i>Wisdom of Purchase</i>	0,947
<i>Concern Over Deal</i>	0,878

#### 4.6. Analisis Faktor

Analisis faktor adalah sebuah teknik statistik yang digunakan untuk mengeksplorasi dan mengungkap hubungan antara beragam variabel independen yang saling terkait. Tujuan utamanya adalah untuk mengurangi kompleksitas data dengan merangkum variabel-variabel awal menjadi satu atau lebih variabel utama yang lebih sedikit.

#### 4.6.1 Dimensi *Emotional*

##### 1. *KMO and Bartlett's Test* Dimensi *Emotional*

*KMO and Bartlett's Test* digunakan untuk menilai apakah variabel tertentu dapat diteruskan ke dalam analisis faktor. Hal ini dilakukan dengan memeriksa nilai *KMO-MSA* (*Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy*). Jika nilai *KMO-MSA* melebihi 0,50, maka analisis faktor dapat dilanjutkan. Berikut merupakan hasil *KMO and Bartlett's Test* dimensi *emotional* yang diuji dengan menggunakan *software IBM SPSS 25*.

Tabel 4.13 Hasil Uji *KMO and Bartlett's Test* Dimensi *Emotional*

<b>KMO and Bartlett's Test</b>		
<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>		.923
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>	1472.370
	<i>df</i>	105
	<i>Sig.</i>	.000

Dari hasil analisis data dalam tabel diatas, dapat diamati bahwa *MSA* memiliki nilai sebesar 0,923, yang melebihi ambang batas 0,5 ( $MSA > 0,5$ ). Ini menunjukkan bahwa variabel masih memiliki kapasitas untuk dilakukan prediksi dan analisis lebih lanjut. Selain itu, nilai *Signifikansi* (*Sig*) adalah 0,000, yang lebih rendah dari tingkat *Signifikansi* 0,05 ( $Sig < 0,05$ ). Oleh karena itu, hipotesis nol ( $H_0$ ) dapat ditolak, hal ini mengindikasikan bahwa variabel tersebut telah cukup baik dan relevan untuk analisis lebih lanjut

## 2. *Anti-image Matrices* Dimensi *Emotional*

*Anti-image Matrices* digunakan untuk menentukan variabel mana yang cocok untuk digunakan dalam analisis faktor. Salah satu syarat utama dalam analisis faktor adalah memiliki nilai  $MSA > 0,50$ . Berikut merupakan hasil *Anti-image Matrices* dimensi *emotional* yang diuji dengan menggunakan *software IBM SPSS 25*.

Tabel 4.14 Hasil Uji *Anti-image Matrices* Dimensi *Emotional*

### *Anti-image Matrices*

		Putus Asa	Benci	Kecewa	Takut	Hampa	Marah	Tidak Nyama n	Mengecewak an Diri Sendiri	Kesal	Frusta si	Sakit Hati	Tertek an	Marah dengan Diri Sendiri	Muak	Mender ita
<i>Anti-image</i>	Putus Asa	.280	-.059	-.008	-.088	-.035	-.011	-.012	.050	.056	-.058	-.038	-.014	.028	.041	.028
<i>Covariance</i>	Benci	-.059	.146	-.039	-.007	-.020	.020	-.026	.009	-.004	.023	-.042	.015	-.013	.027	-.068
	Kecewa	-.008	-.039	.154	-.025	.019	-.038	-.019	.004	.000	-.015	.030	-.009	-.033	-.050	.024
	Takut	-.088	-.007	-.025	.164	.019	-.022	.004	-.058	-.038	.036	.048	-.010	-.028	-.023	.003
	Hampa	-.035	-.020	.019	.019	.155	-.045	.017	-.055	-.043	.012	.043	-.014	-.033	-.055	.009
	Marah	-.011	.020	-.038	-.022	-.045	.126	-.047	.016	-.028	.039	-.035	.013	.015	.026	-.043
	Tidak Nyaman	-.012	-.026	-.019	.004	.017	-.047	.117	-.049	-.013	-.057	.055	.034	-.021	-.026	.013
	Mengecewaka n Diri Sendiri	.050	.009	.004	-.058	-.055	.016	-.049	.172	.011	-.009	-.024	-.033	.036	.009	-.027
	Kesal	.056	-.004	.000	-.038	-.043	-.028	-.013	.011	.143	-.049	-.041	-.021	-.003	.021	.028
	Frustasi	-.058	.023	-.015	.036	.012	.039	-.057	-.009	-.049	.153	-.049	-.028	.011	.045	-.059
	Sakit Hati	-.038	-.042	.030	.048	.043	-.035	.055	-.024	-.041	-.049	.191	.017	-.067	-.119	.006

*Anti-image Matrices*

	Putus Asa	Benci	Kecewa	Takut	Hampa	Marah	Tidak Nyama n	Mengecewak an Diri Sendiri	Kesal	Frusta si	Sakit Hati	Tertek an	Marah dengan Diri Sendiri	Muak	Mender ita
Tertekan	-.014	.015	-.009	-.010	-.014	.013	.034	-.033	-.021	-.028	.017	.163	-.058	-.059	-.041
Marah dengan Diri Sendiri	.028	-.013	-.033	-.028	-.033	.015	-.021	.036	-.003	.011	-.067	-.058	.182	.025	-.002
Muak	.041	.027	-.050	-.023	-.055	.026	-.026	.009	.021	.045	-.119	-.059	.025	.241	-.009
Menderita	.028	-.068	.024	.003	.009	-.043	.013	-.027	.028	-.059	.006	-.041	-.002	-.009	.160
<i>Anti-image Correlation</i>															
Putus Asa	.910 <sup>a</sup>	-.289	-.040	-.411	-.167	-.056	-.065	.230	.282	-.279	-.163	-.066	.123	.158	.131
Benci	-.289	.936 <sup>a</sup>	-.263	-.048	-.134	.149	-.198	.054	-.030	.155	-.253	.098	-.078	.145	-.443
Kecewa	-.040	-.263	.956 <sup>a</sup>	-.157	.120	-.276	-.143	.025	.002	-.099	.175	-.057	-.195	-.259	.151
Takut	-.411	-.048	-.157	.929 <sup>a</sup>	.117	-.156	.028	-.344	-.246	.227	.271	-.064	-.163	-.115	.016
Hampa	-.167	-.134	.120	.117	.932 <sup>a</sup>	-.322	.126	-.335	-.289	.077	.249	-.086	-.198	-.283	.055
Marah	-.056	.149	-.276	-.156	-.322	.922 <sup>a</sup>	-.388	.110	-.205	.284	-.223	.090	.097	.148	-.304
Tidak Nyaman	-.065	-.198	-.143	.028	.126	-.388	.909 <sup>a</sup>	-.349	-.099	-.424	.372	.247	-.143	-.155	.094
Mengecewaka n Diri Sendiri	.230	.054	.025	-.344	-.335	.110	-.349	.933 <sup>a</sup>	.071	-.057	-.132	-.200	.206	.044	-.164
Kesal	.282	-.030	.002	-.246	-.289	-.205	-.099	.071	.941 <sup>a</sup>	-.334	-.249	-.137	-.018	.115	.185
Frustrasi	-.279	.155	-.099	.227	.077	.284	-.424	-.057	-.334	.893 <sup>a</sup>	-.290	-.178	.068	.234	-.380
Sakit Hati	-.163	-.253	.175	.271	.249	-.223	.372	-.132	-.249	-.290	.849 <sup>a</sup>	.096	-.361	-.556	.036
Tertekan	-.066	.098	-.057	-.064	-.086	.090	.247	-.200	-.137	-.178	.096	.944 <sup>a</sup>	-.337	-.297	-.251
Marah dengan Diri Sendiri	.123	-.078	-.195	-.163	-.198	.097	-.143	.206	-.018	.068	-.361	-.337	.945 <sup>a</sup>	.118	-.010

*Anti-image Matrices*

	Putus Asa	Benci	Kecewa	Takut	Hampa	Marah	Tidak Nyama n	Mengecewak an Diri Sendiri	Kesal	Frusta si	Sakit Hati	Tertek an	Marah dengan Diri Sendiri	Muak	Mender ita
Muak	.158	.145	-.259	-.115	-.283	.148	-.155	.044	.115	.234	-.556	-.297	.118	.890 <sup>a</sup>	-.044
Menderita	.131	-.443	.151	.016	.055	-.304	.094	-.164	.185	-.380	.036	-.251	-.010	-.044	.928 <sup>a</sup>

a. *Measures of Sampling Adequacy(MSA)*

Dari hasil analisis data dalam tabel diatas, dapat dilihat bahwa semua dari ke 15 faktor dimensi *emotional* memiliki nilai *MSA* di atas 0,5. Hal ini berarti semua faktor dapat diteruskan untuk analisis lebih lanjut, dan tidak diperlukan penghapusan faktor apapun. Oleh karena itu, tidak ada kebutuhan untuk menjalankan pengujian ulang terhadap faktor-faktor tersebut.



### 3. *Communalities* Dimensi *Emotional*

*Communalities* mengindikasikan apakah suatu variabel mampu menjelaskan faktor atau tidak. Variabel dianggap mampu menjelaskan faktor jika nilai Ekstraksi > 0,50. Berikut merupakan hasil *Communalities* dimensi *emotional* yang diuji dengan menggunakan *software IBM SPSS 25*.

Tabel 4.15 Hasil Uji *Communalities* Dimensi *Emotional*

	<i>Initial</i>	<i>Extractio n</i>
Putus Asa	1.000	.600
Benci	1.000	.817
Kecewa	1.000	.815
Takut	1.000	.754
Hampa	1.000	.804
Marah	1.000	.815
Tidak Nyaman	1.000	.785
Mengecewakan Diri Sendiri	1.000	.775
Kesal	1.000	.826
Frustasi	1.000	.721
Sakit Hati	1.000	.592
Tertekan	1.000	.776
Marah dengan Diri Sendiri	1.000	.783
Muak	1.000	.596
Menderita	1.000	.783

*Extraction Method: Principal Component  
Analysis.*

Berdasarkan hasil analisis data dalam tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa semua variabel memiliki nilai *Extraction* yang melebihi 0,50. Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan bahwa semua variabel dapat digunakan untuk menjelaskan faktor-faktor yang terlibat dalam penelitian ini.

#### 4. *Total Variance Explained* Dimensi *Emotional*

*Total Variance Explained* menggambarkan nilai dari masing-masing variabel yang dianalisis. Terdapat dua jenis analisis varian, yaitu *Initial Eigenvalues* yang menunjukkan faktor yang terbentuk, dan *Extraction Sums of Squared Loadings* yang menunjukkan jumlah variasi atau faktor yang dapat terbentuk. Berikut merupakan hasil *Total Variance Explained* dimensi *emotional* yang diuji dengan menggunakan *software IBM SPSS 25*.

Tabel 4.16 Hasil Uji *Total Variance Explained* Dimensi *Emotional*

<i>Component</i>	<i>Initial Eigenvalues</i>			<i>Extraction Sums of Squared Loadings</i>		
	<i>Total</i>	<i>% of Variance</i>	<i>Cumulative %</i>	<i>Total</i>	<i>% of Variance</i>	<i>Cumulative %</i>
1	11.241	74.939	74.939	11.241	74.939	74.939
2	.879	5.860	80.799			
3	.572	3.810	84.609			
4	.454	3.027	87.637			
5	.303	2.020	89.657			
6	.263	1.754	91.411			
7	.252	1.679	93.089			
8	.231	1.537	94.626			
9	.179	1.192	95.818			
10	.160	1.065	96.883			
11	.135	.899	97.782			
12	.117	.779	98.561			
13	.094	.626	99.188			
14	.070	.466	99.654			
15	.052	.346	100.000			

*Extraction Method: Principal Component Analysis.*

Berdasarkan hasil pengujian yang tercantum dalam tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa hanya satu faktor yang berhasil terbentuk. Hal ini dikarenakan ketika menguji dengan satu faktor, nilai *Eigenvalues* melebihi 1 (satu), sedangkan untuk dua faktor, nilai *Eigenvalues* jatuh di bawah 1 (satu), yaitu sebesar 0,879. Oleh karena itu, proses faktorisasi harus dihentikan dan hanya satu faktor yang perlu dipertimbangkan. Selain itu, dalam bagian Extraction Sums of Squared *Loadings* juga menunjukkan bahwa jumlah variasi atau banyaknya faktor yang dapat terbentuk adalah satu variasi faktor saja, dengan nilai sebesar 11,241.

#### 5. *Component Matrix s* Dimensi *Emotional*

*Component Matrix* menggambarkan nilai korelasi antara variabel dan faktor yang terbentuk. Berikut merupakan hasil *Component Matrix* dimensi *emotional* yang diuji dengan menggunakan *software IBM SPSS 25*.

Tabel 4.17 Hasil Uji *Component Matrix* Dimensi *Emotional*

<i>Component Matrix</i> <sup>a</sup>	
	<i>Component</i>
	1
Putus Asa	.775
Benci	.904
Kecewa	.903
Takut	.868
Hampa	.897
Marah	.903
Tidak Nyaman	.886
Mengecewakan Diri	.880
Sendiri	
Kesal	.909
Frustasi	.849
Sakit Hati	.770
Tertekan	.881
Marah dengan Diri	.885
Sendiri	

**Component Matrix <sup>a</sup>**

	Component 1
Muak	.772
Menderita	.885

*Extraction Method: Principal*

*Component Analysis.*

*a. 1 Components extracted.*

Berdasarkan hasil pengujian yang tercantum dalam tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa satu faktor adalah jumlah yang paling optimal. Faktor ini menggambarkan distribusi ke-15 variabel yang ada dalam penelitian. Angka-angka dalam tabel diatas mencerminkan faktor *loadings*, yang mengindikasikan tingkat korelasi antara setiap variabel dengan faktor yang terbentuk.

#### 4.6.2 Dimensi *Wisdom of Purchase*

##### 1. *KMO and Bartlett's Test* Dimensi *Wisdom of Purchase*

*KMO and Bartlett's Test* digunakan untuk menilai apakah variabel tertentu dapat diteruskan ke dalam analisis faktor. Hal ini dilakukan dengan memeriksa nilai *KMO-MSA* (*Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy*). Jika nilai *KMO-MSA* melebihi 0,50, maka analisis faktor dapat dilanjutkan. Berikut merupakan hasil *KMO and Bartlett's Test* dimensi *Wisdom of Purchase* yang diuji dengan menggunakan *software IBM SPSS 25*

Tabel 4.18 Hasil Uji *KMO and Bartlett's Test* Dimensi *Wisdom of Purchase*

<b><i>KMO and Bartlett's Test</i></b>		
<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>		.848
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>	309.791
	<i>df</i>	6
	<i>Sig.</i>	.000

Dari hasil analisis data dalam tabel diatas, dapat diamati bahwa *MSA* dimensi *Wisdom of Purchase* memiliki nilai sebesar 0,848, yang melebihi ambang batas 0,5 ( $MSA > 0,5$ ). Ini menunjukkan bahwa variabel masih memiliki kapasitas untuk dilakukan prediksi dan analisis

lebih lanjut. Selain itu, nilai *Signifikansi (Sig)* adalah 0,000, yang lebih rendah dari tingkat *Signifikansi* 0,05 ( $Sig < 0,05$ ). Oleh karena itu, hipotesis nol ( $H_0$ ) dapat ditolak, hal ini mengindikasikan bahwa variabel tersebut telah cukup baik dan relevan untuk analisis lebih lanjut.

## 2. *Anti-image Matrices* Dimensi *Wisdom of Purchase*

*Anti-image Matrices* digunakan untuk menentukan variabel mana yang cocok untuk digunakan dalam analisis faktor. Salah satu syarat utama dalam analisis faktor adalah memiliki nilai *MSA*  $> 0,50$ . Berikut merupakan hasil *Anti-image Matrices* dimensi *Wisdom of Purchase* yang diuji dengan menggunakan *software IBM SPSS 25*.

Tabel 4.19 Hasil Uji *Anti-image Matrices* Dimensi *Wisdom of Purchase*

		<i>Anti-image Matrices</i>			
		Sangat Membutuhkan Pilihan Ini	Seharusnya Memilih Pilihan Ini	Telah Membuat Pilihan yang Tepat	Telah Melakukan Hal yang Benar
<i>Anti-image Covariance</i>	Sangat Membutuhkan Pilihan Ini	.156	-.108	-.075	-.054
	Seharusnya Memilih Pilihan Ini	-.108	.233	-.024	-.029
	Telah Membuat Pilihan yang Tepat	-.075	-.024	.226	-.095
	Telah Melakukan Hal yang Benar	-.054	-.029	-.095	.277
<i>Anti-image Correlation</i>	Sangat Membutuhkan Pilihan Ini	.797 <sup>a</sup>	-.566	-.399	-.260
	Seharusnya Memilih Pilihan Ini	-.566	.850 <sup>a</sup>	-.107	-.115

*Anti-image Matrices*

	Sangat Membutuh kan Pilihan Ini	Seharusnya Memilih Pilihan Ini	Telah Membuat Pilihan yang Tepat	Telah Melakukan Hal yang Benar
Telah Membuat Pilihan yang Tepat	-.399	-.107	.864 <sup>a</sup>	-.382
Telah Melakukan Hal yang Benar	-.260	-.115	-.382	.894 <sup>a</sup>

a. *Measures of Sampling Adequacy (MSA)*

Dari hasil analisis data dalam tabel diatas, dapat dilihat bahwa semua dari ke 4 faktor dimensi *Wisdom of Purchase* memiliki nilai *MSA* di atas 0,5. Hal ini berarti semua faktor dapat diteruskan untuk analisis lebih lanjut, dan tidak diperlukan penghapusan faktor apapun. Oleh karena itu, tidak ada kebutuhan untuk menjalankan pengujian ulang terhadap faktor-faktor tersebut

3. *Communalities* Dimensi *Wisdom of Purchase*

*Communalities* mengindikasikan apakah suatu variabel mampu menjelaskan faktor atau tidak. Variabel dianggap mampu menjelaskan faktor jika nilai Ekstraksi > 0,50. Berikut merupakan hasil *Communalities* dimensi *Wisdom of Purchase* yang diuji dengan menggunakan *software IBM SPSS 25*.

Tabel 4.20 Hasil Uji *Communalities* dimensi *Wisdom of Purchase*

	<i>Initial</i>	<i>Extractio n</i>
Sangat Membutuhkan Pilihan Ini	1.000	.910
Seharusnya Memilih Pilihan Ini	1.000	.844

Telah Membuat Pilihan yang Tepat	1.000	.865
Telah Melakukan Hal yang Benar	1.000	.832

*Extraction Method: Principal Component Analysis.*

Berdasarkan hasil analisis data dalam tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam dimensi *Wisdom of Purchase* memiliki nilai *Extraction* yang melebihi 0,50. Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan bahwa semua variabel dapat digunakan untuk menjelaskan faktor-faktor yang terlibat dalam penelitian ini.

#### 4. *Total Variance Explained* Dimensi *Wisdom of Purchase*

*Total Variance Explained* menggambarkan nilai dari masing-masing variabel yang dianalisis. Terdapat dua jenis analisis varian, yaitu *Initial Eigenvalues* yang menunjukkan faktor yang terbentuk, dan *Extraction Sums of Squared Loadings* yang menunjukkan jumlah variasi atau faktor yang dapat terbentuk. Berikut merupakan hasil *Total Variance Explained* dimensi *Wisdom of Purchase* yang diuji dengan menggunakan *software IBM SPSS 25*.

Tabel 4.21 *Total Variance Explained* dimensi *Wisdom of Purchase*

<i>Component</i>	<i>Initial Eigenvalues</i>			<i>Extraction Sums of Squared Loadings</i>		
	<i>Total</i>	<i>% of Variance</i>	<i>Cumulative %</i>	<i>Total</i>	<i>% of Variance</i>	<i>Cumulative %</i>
1	3.451	86.281	86.281	3.451	86.281	86.281
2	.258	6.447	92.728			
3	.180	4.509	97.238			
4	.110	2.762	100.000			

*Extraction Method: Principal Component Analysis.*

Berdasarkan hasil pengujian yang tercantum dalam tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa hanya satu faktor yang berhasil terbentuk. Hal ini dikarenakan ketika menguji dengan satu faktor, nilai *Eigenvalues* melebihi 1 (satu), sedangkan untuk dua faktor, nilai *Eigenvalues* jatuh

di bawah 1 (satu), yaitu sebesar 0,258. Oleh karena itu, proses faktorisasi harus dihentikan dan hanya satu faktor yang perlu dipertimbangkan. Selain itu, dalam bagian Extraction Sums of Squared *Loadings* juga menunjukkan bahwa jumlah variasi atau banyaknya faktor yang dapat terbentuk adalah satu variasi faktor saja, dengan nilai sebesar 3,451.

#### 5. *Component Matrix s* Dimensi *Wisdom of Purchase*

*Component Matrix* menggambarkan nilai korelasi antara variabel dan faktor yang terbentuk. Berikut merupakan hasil *Component Matrix* dimensi *Wisdom of Purchase* yang diuji dengan menggunakan *software IBM SPSS 25*.

Tabel 4.22 Hasil Uji *Component Matrix* dimensi *Wisdom of Purchase*

***Component Matrix*<sup>a</sup>**

	<i>Component</i> 1
Sangat Membutuhkan Pilihan Ini	.954
Seharusnya Memilih Pilihan Ini	.919
Telah Membuat Pilihan yang Tepat	.930
Telah Melakukan Hal yang Benar	.912

*Extraction Method: Principal*

*Component Analysis.*

*a. 1 Components extracted.*

Berdasarkan hasil pengujian yang tercantum dalam tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa satu faktor adalah jumlah yang paling optimal. Faktor ini menggambarkan distribusi ke-4 variabel yang ada dalam penelitian. Angka-angka dalam tabel diatas mencerminkan faktor *loadings*, yang mengindikasikan tingkat korelasi antara setiap variabel dengan faktor yang terbentuk

### 4.6.3 Dimensi *Concern Over Deal*

#### 1. *KMO and Bartlett's Test* Dimensi *Concern Over Deal*



*KMO and Bartlett's Test* digunakan untuk menilai apakah variabel tertentu dapat diteruskan ke dalam analisis faktor. Hal ini dilakukan dengan memeriksa nilai *KMO-MSA (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy)*. Jika nilai *KMO-MSA* melebihi 0,50, maka analisis faktor dapat dilanjutkan. Berikut merupakan hasil *KMO and Bartlett's Test* dimensi *Concern Over Deal* yang diuji dengan menggunakan *software IBM SPSS 25*.

Tabel 4.23 Hasil Uji *KMO and Bartlett's Test* dimensi *Concern Over Deal*

<b><i>KMO and Bartlett's Test</i></b>		
<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>		.745
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>	121.651
	<i>df</i>	3
	<i>Sig.</i>	.000

Dari hasil analisis data dalam tabel diatas, dapat diamati bahwa *MSA* dimensi *Concern Over Deal* memiliki nilai sebesar 0,745, yang melebihi ambang batas 0,5 ( $MSA > 0,5$ ). Ini menunjukkan bahwa variabel masih memiliki kapasitas untuk dilakukan prediksi dan analisis lebih lanjut. Selain itu, nilai *Signifikansi (Sig)* adalah 0,000, yang lebih rendah dari tingkat *Signifikansi* 0,05 ( $Sig < 0,05$ ). Oleh karena itu, hipotesis nol ( $H_0$ ) dapat ditolak, hal ini mengindikasikan bahwa variabel tersebut telah cukup baik dan relevan untuk analisis lebih lanjut.

## 2. *Anti-image Matrices* Dimensi *Concern Over Deal*

*Anti-image Matrices* digunakan untuk menentukan variabel mana yang cocok untuk digunakan dalam analisis faktor. Salah satu syarat utama dalam analisis faktor adalah memiliki nilai *MSA*  $> 0,50$ . Berikut merupakan hasil *Anti-image Matrices* dimensi *Concern Over Deal* yang diuji dengan menggunakan *software IBM SPSS 25*.

Tabel 4.24 Hasil Uji *Anti-image Matrices* dimensi *Concern Over Deal*

<b><i>Anti-image Matrices</i></b>		
Tertipu dengan Pilihan Sendiri	Telah Melakukan Suatu Kebodohan	Mengalami Kebingungan

<i>Anti-image Covariance</i>	Tertipu dengan Pilihan Sendiri	.415	-.171	-.171
	Telah Melakukan Suatu Kebodohan	-.171	.413	-.172
	Mengalami Kebingungan	-.171	-.172	.414
<i>Anti-image Correlation</i>	Tertipu dengan Pilihan Sendiri	.745 <sup>a</sup>	-.414	-.413
	Telah Melakukan Suatu Kebodohan	-.414	.744 <sup>a</sup>	-.417
	Mengalami Kebingungan	-.413	-.417	.744 <sup>a</sup>

a. *Measures of Sampling Adequacy(MSA)*

Dari hasil analisis data dalam tabel diatas, dapat dilihat bahwa semua dari ke 3 faktor dimensi *Concern Over Deal* memiliki nilai *MSA* di atas 0,5. Hal ini berarti semua faktor dapat diteruskan untuk analisis lebih lanjut, dan tidak diperlukan penghapusan faktor apapun. Oleh karena itu, tidak ada kebutuhan untuk menjalankan pengujian ulang terhadap faktor-faktor tersebut

3. *Communalities* Dimensi *Concern Over Deal*

*Communalities* mengindikasikan apakah suatu variabel mampu menjelaskan faktor atau tidak. Variabel dianggap mampu menjelaskan faktor jika nilai Ekstraksi > 0,50. Berikut merupakan hasil *Communalities* dimensi *Concern Over Deal* yang diuji dengan menggunakan *software IBM SPSS 25*.

Tabel 4.25 Hasil Uji *Communalities* dimensi *Concern Over Deal*

	<i>Communalities</i>	
	<i>Initial</i>	<i>Extractio n</i>
Tertipu dengan Pilihan Sendiri	1.000	.804

**Communalities**

	<i>Initial</i>	<i>Extraction</i> <i>n</i>
Telah Melakukan Suatu Kebodohan	1.000	.805
Mengalami Kebingungan	1.000	.805

*Extraction Method: Principal Component  
Analysis.*

Berdasarkan hasil analisis data dalam tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam dimensi memiliki nilai *Extraction* yang melebihi 0,50. Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan bahwa semua variabel dapat digunakan untuk menjelaskan faktor-faktor yang terlibat dalam penelitian ini.

#### 4. *Total Variance Explained Dimensi Concern Over Deal*

*Total Variance Explained* menggambarkan nilai dari masing-masing variabel yang dianalisis. Terdapat dua jenis analisis varian, yaitu *Initial Eigenvalues* yang menunjukkan faktor yang terbentuk, dan *Extraction Sums of Squared Loadings* yang menunjukkan jumlah variasi atau faktor yang dapat terbentuk. Berikut merupakan hasil *Total Variance Explained* dimensi *Concern Over Deal* yang diuji dengan menggunakan *software IBM SPSS 25*.

Tabel 4.26 *Total Variance Explained* dimensi *Concern Over Deal*

<i>Component</i>	<i>Initial Eigenvalues</i>			<i>Extraction Sums of Squared Loadings</i>		
	<i>Total</i>	<i>% of Variance</i>	<i>Cumulative %</i>	<i>Total</i>	<i>% of Variance</i>	<i>Cumulative %</i>
1	2.415	80.495	80.495	2.415	80.495	80.495
2	.293	9.780	90.275			
3	.292	9.725	100.000			

*Extraction Method: Principal Component Analysis.*

Berdasarkan hasil pengujian yang tercantum dalam tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa hanya satu faktor yang berhasil terbentuk. Hal ini dikarenakan ketika menguji dengan satu

faktor, nilai *Eigenvalues* melebihi 1 (satu), sedangkan untuk dua faktor, nilai *Eigenvalues* jatuh di bawah 1 (satu), yaitu sebesar 0,293. Oleh karena itu, proses faktorisasi harus dihentikan dan hanya satu faktor yang perlu dipertimbangkan. Selain itu, dalam bagian Extraction Sums of Squared *Loadings* juga menunjukkan bahwa jumlah variasi atau banyaknya faktor yang dapat terbentuk adalah satu variasi faktor saja, dengan nilai sebesar 2,415.

#### 5. *Component Matrix s* Dimensi *Concern Over Deal*

*Component Matrix* menggambarkan nilai korelasi antara variabel dan faktor yang terbentuk. Berikut merupakan hasil *Component Matrix* dimensi *Concern Over Deal* yang diuji dengan menggunakan *software IBM SPSS 25*.

Tabel 4.27 Hasil Uji *Component Matrix* dimensi *Concern Over Deal*

<b><i>Component Matrix</i><sup>a</sup></b>	
	<i>Component</i>
	1
Tertipu dengan Pilihan Sendiri	.897
Telah Melakukan Suatu Kebodohan	.897
Mengalami Kebingungan	.897
<i>Extraction Method: Principal Component Analysis.</i>	
<i>a. 1 Components extracted.</i>	

Berdasarkan hasil pengujian yang tercantum dalam tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa satu faktor adalah jumlah yang paling optimal. Faktor ini menggambarkan distribusi ke-3 variabel yang ada dalam penelitian. Angka-angka dalam tabel diatas mencerminkan faktor *loadings*, yang mengindikasikan tingkat korelasi antara setiap variabel dengan faktor yang terbentuk.

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

#### **5.1 Analisis Karakteristik Responden**

Dari hasil rekapitulasi data karakteristik responden, peneliti mengelompokkan data responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, alasan memilih menggunakan Operator Seluler Indosat Ooredoo. Dari hasil data jenis kelamin, responden laki-laki memiliki persentase sebanyak 46,3% atau sebanyak 37 orang, sedangkan untuk persentase responden perempuan yaitu 53,7% atau 43 orang, sehingga jumlah keseluruhan responden sebanyak 80 orang responden. Berdasarkan usia, persentase tertinggi dihimpun oleh rentang usia 16-25 tahun dengan persentasenya sebanyak 45% atau 36 orang, kemudian pada rentan usia 26-35 tahun berpersentase sebanyak 33,75% atau sebanyak 27 orang, rentang usia 35-45 dengan persentase 12,5% atau 10 orang serta 8,75% atau 7 orang responden berusia lebih dari 46 tahun. berdasarkan karakteristik pekerjaan, pelajar/mahasiswa memiliki persentase terbanyak dari keseluruhan responden yaitu 33,75% atau sebanyak 27 orang. Selanjutnya diikuti oleh ibu rumah tangga sebanyak 21 orang atau 26,25% dari keseluruhan responden, wiraswasta dengan 16,25% atau 13 orang, PNS/ASN dengan persentase 15% atau 12 orang, tidak bekerja dengan persentase 5% atau 4 orang, dan sisa lainnya yaitu karyawan swasta, tendik honorer, petani dengan masing masing sebanyak 1 orang responden atau dengan masing masing persentase yaitu 1,25%. Berdasarkan alasan memilih menggunakan Operator Seluler Indosat Ooredoo, persentase terbanyak ialah pada alasan alasan keinginan diri sendiri dimana 86,3% atau 69 orang dari jumlah keseluruhan responnden memilih alasan tersebut, kemudian alasan ajakan dari teman mewakili 12,5 % dari total keseluruhan responden atau sebanyak 10 orang, serta sisanya memilih alasan ajakan dari saudara dengan persentase 1,2% atau sebanyak 1 orang.

#### **5.2 Analisis Uji *Pilot Study***

Berdasarkan hasil uji *Pilot Study* yang dilakukan terhadap 3 orang responden yang terdiri dari ahli (*expert*) serta calon responden dalam penelitian ini didapatkan bahwa kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian ini memiliki terminologi yang sudah sesuai dan mudah dimengerti, instruksi yang terkandung dalam kuesioner sudah cukup jells dan mudah dipahami, pertanyaan memiliki pertanyaan yang jelas dan dapat dipahami secara logis, memiliki format atau alur yang tersusun secara runtut, pertanyaan yang diajukan tidak terlalu panjang dengan waktu pengisian

selama 10 menit, tidak ditemukannya pertanyaan sensitive dalam kuesioner, serta kuesioner sudah relevan dengan konsep yang akan diukur dan informasinya didapatkan secara wajar.

### **5.3 Analisis Kuesioner Disonansi Kognitif**

#### **5.2.1 Dimensi *Emotional***

*Emotional* merujuk pada ketidaknyamanan psikologis yang dialami oleh seseorang setelah mereka membuat keputusan dalam pemilihan. Indikator *emotional* yang berkaitan dengan pemilihan tersebut meliputi perasaan putus asa (1), benci (2), kecewa terhadap diri sendiri (3), rasa takut (4), perasaan hampa (5), kemarahan (6), ketidaknyamanan (7), merasa telah mengecewakan diri sendiri (8), rasa kesal (9), frustrasi (10), perasaan sakit hati (11), merasa tertekan (12), kemarahan pada diri sendiri (13), perasaan muak (14), dan penderitaan (15).

Berdasarkan tabel rekapitulasi hasil pengumpulan data yang dihimpun, faktor pertama dimensi *emotional* yaitu perasaan putus asa (1) memperoleh tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 26 responden, Tidak Setuju (TS) sebanyak 14 responden, Netral (N) sebanyak 17 responden, Setuju (S) sebanyak 9 responden, serta Sangat Setuju (ST) sebanyak 14 responden.

Berdasarkan tabel rekapitulasi hasil pengumpulan data yang dihimpun, faktor ke-2 dimensi *emotional* yaitu benci (2) memperoleh tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 28 responden, Tidak Setuju (TS) sebanyak 13 responden, Netral (N) sebanyak 17 responden, Setuju (S) sebanyak 13 responden, serta Sangat Setuju (ST) sebanyak 9 responden.

Berdasarkan tabel rekapitulasi hasil pengumpulan data yang dihimpun, faktor ke-3 dimensi *emotional* yaitu kecewa terhadap diri sendiri (3) memperoleh tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 30 responden, Tidak Setuju (TS) sebanyak 14 responden, Netral (N) sebanyak 18 responden, Setuju (S) sebanyak 11 responden, serta Sangat Setuju (ST) sebanyak 7 responden.

Berdasarkan tabel rekapitulasi hasil pengumpulan data yang dihimpun, faktor ke-4 dimensi *emotional* yaitu rasa takut (4) memperoleh tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 24 responden, Tidak Setuju (TS) sebanyak 17 responden, Netral (N) sebanyak 17 responden, Setuju (S) sebanyak 13 responden, serta Sangat Setuju (ST) sebanyak 9 responden.

Berdasarkan tabel rekapitulasi hasil pengumpulan data yang dihimpun, faktor ke-5 dimensi *emotional* yaitu perasaan hampa (5) memperoleh tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 31 responden, Tidak Setuju (TS) sebanyak 12 responden, Netral (N) sebanyak 16 responden, Setuju (S) sebanyak 12 responden, serta Sangat Setuju (ST) sebanyak 9 responden.

Berdasarkan tabel rekapitulasi hasil pengumpulan data yang dihimpun, faktor ke-6 dimensi *emotional* yaitu kemarahan (6) memperoleh tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 29 responden, Tidak Setuju (TS) sebanyak 14 responden, Netral (N) sebanyak 15 responden, Setuju (S) sebanyak 13 responden, serta Sangat Setuju (ST) sebanyak 9 responden.

Berdasarkan tabel rekapitulasi hasil pengumpulan data yang dihimpun, faktor ke-7 dimensi *emotional* yaitu ketidaknyamanan (7) memperoleh tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 29 responden, Tidak Setuju (TS) sebanyak 14 responden, Netral (N) sebanyak 17 responden, Setuju (S) sebanyak 8 responden, serta Sangat Setuju (ST) sebanyak 12 responden.

Berdasarkan tabel rekapitulasi hasil pengumpulan data yang dihimpun, faktor ke-8 dimensi *emotional* yaitu merasa telah mengecewakan diri sendiri (8) memperoleh tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 29 responden, Tidak Setuju (TS) sebanyak 13 responden, Netral (N) sebanyak 18 responden, Setuju (S) sebanyak 12 responden, serta Sangat Setuju (ST) sebanyak 8 responden.

Berdasarkan tabel rekapitulasi hasil pengumpulan data yang dihimpun, faktor ke-9 dimensi *emotional* yaitu rasa kesal (9) memperoleh tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 25 responden, Tidak Setuju (TS) sebanyak 14 responden, Netral (N) sebanyak 15 responden, Setuju (S) sebanyak 15 responden, serta Sangat Setuju (ST) sebanyak 11 responden.

Berdasarkan tabel rekapitulasi hasil pengumpulan data yang dihimpun, faktor ke-10 dimensi *emotional* yaitu frustrasi (10) memperoleh tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 32 responden, Tidak Setuju (TS) sebanyak 15 responden, Netral (N) sebanyak 14 responden, Setuju (S) sebanyak 7 responden, serta Sangat Setuju (ST) sebanyak 12 responden.

Berdasarkan tabel rekapitulasi hasil pengumpulan data yang dihimpun, faktor ke-11 dimensi *emotional* yaitu perasaan sakit hati (11) memperoleh tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 32 responden, Tidak Setuju (TS) sebanyak 14 responden, Netral (N) sebanyak 17 responden, Setuju (S) sebanyak 10 responden, serta Sangat Setuju (ST) sebanyak 7 responden.

Berdasarkan tabel rekapitulasi hasil pengumpulan data yang dihimpun, faktor ke-12 dimensi *emotional* yaitu merasa tertekan (12) memperoleh tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 30 responden, Tidak Setuju (TS) sebanyak 16 responden, Netral (N) sebanyak 14 responden, Setuju (S) sebanyak 10 responden, serta Sangat Setuju (ST) sebanyak 10 responden.

Berdasarkan tabel rekapitulasi hasil pengumpulan data yang dihimpun, faktor ke-13 dimensi *emotional* yaitu kemarahan pada diri sendiri (13) memperoleh tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 29 responden, Tidak Setuju (TS) sebanyak 17 responden, Netral (N) sebanyak 16 responden, Setuju (S) sebanyak 7 responden, serta Sangat Setuju (ST) sebanyak 11 responden.

Berdasarkan tabel rekapitulasi hasil pengumpulan data yang dihimpun, faktor ke-14 dimensi *emotional* yaitu perasaan muak (14) memperoleh tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 33 responden, Tidak Setuju (TS) sebanyak 15 responden, Netral (N) sebanyak 14 responden, Setuju (S) sebanyak 12 responden, serta Sangat Setuju (ST) sebanyak 6 responden.

Berdasarkan tabel rekapitulasi hasil pengumpulan data yang dihimpun, faktor ke-15 dimensi *emotional* yaitu perasaan muak (14) memperoleh tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 31 responden, Tidak Setuju (TS) sebanyak 18 responden, Netral (N) sebanyak 13 responden, Setuju (S) sebanyak 8 responden, serta Sangat Setuju (ST) sebanyak 10 responden.

Berdasarkan dari tanggapan yang dihimpun dari 80 orang responden terhadap dimensi *emotional* yaitu tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) memiliki persentase rata-rata sebanyak 36,50%, tanggapan Tidak Setuju (TS) dengan rata-rata persentase 18,33%, tanggapan Netral (N) dengan persentase rata-rata 19,83%, tanggapan Setuju (S) dengan persentase rata-rata 13,33%, serta Sangat Setuju (ST) dengan persentase rata-rata sebesar 12%.

### **5.2.2 Dimensi *Wisdom of Purchase***

*Wisdom of Purchase* merujuk pada ketidaknyamanan yang dirasakan oleh masyarakat Dusun Cijorong setelah mereka memilih untuk menggunakan operator seluler Indosat Ooredoo. Pada tahap ini, mereka merenungkan apakah mereka benar-benar membutuhkan operator seluler Indosat Ooredoo atau apakah pilihan mereka sudah sesuai. Indikator *Wisdom of Purchase* meliputi: Sangat merasa membutuhkan operator seluler Indosat Ooredoo (16). Merasa bahwa seharusnya mereka memilih menggunakan operator seluler Indosat Ooredoo (17). Yakin bahwa mereka telah membuat pilihan yang tepat dengan memilih menggunakan operator seluler Indosat Ooredoo (18). Percaya bahwa mereka telah mengambil keputusan yang benar dengan memilih menggunakan operator seluler Indosat Ooredoo (19).

Berdasarkan tabel rekapitulasi hasil pengumpulan data yang dihimpun, faktor ke-16 pada dimensi *Wisdom of Purchase* Sangat merasa membutuhkan operator seluler Indosat Ooredoo (16) memperoleh tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 7 responden, Tidak Setuju



(TS) sebanyak 12 responden, Netral (N) sebanyak 17 responden, Setuju (S) sebanyak 19 responden, serta Sangat Setuju (ST) sebanyak 25 responden.

Berdasarkan tabel rekapitulasi hasil pengumpulan data yang dihimpun, faktor ke-17 dimensi *Wisdom of Purchase* yaitu Merasa bahwa seharusnya mereka memilih menggunakan operator seluler Indosat Ooredoo (17) memperoleh tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 7 responden, Tidak Setuju (TS) sebanyak 14 responden, Netral (N) sebanyak 19 responden, Setuju (S) sebanyak 17 responden, serta Sangat Setuju (ST) sebanyak 23 responden.

Berdasarkan tabel rekapitulasi hasil pengumpulan data yang dihimpun, faktor ke-18 dimensi *Wisdom of Purchase* yaitu Yakin bahwa mereka telah membuat pilihan yang tepat dengan memilih menggunakan operator seluler Indosat Ooredoo (18) memperoleh tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 5 responden, Tidak Setuju (TS) sebanyak 11 responden, Netral (N) sebanyak 20 responden, Setuju (S) sebanyak 17 responden, serta Sangat Setuju (ST) sebanyak 27 responden.

Berdasarkan tabel rekapitulasi hasil pengumpulan data yang dihimpun, faktor ke-19 dimensi *Wisdom of Purchase* yaitu Percaya bahwa mereka telah mengambil keputusan yang benar dengan memilih menggunakan operator seluler Indosat Ooredoo (19) memperoleh tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 7 responden, Tidak Setuju (TS) sebanyak 12 responden, Netral (N) sebanyak 19 responden, Setuju (S) sebanyak 17 responden, serta Sangat Setuju (ST) sebanyak 25 responden.

Berdasarkan dari tanggapan yang dihimpun dari 80 orang responden terhadap dimensi *Wisdom of Purchase* yaitu tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) memiliki persentase rata-rata sebanyak 8,31%, tanggapan Tidak Setuju (TS) dengan rata-rata persentase 15,31%, tanggapan Netral (N) dengan persentase rata-rata 23,44%, tanggapan Setuju (S) dengan persentase rata-rata 21,88%, serta Sangat Setuju (ST) dengan persentase rata-rata sebesar 31,25%.

### **5.2.3 Dimensi *Concern over deal***

*Concern over deal* merujuk pada ketidaknyamanan yang dialami oleh Masyarakat Dusun Cijorong setelah mereka memilih menggunakan Operator Seluler Indosat Ooredoo. Pada tahap ini, mereka merasa khawatir apakah keputusan mereka dipengaruhi oleh orang-orang di sekitar mereka yang mungkin memiliki pendapat yang berbeda atau bertentangan dengan kemauan atau kepercayaan mereka. Indikator *Concern over deal* mencakup: Merasa mungkin akan tertipu dengan pilihan yang telah mereka buat (20). Merasa telah melakukan suatu tindakan

bodoh (21). Mengalami kebingungan apakah ada yang salah dengan pilihan yang telah mereka buat (22).

Berdasarkan tabel rekapitulasi hasil pengumpulan data yang dihimpun, faktor ke-20 dimensi *Concern over deal* yaitu merasa mungkin akan tertipu dengan pilihan yang telah mereka buat (20) memperoleh tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 19 responden, Tidak Setuju (TS) sebanyak 23 responden, Netral (N) sebanyak 22 responden, Setuju (S) sebanyak 10 responden, serta Sangat Setuju (ST) sebanyak 6 responden.

Berdasarkan tabel rekapitulasi hasil pengumpulan data yang dihimpun, faktor ke-21 dimensi *Concern over deal* yaitu merasa telah melakukan suatu tindakan bodoh (21) memperoleh tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 30 responden, Tidak Setuju (TS) sebanyak 23 responden, Netral (N) sebanyak 17 responden, Setuju (S) sebanyak 9 responden, serta Sangat Setuju (ST) sebanyak 5 responden.

Berdasarkan tabel rekapitulasi hasil pengumpulan data yang dihimpun, faktor ke-22 dimensi *Concern over deal* yaitu mengalami kebingungan apakah ada yang salah dengan pilihan yang telah mereka buat (22) memperoleh tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 21 responden, Tidak Setuju (TS) sebanyak 17 responden, Netral (N) sebanyak 20 responden, Setuju (S) sebanyak 13 responden, serta Sangat Setuju (ST) sebanyak 9 responden.

Berdasarkan dari tanggapan yang dihimpun dari 80 orang responden terhadap dimensi *Concern over deal* yaitu tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) memiliki persentase rata-rata sebanyak 28,69%, tanggapan Tidak Setuju (TS) dengan rata-rata persentase 25,82%, tanggapan Netral (N) dengan persentase rata-rata 24,18%, tanggapan Setuju (S) dengan persentase rata-rata 13,11%, serta Sangat Setuju (ST) dengan persentase rata-rata sebesar 8,20%.

#### **5.4 Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas**

Uji Validitas adalah suatu proses yang mengukur sejauh mana data yang terkumpul dalam penelitian sesuai dengan konsep yang diteliti. Data dikatakan valid jika tidak ada perbedaan antara data yang dikumpulkan dan fenomena yang sebenarnya di lapangan. Hasil uji validitas dalam penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh 22 item pertanyaan dalam kuesioner memiliki nilai r hitung yang lebih tinggi daripada r tabel dengan tingkat Signifikansi 5%, sehingga alat ukur atau kuesioner yang digunakan dianggap valid.

Uji Reliabilitas digunakan untuk menilai konsistensi jawaban dari setiap pertanyaan dalam kuesioner. Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini menunjukkan bahwa data dapat

diandalkan karena hasil statistik reliabilitas atau *Cronbach's Alpha* untuk setiap dimensi (*Emotional*, *Wisdom of Purchase*, dan *Concern over deal*) secara berurutan lebih besar dari 0,6 dengan masing masing nilai *Cronbach's Alpha* yaitu 0,976 untuk dimensi *emotional*, 0,947 untuk dimensi *Wisdom of Purchase*, dan 0,878 untuk dimensi *concern over deal*. Hal ini berarti data yang diperoleh dapat dianggap konsisten dan sesuai dengan situasi yang sebenarnya

## 5.5 Analisis Faktor

### 5.5.1 Dimensi *Emotional*

Uji analisis faktor pertama yang dilakukan terhadap dimensi *emotional* ialah *KMO and Bartlett's Test* yang digunakan untuk menilai apakah variabel tertentu dapat diteruskan ke dalam analisis faktor. Hal ini dilakukan dengan memeriksa nilai *KMO-MSA (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy)*. Jika nilai *KMO-MSA* melebihi 0,50, maka analisis faktor dapat dilanjutkan, berdasarkan hasil pengujian menggunakan software IBM SPSS pada tabel 4.13 dapat dilihat bahwa nilai *MSA* memiliki nilai yang lebih besar dari 0,5 ( $MSA > 0,5$ ) yaitu 0,923, dimana hal tersebut menunjukkan bahwa variabel masih dapat diprediksi dan dianalisis lebih lanjut. Selain itu, nilai *Signifikansi (Sig)* lebih kecil dari 0,05 ( $Sig < 0,05$ ) yaitu 0,000, sehingga  $H_0$  ditolak. Hal tersebut menandakan bahwa variabel tersebut sudah memadai untuk dianalisis lebih lanjut.

Pengujian ke-2 ialah *Anti-Image Matrices* digunakan untuk menentukan variabel mana yang cocok untuk digunakan dalam analisis faktor. Salah satu syarat utama dalam analisis faktor adalah memiliki nilai  $MSA > 0,50$ . Pada tabel 4.14 yang merupakan hasil uji *Anti-Image Matrices* pada dimensi *emotional* menunjukkan bahwa semua faktor dapat dianalisis lebih lanjut, tanpa perlu mengeluarkan faktor apa pun dan tidak diperlukan pengujian ulang hal tersebut dikarenakan nilai *MSA* dari semua faktor dimensi *emotional* melebihi 0,50 yaitu masing masing nilainya ialah 0,910 untuk faktor putus asa (1), 0,946 untuk faktor benci (2), 0,956 untuk faktor kecewa terhadap diri sendiri (3), 0,929 untuk faktor rasa takut (4), 0,932 untuk faktor perasaan hampa (5), 0,922 untuk faktor marah (6), 0,909 untuk faktor ketidaknyamanan (7), 0,933 untuk merasa telah mengecewakan diri sendiri (8), 0,941 untuk faktor rasa kesal (9), 0,893 untuk faktor frustrasi (10), 0,849 untuk faktor perasaan sakit hati (11), 0,944 untuk faktor merasa tertekan (12), 0,945 untuk faktor kemarahan pada diri sendiri (13), 0,890 untuk faktor perasaan muak (14), dan 0,928 untuk faktor penderitaan (15).

Pengujian ke-3 dalam analisis faktor dimensi *emotional* ialah *Communalities* yang digunakan untuk mengindikasikan apakah suatu variabel mampu menjelaskan faktor atau tidak.

Variabel dianggap mampu menjelaskan faktor jika nilai Ekstraksi  $> 0,50$ . Berdasarkan hasil uji *Communalities* yang ditunjukkan pada tabel 4,15 menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai *Extraction* yang melebihi 0,50. Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan bahwa semua variabel dapat digunakan untuk menjelaskan faktor-faktor yang terlibat dalam penelitian ini. Masing masing nilai *Extraction* pada semua faktor dimensi *emotional* ialah 0,600 untuk faktor putus asa (1), 0,817 untuk faktor benci (2), 0,815 untuk faktor kecewa terhadap diri sendiri (3), 0,754 untuk faktor rasa takut (4), 0,804 untuk faktor perasaan hampa (5), 0,815 untuk faktor marah (6), 0,785 untuk faktor ketidaknyamanan (7), 0,755 untuk merasa telah mengecewakan diri sendiri (8), 0,826 untuk faktor rasa kesal (9), 0,721 untuk faktor frustrasi (10), 0,596 untuk faktor perasaan sakit hati (11), 0,776 untuk faktor merasa tertekan (12), 0,783 untuk faktor kemarahan pada diri sendiri (13), 0,596 untuk faktor perasaan muak (14), dan 0,783 untuk faktor penderitaan (15).

Pengujian ke-4 dalam uji analisis faktor ialah *Total Variance Explained* yang menggambarkan nilai dari masing-masing variabel yang dianalisis. Dalam penelitian ini, terdapat 15 variabel, yang berarti ada 15 Komponen yang dianalisis. Dalam uji ini terdapat dua jenis analisis varian, yaitu *Initial Eigenvalues* yang menunjukkan faktor yang terbentuk, dan *Extraction Sums of Squared Loadings* yang menunjukkan jumlah variasi atau faktor yang dapat terbentuk. Berdasarkan hasil uji *Total Variance Explained* dimensi *emotional* pada tabel 4.16 dapat dilihat bahwa hanya terdapat satu faktor yang terbentuk. Hal ini dikarenakan ketika menguji dengan satu faktor, nilai *Initial Eigenvalues* melebihi 1 (satu), sedangkan untuk dua faktor, nilai *Eigenvalues* jatuh di bawah 1 (satu), yaitu sebesar 0,879. Oleh karena itu, proses faktorisasi harus dihentikan dan hanya satu faktor yang perlu dipertimbangkan. Selain itu, dalam bagian *Extraction Sums of Squared Loadings* juga menunjukkan bahwa jumlah variasi atau banyaknya faktor yang dapat terbentuk adalah satu variasi faktor saja, dengan nilai sebesar 11,241.

Pengujian ke-5 dalam analisis faktor ialah *Component Matrix* yang digunakan untuk menunjukkan nilai korelasi antara setiap variabel dengan faktor yang terbentuk. Pada tabel 4.17 yang merupakan hasil uji *Component Matrix* dimensi *emotional* menunjukkan bahwa bahwa satu faktor adalah jumlah yang paling optimal. Faktor ini menggambarkan distribusi ke-15 variabel yang ada dalam penelitian. Angka-angka dalam tabel 4.17 diatas mencerminkan faktor *loadings*, yang mengindikasikan tingkat korelasi antara setiap variabel dengan faktor yang terbentuk. Korelasi pada komponen 1 bernilai 0,775 untuk faktor putus asa (1), 0,904 untuk

faktor benci (2), 0,903 untuk faktor kecewa terhadap diri sendiri (3), 0,868 untuk faktor rasa takut (4), 0,897 untuk faktor perasaan hampa (5), 0,903 untuk faktor marah (6), 0,886 untuk faktor ketidaknyamanan (7), 0,880 untuk merasa telah mengecewakan diri sendiri (8), 0,909 untuk faktor rasa kesal (9), 0,849 untuk faktor frustrasi (10), 0,707 untuk faktor perasaan sakit hati (11), 0,881 untuk faktor merasa tertekan (12), 0,885 untuk faktor kemarahan pada diri sendiri (13), 0,772 untuk faktor perasaan muak (14), dan 0,885 untuk faktor penderitaan (15).

Berdasarkan hasil uji analisis faktor pada dimensi *emotional* dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor penentu utama pada variabel *emotional* ialah faktor ke 9 yaitu “kesal” hal tersebut dikarenakan bahwa pertanyaan bernada negatif sehingga Masyarakat Dusun Cijorong tidak merasa kesal setelah menggunakan Operator Seluler Indosat Ooredoo.

### 5.5.2 Dimensi *Wisdom of Purchase*

Uji analisis faktor pertama yang dilakukan terhadap dimensi *Wisdom of Purchase* ialah *KMO and Bartlett's Test* yang digunakan untuk menilai apakah variabel tertentu dapat diteruskan ke dalam analisis faktor. Hal ini dilakukan dengan memeriksa nilai *KMO-MSA (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy)*. Jika nilai *KMO-MSA* melebihi 0,50, maka analisis faktor dapat dilanjutkan, berdasarkan hasil pengujian menggunakan software IBM SPSS pada tabel 4.18 dapat dilihat bahwa nilai *MSA* memiliki nilai yang lebih besar dari 0,5 ( $MSA > 0,5$ ) yaitu 0,848, dimana hal tersebut menunjukkan bahwa variabel masih dapat diprediksi dan dianalisis lebih lanjut. Selain itu, nilai *Signifikansi (Sig)* lebih kecil dari 0,05 ( $Sig < 0,05$ ) yaitu 0,000, sehingga  $H_0$  ditolak. Hal tersebut menandakan bahwa variabel tersebut sudah memadai untuk dianalisis lebih lanjut.

Pengujian ke-2 ialah *Anti-Image Matrices* digunakan untuk menentukan variabel mana yang cocok untuk digunakan dalam analisis faktor. Salah satu syarat utama dalam analisis faktor adalah memiliki nilai  $MSA > 0,50$ . Pada tabel 4.19 yang merupakan hasil uji *Anti-Image Matrices* pada dimensi *Wisdom of Purchase* menunjukkan bahwa semua faktor dapat dianalisis lebih lanjut, tanpa perlu mengeluarkan faktor apa pun dan tidak diperlukan pengujian ulang hal tersebut dikarenakan nilai *MSA* dari semua faktor dimensi *Wisdom of Purchase* melebihi 0,50 yaitu masing masing nilainya ialah 0,797 untuk faktor sangat merasa membutuhkan operator seluler Indosat Ooredoo (16), 0,850 untuk faktor merasa bahwa seharusnya mereka memilih menggunakan operator seluler Indosat Ooredoo (17), 0,864 untuk faktor yakin bahwa mereka telah membuat pilihan yang tepat dengan memilih menggunakan operator seluler Indosat

Ooredoo (18), 0,894 untuk faktor percaya bahwa mereka telah mengambil keputusan yang benar dengan memilih menggunakan operator seluler Indosat Ooredoo (19).

Pengujian ke-3 dalam analisis faktor dimensi *Wisdon of Purchase* ialah *Communalities* yang digunakan untuk mengindikasikan apakah suatu variabel mampu menjelaskan faktor atau tidak. Variabel dianggap mampu menjelaskan faktor jika nilai Ekstraksi  $> 0,50$ . Berdasarkan hasil uji *Communalities* yang ditunjukkan pada tabel 4,20 menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai *Extraction* yang melebihi 0,50. Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan bahwa semua variabel dapat digunakan untuk menjelaskan faktor-faktor yang terlibat dalam penelitian ini. Masing masing nilai *Extraction* pada semua faktor dimensi *Wisdon of Purchase* ialah 0,910 untuk faktor sangat merasa membutuhkan operator seluler Indosat Ooredoo (16), 0,844 untuk faktor merasa bahwa seharusnya mereka memilih menggunakan operator seluler Indosat Ooredoo (17), 0,865 untuk faktor yakin bahwa mereka telah membuat pilihan yang tepat dengan memilih menggunakan operator seluler Indosat Ooredoo (18), 0,832 untuk faktor percaya bahwa mereka telah mengambil keputusan yang benar dengan memilih menggunakan operator seluler Indosat Ooredoo (19).

Pengujian ke-4 dalam uji analisis faktor ialah *Total Variance Explained* yang menggambarkan nilai dari masing-masing variabel yang dianalisis. Dalam penelitian ini, terdapat 4 variabel, yang berarti ada 4 komponen yang dianalisis. Dalam uji ini terdapat dua jenis analisis varian, yaitu *Initial Eigenvalues* yang menunjukkan faktor yang terbentuk, dan *Extraction Sums of Squared Loadings* yang menunjukkan jumlah variasi atau faktor yang dapat terbentuk. Berdasarkan hasil uji *Total Variance Explained* dimensi *Wisdon of Purchase* pada tabel 4.21 dapat dilihat bahwa hanya terdapat satu faktor yang terbentuk. Hal ini dikarenakan ketika menguji dengan satu faktor, nilai *Initial Eigenvalues* melebihi 1 (satu), sedangkan untuk dua faktor, nilai *Eigenvalues* jatuh di bawah 1 (satu), yaitu sebesar 0,258. Oleh karena itu, proses faktorisasi harus dihentikan dan hanya satu faktor yang perlu dipertimbangkan. Selain itu, dalam bagian *Extraction Sums of Squared Loadings* juga menunjukkan bahwa jumlah variasi atau banyaknya faktor yang dapat terbentuk adalah satu variasi faktor saja, dengan nilai sebesar 3,451.

Pengujian ke-5 dalam analisis faktor ialah *Component Matrix* yang digunakan untuk menunjukkan nilai korelasi antara setiap variabel dengan faktor yang terbentuk. Pada tabel 4.22

yang merupakan hasil uji *Component Matrix* dimensi *Wisdom of Purchase* menunjukkan bahwa bahwa satu faktor adalah jumlah yang paling optimal. Faktor ini menggambarkan distribusi ke-15 variabel yang ada dalam penelitian. Angka-angka dalam tabel 4.22 diatas mencerminkan faktor *loadings*, yang mengindikasikan tingkat korelasi antara setiap variabel dengan faktor yang terbentuk. Korelasi pada komponen 1 bernilai 0,954 untuk faktor sangat merasa membutuhkan operator seluler Indosat Ooredoo (16), 0,919 untuk faktor merasa bahwa seharusnya mereka memilih menggunakan operator seluler Indosat Ooredoo (17), 0,930 untuk faktor yakin bahwa mereka telah membuat pilihan yang tepat dengan memilih menggunakan operator seluler Indosat Ooredoo (18), 0,912 untuk faktor percaya bahwa mereka telah mengambil keputusan yang benar dengan memilih menggunakan operator seluler Indosat Ooredoo (19).

Berdasarkan hasil uji analisis faktor pada dimensi *Wisdom of Purchase* dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor penentu utama pada variabel *Wisdom of Purchase* ialah faktor ke 16 yaitu “sangat membutuhkan pilihan ini” hal tersebut berarti bahwa Masyarakat Dusun Cijorong sangat membutuhkan Operator Seluler Indosat Ooredoo.

### 5.5.3 Dimensi *Concern over deal*

Uji analisis faktor pertama yang dilakukan terhadap dimensi *Concern Over Deal* ialah *KMO and Bartlett's Test* yang digunakan untuk menilai apakah variabel tertentu dapat diteruskan ke dalam analisis faktor. Hal ini dilakukan dengan memeriksa nilai *KMO-MSA (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy)*. Jika nilai *KMO-MSA* melebihi 0,50, maka analisis faktor dapat dilanjutkan, berdasarkan hasil pengujian menggunakan software IBM SPSS pada tabel 4.23 dapat dilihat bahwa nilai *MSA* memiliki nilai yang lebih besar dari 0,5 ( $MSA > 0,5$ ) yaitu 0,745, dimana hal tersebut menunjukkan bahwa variabel masih dapat diprediksi dan dianalisis lebih lanjut. Selain itu, nilai *Signifikansi (Sig)* lebih kecil dari 0,05 ( $Sig < 0,05$ ) yaitu 0,000, sehingga  $H_0$  ditolak. Hal tersebut menandakan bahwa variabel tersebut sudah memadai untuk dianalisis lebih lanjut.

Pengujian ke-2 ialah *Anti-Image Matrices* digunakan untuk menentukan variabel mana yang cocok untuk digunakan dalam analisis faktor. Salah satu syarat utama dalam analisis faktor adalah memiliki nilai  $MSA > 0,50$ . Pada tabel 4.24 yang merupakan hasil uji *Anti-Image Matrices* pada dimensi *Concern Over Deal* menunjukkan bahwa semua faktor dapat dianalisis lebih lanjut, tanpa perlu mengeluarkan faktor apa pun dan tidak diperlukan pengujian ulang hal

tersebut dikarenakan nilai *MSA* dari semua faktor dimensi *Concern Over Deal* melebihi 0,50 yaitu masing masing nilainya ialah 0,745 untuk faktor merasa mungkin akan tertipu dengan pilihan yang telah mereka buat (20), 0,744 untuk faktor merasa telah melakukan suatu tindakan bodoh (21), 0,744 untuk faktor mengalami kebingungan apakah ada yang salah dengan pilihan yang telah mereka buat (22).

Pengujian ke-3 dalam analisis faktor dimensi *Concern Over Deal* ialah *Communalities* yang digunakan untuk mengindikasikan apakah suatu variabel mampu menjelaskan faktor atau tidak. Variabel dianggap mampu menjelaskan faktor jika nilai Ekstraksi  $> 0,50$ . Berdasarkan hasil uji *Communalities* yang ditunjukkan pada tabel 4,25 menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai *Extraction* yang melebihi 0,50. Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan bahwa semua variabel dapat digunakan untuk menjelaskan faktor-faktor yang terlibat dalam penelitian ini. Masing masing nilai *Extraction* pada semua faktor dimensi *Concern Over Deal* ialah 0,804 untuk faktor merasa mungkin akan tertipu dengan pilihan yang telah mereka buat (20), 0,805 untuk faktor merasa telah melakukan suatu tindakan bodoh (21), 0,805 untuk faktor mengalami kebingungan apakah ada yang salah dengan pilihan yang telah mereka buat (22).

Pengujian ke-4 dalam uji analisis faktor ialah *Total Variance Explained* yang menggambarkan nilai dari masing-masing variabel yang dianalisis. Dalam penelitian ini, terdapat 4 variabel, yang berarti ada 4 komponen yang dianalisis. Dalam uji ini terdapat dua jenis analisis varian, yaitu *Initial Eigenvalues* yang menunjukkan faktor yang terbentuk, dan *Extraction Sums of Squared Loadings* yang menunjukkan jumlah variasi atau faktor yang dapat terbentuk. Berdasarkan hasil uji *Total Variance Explained* dimensi *Concern Over Deal* pada tabel 4.26 dapat dilihat bahwa hanya terdapat satu faktor yang terbentuk. Hal ini dikarenakan ketika menguji dengan satu faktor, nilai *Initial Eigenvalues* melebihi 1 (satu), sedangkan untuk dua faktor, nilai *Eigenvalues* jatuh di bawah 1 (satu), yaitu sebesar 0,293. Oleh karena itu, proses faktorisasi harus dihentikan dan hanya satu faktor yang perlu dipertimbangkan. Selain itu, dalam bagian *Extraction Sums of Squared Loadings* juga menunjukkan bahwa jumlah variasi atau banyaknya faktor yang dapat terbentuk adalah satu variasi faktor saja, dengan nilai sebesar 2,415.

Pengujian ke-5 dalam analisis faktor ialah *Component Matrix* yang digunakan untuk menunjukkan nilai korelasi antara setiap variabel dengan faktor yang terbentuk. Pada tabel 4.27 yang merupakan hasil uji *Component Matrix* dimensi *Concern Over Deal* menunjukkan bahwa satu faktor adalah jumlah yang paling optimal. Faktor ini menggambarkan distribusi ke-15



variabel yang ada dalam penelitian. Angka-angka dalam tabel 4.17 diatas mencerminkan faktor *loadings*, yang mengindikasikan tingkat korelasi antara setiap variabel dengan faktor yang terbentuk. Korelasi pada komponen 1 bernilai 0,897 untuk faktor merasa mungkin akan tertipu dengan pilihan yang telah mereka buat (20), 0,897 untuk faktor merasa telah melakukan suatu tindakan bodoh (21), 0,897 untuk faktor mengalami kebingungan apakah ada yang salah dengan pilihan yang telah mereka buat (22).

Berdasarkan hasil uji analisis faktor pada dimensi *Concern Over Deal* dapat ditarik kesimpulan bahwa ke 3 faktor yang ada sama sama menjadi penentu utama pada variabel *Concern Over Deal*. Karena pertanyaan bersifat negatif sehingga masyarakat tidak tertipu, tidak merasa melakukan kebodohan, dan tidak merasa mengalami kebingungan saat memilih menggunakan Operator Seluler Indosat Ooredoo.

## **5.6 Kesimpulan Berdasarkan dari Hasil Penelelitian**

### **5.6.1 Dimensi Pertanyaan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dihimpun terdapat 3 dimensi yang menjadi bahan penelitian yang berkenaan tentang disonansi kognitif pada masyarakat Dusun Cijorong dalam menggunakan operator seluler Indosat Ooredoo. Masing masing dimensi tersebut meliputi dimensi *emotional*, dimensi *wishdom of purchase*, serta dimensi *concern over deal* dengan masing masing pertanyaan ialah 15 pertanyaan untuk dimensi *emotional*, 4 pertanyaan untuk dimensi *wishdom of purchase*, serta 3 pertanyaan yang berkeaan dengan dimensi *concern over deal*.

Dimensi *emotional* merujuk pada ketidaknyamanan psikologis yang dialami oleh seseorang setelah mereka membuat keputusan dalam pemilihan. Indikator pertanyaan dimensi *emotional* meliputi perasaan putus asa (1), benci (2), kecewa terhadap diri sendiri (3), rasa takut (4), perasaan hampa (5), kemarahan (6), ketidaknyamanan (7), merasa telah mengecewakan diri sendiri (8), rasa kesal (9), frustrasi (10), perasaan sakit hati (11), merasa tertekan (12), kemarahan pada diri sendiri (13), perasaan muak (14), dan penderitaan (15).

Dimensi *wisdom of purchase* merujuk pada ketidaknyamanan yang dirasakan oleh masyarakat Dusun Cijorong setelah mereka memilih untuk menggunakan operator seluler Indosat Ooredoo. Pada tahap ini, mereka merenungkan apakah mereka benar-benar membutuhkan operator seluler Indosat Ooredoo atau apakah pilihan mereka sudah sesuai. Indikator pertanyaan *wisdom of purchase* meliputi: Sangat merasa membutuhkan operator

seluler Indosat Ooredoo (16). Merasa bahwa seharusnya mereka memilih menggunakan operator seluler Indosat Ooredoo (17). Yakin bahwa mereka telah membuat pilihan yang tepat dengan memilih menggunakan operator seluler Indosat Ooredoo (18). Percaya bahwa mereka telah mengambil keputusan yang benar dengan memilih menggunakan operator seluler Indosat Ooredoo (19).

Dimensi *concern over deal* merujuk pada ketidaknyamanan yang dialami oleh Masyarakat Dusun Cijorong setelah mereka memilih menggunakan Operator Seluler Indosat Ooredoo. Pada tahap ini, mereka merasa khawatir apakah keputusan mereka dipengaruhi oleh orang-orang di sekitar mereka yang mungkin memiliki pendapat yang berbeda atau bertentangan dengan kemauan atau kepercayaan mereka. Indikator *pertanyaan concern over deal* mencakup: Merasa mungkin akan tertipu dengan pilihan yang telah mereka buat (20). Merasa telah melakukan suatu tindakan bodoh (21). Mengalami kebingungan apakah ada yang salah dengan pilihan yang telah mereka buat (22).

### **5.6.2 Hasil Analisis Faktor Pertanyaan**

Berdasarkan dari hasil analisis faktor yang dihimpun pada dimensi *emotional*, faktor yang paling berpengaruh ialah faktor tidak merasa kesal setelah memilih menggunakan Operator Seluler Indosat Ooredoo. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan secara langsung terhadap RR yang mengutarakan bahwa “sejauh ini saya belum mengalami kekesalan secara berlebihan disaat menggunakan operator seluler Indosat Ooredoo, Indosat sejauh ini memiliki layanan jaringan yang cukup baik namun kadang sinyal hilang sekejap tetapi pulih dengan lumayan cepat, serta paketan yang diberikan oleh Indosat cukup ekonomis”.

Berikutnya dari hasil analisis faktor yang dihimpun pada dimensi *wisdom of purchase* faktor yang paling berpengaruh ialah faktor sangat membutuhkan pilihan ini. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan secara langsung terhadap RR yang mengutarakan bahwa “Indosat menjadi pilihan utama sebagai operator seluler saya, hal tersebut dikarenakan Indosat memiliki layanan yang lumayan baik dan bisa melakukan pengaduan dengan satu aplikasi yang sudah disediakan walaupun terkadang aplikasinya susah digunakan dan diakses, tapi hal tersebut sudah cukup sangat membantu serta ditambah dengan sinyal yang cukup layak”.

Berikutnya dari hasil analisis faktor yang dihimpun pada dimensi *concern over deal* ke 3 faktor sama sama berpengaruh yaitu masyarakat tidak tertipu, tidak merasa melakukan kebodohan, dan tidak merasa mengalami kebingungan saat memilih menggunakan Operator Seluler Indosat Ooredoo. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan secara langsung

terhadap RR yang mengutarakan bahwa “selama menggunakan Indosat saya tidak pernah mengalami tertipu, dibodohi, ataupun merasa kebingungan secara berlebihan. Hal tersebut dikarenakan Indosat menyediakan aplikasi satu pintu yang dapat digunakan untuk berbagai keperluan yang dibutuhkan seperti membeli paket internet, cek pulsa, dll.”.

### 5.6.3 Usulan Berdasarkan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara dilakukan secara langsung untuk faktor dimensi *emotional* yang paling berpengaruh yaitu “tidak merasa kesal” terhadap RR yang mengutarakan bahwa “sejauh ini saya belum mengalami kekesalan secara berlebihan disaat menggunakan operator seluler Indosat Ooredoo, Indosat sejauh ini memiliki layanan jaringan yang cukup baik namun kadang sinyal hilang sekejap tetapi pulih dengan lumayan cepat, serta paketan yang diberikan oleh Indosat cukup ekonomis”. Maka rekomendasi yang diberikan kepada pihak Indosat ialah:

1. Melakukan peningkatan layanan Indosat Ooredoo berupa pengoptimalan layanan sinyal yang stabil serta memperluas jangkauan jaringan BTS Indosat dengan cara memasang antenna penguat sinyal. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Zakaria et al (2023) yang mengatakan bahwa setelah dilakukan pemasangan antenna penguat sinyal daya sinyal serta kecepatan mengunduh dan mengunggah mengalami peningkatan signifikan dan stabil.
2. Membuat paketan khusus untuk telepon, sms, serta internetan yang lebih bernilai ekonomis dan variasi yang lebih kompleks dibandingkan dengan provider lain. Hal tersebut sesuai dengan penelitian Iqzal & Fourqoniah (2023) yang menyatakan bahwa semakin variatif dan semakin ekonomis paketan yang disediakan provider maka dapat berpengaruh positif kepada pembeli.

Berdasarkan hasil wawancara dilakukan secara langsung untuk faktor dimensi *wishdom of purchase* yang paling berpengaruh yaitu “sangat membutuhkan pilihan ini” terhadap RR yang mengutarakan bahwa “Indosat menjadi pilihan utama sebagai operator seluler saya, hal tersebut dikarenakan Indosat memiliki layanan yang lumayan baik dan bisa melakukan pengaduan dengan satu aplikasi yang sudah disediakan walaupun terkadang aplikasinya susah digunakan dan diakses, tapi hal tersebut sudah cukup sangat membantu serta ditambah dengan sinyal yang cukup layak”. Maka rekomendasi yang diberikan kepada pihak Indosat ialah:

1. Perusahaan harus fokus pada upaya untuk meningkatkan fitur layanan serta mempermudah pelanggan dalam menikmati semua fitur layanan yang mereka tawarkan.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayuning Cahyati et al (2023) yang menyatakan bahwa peningkatan fitur serta kemudahan akses layanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil wawancara dilakukan secara langsung untuk faktor dimensi *concern over deal* yang paling berpengaruh yaitu “masyarakat tidak tertipu, tidak merasa melakukan kebodohan, dan tidak merasa mengalami kebingungan” terhadap RR yang mengutarakan bahwa “selama menggunakan Indosat saya tidak pernah mengalami tertipu, dibodohi, ataupun merasa kebingungan secara berlebihan. Hal tersebut dikarenakan Indosat menyediakan aplikasi satu pintu yang dapat digunakan untuk berbagai keperluan yang dibutuhkan seperti membeli paket internet, cek pulsa, dll”. Maka rekomendasi yang diberikan kepada pihak Indosat ialah:

1. Indosat Ooredoo perlu menjalin hubungan yang positif dengan para pelanggan dengan cara menyediakan kebutuhan pelanggan. Seperti memberikan pengalaman transaksi yang memuaskan serta memberikan layanan yang membuat pelanggan merasa nyaman. Hal tersebut sesuai dengan penelitian dari Attas et al (2018) yang menyatakan bahwa perusahaan harus mempertimbangkan kebutuhan pelanggan dikarenakan hal tersebut dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan itu sendiri.

## **5.7 Rekomendasi Secara Keseluruhan**

Secara keseluruhan rekomendasi yang diberikan untuk meningkatkan kualitas layanan Indosat Ooredoo ialah:

1. Perbaikan infrastruktur: Indosat Ooredoo harus meningkatkan kualitas dan kehandalan infrastruktur serta fasilitas pendukung jaringan internet di berbagai lokasi. Proses pemeliharaan perlu terus dilakukan untuk memastikan bahwa jaringan tetap berfungsi dengan baik.
2. Pengembangan SDM: Peningkatan sumber daya manusia harus fokus pada penggunaan metode baru, terutama dalam pengelolaan jenis jaringan internet yang berbeda. Ini akan memastikan bahwa jaringan internet selalu kuat dan cepat.
3. Penawaran varian produk: Indosat Ooredoo dapat menghadirkan berbagai produk dan bonus layanan yang beragam. Diskon harga dan penyediaan metode pembayaran yang beragam juga akan meningkatkan kenyamanan pelanggan.

4. Informasi yang jelas: Memberikan informasi yang mudah dimengerti dan transparan kepada calon pembeli adalah penting. Hal ini memungkinkan pelanggan untuk memahami apa yang mereka beli.
5. Platform transaksi yang mudah: Menyediakan platform transaksi dengan antarmuka yang menarik, sederhana, dan mudah digunakan serta memberikan layanan yang cepat dalam mengakses platform tersebut akan memudahkan pelanggan.
6. Mempertimbangkan kebutuhan pelanggan: Menyediakan wadah bagi pelanggan untuk mengetahui apa yang dibutuhkan oleh pelanggan itu sendiri guna mempertahankan loyalitas dari pelanggan.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1 Kesimpulan**

1. Terdapat 3 faktor yang membentuk disonansi kognitif Masyarakat Dusun Cijorong dalam memilih menggunakan Operator Seluler Indosat Ooredoo meliputi faktor *emotional*, *wisdom of purchase* dan *concern over deal*.
2. Dari ketiga faktor yang membentuk disonansi kognitif Masyarakat Dusun Cijorong dalam memilih menggunakan Operator Seluler Indosat Ooredoo, indikator yang paling berpengaruh untuk masing masing faktor meliputi tidak merasa kesal pada faktor *emotional*, untuk faktor *wisdom of purchase* masyarakat sangat merasa membutuhkan operator seluler Indosat Ooredoo, serta pada faktor *concern over deal* masyarakat berpendapat bahwa tidak tertipu, tidak merasa melakukan kebohohan, dan tidak merasa mengalami kebingungan saat memilih menggunakan Operator Seluler Indosat Ooredoo.
3. Berikut merupakan usulan yang diberikan kepada Indosat Ooredoo berdasarkan dari hasil analisis data yang dilakukan:
  - a. Perbaikan infrastruktur: Indosat Ooredoo harus meningkatkan kualitas dan kehandalan infrastruktur serta fasilitas pendukung jaringan internet di berbagai lokasi. Proses pemeliharaan perlu terus dilakukan untuk memastikan bahwa jaringan tetap berfungsi dengan baik.
  - b. Pengembangan SDM: Peningkatan sumber daya manusia harus fokus pada penggunaan metode baru, terutama dalam pengelolaan jenis jaringan internet yang berbeda. Ini akan memastikan bahwa jaringan internet selalu kuat dan cepat.
  - c. Penawaran varian produk: Indosat Ooredoo dapat menghadirkan berbagai produk dan bonus layanan yang beragam. Diskon harga dan penyediaan metode pembayaran yang beragam juga akan meningkatkan kenyamanan pelanggan.
  - d. Informasi yang jelas: Memberikan informasi yang mudah dimengerti dan transparan kepada calon pembeli adalah penting. Hal ini memungkinkan pelanggan untuk memahami apa yang mereka beli.
  - e. Platform transaksi yang mudah: Menyediakan platform transaksi dengan antarmuka yang menarik, sederhana, dan mudah digunakan serta memberikan layanan yang cepat dalam mengakses platform tersebut akan memudahkan pelanggan.

- f. Mempertimbangkan kebutuhan pelanggan: Menyediakan wadah bagi pelanggan untuk mengetahui apa yang dibutuhkan oleh pelanggan itu sendiri guna mempertahankan loyalitas dari pelanggan.

## **6.2 Saran**

Saran yang dapat diberikan oleh penulis dalam penelitian ini meliputi:

1. Berdasarkan hasil analisis faktor apa saja yang dapat membentuk disonansi kognitif masyarakat Dusun Cijorong dalam memilih untuk menggunakan operator seluler Indosat Ooredoo diharapkan dapat menjadi salah satu pertimbangan dalam menentukan keputusan mengenai operator seluler Indosat Ooredoo pada umumnya serta terkhusus untuk masyarakat Dusun Cijorong.
2. Bagi penelitian selanjutnya dapat lebih memperbaiki keterbatasan yang ada dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, R. A., & Firdayati, A. (2019). Cognitive Dissonance in Women Who Are Addicted To Pornography. *Jurnal Ecopsy*, 6(April), 20–25.
- Addali, K. M., Melhem, S. Y. B., Khamayseh, Y., Zhang, Z., & Kadoch, M. (2019). Dynamic Mobility Load Balancing for 5G Small-Cell Networks Based on Utility Functions. *IEEE Access*, 7, 126998–127011. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2019.2939936>
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2022). Profil Internet Indonesia 2022. *Apji.or.Od, June*, 10. [apji.or.id](http://apji.or.id)
- Astuti, R. D. (2023). Analisis Ergonomi Kursi Kereta Api: Systematic Literature Review. *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 12(1), 95–104. <https://doi.org/10.26593/jrsi.v12i1.6536.95-104>
- Attas, A., Risal, M., Yusuf Qamaruddin, M., & Solling Hamid, R. (2018). *Penerapan Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Bank Bni Cabang Palopo)*. 4(1), 1–4.
- Ayuning Cahyati, H., Pujiyanto, A., & Juni Mulyati, D. (2023). *Pengaruh Nasabah Experience dan Fitur Layanan pada BRI Mobile Banking (BRImo) terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KC Rajawali Surabaya*. 31–41.
- Bentler, D., Kadi, G., & Maier, G. W. (2023). Increasing pro-environmental behavior in the home and work contexts through cognitive dissonance and autonomy. *Frontiers in Psychology*, 14(June). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1199363>
- Bentur, L., Gur, M., Ashkenazi, M., Livnat-Levanon, G., Mizrahi, M., Tal, A., Ghaffari, A., Geffen, Y., Aviram, M., & Efrati, O. (2020). Pilot study to test inhaled nitric oxide in cystic fibrosis patients with refractory Mycobacterium abscessus lung infection. *Journal of Cystic Fibrosis*, 19(2), 225–231. <https://doi.org/10.1016/j.jcf.2019.05.002>
- Cahyo, K. N., Martini, & Riana, E. (2019). Perancangan Sistem Informasi Pengelolaan Kuesioner Pelatihan pada PT Brainmatics Cipta Informatika. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 1(1), 45–53. <http://ejurnal.seminar-id.com/index.php/josh/article/view/44>



- Chakraborty, T., Kumar, A., Upadhyay, P., & Dwivedi, Y. K. (2021). Link between social distancing, cognitive dissonance, and social networking site usage intensity: a country-level study during the COVID-19 outbreak. *Internet Research*, 31(2), 419–456. <https://doi.org/10.1108/INTR-05-2020-0281>
- CNBCIndonesia. (2022). *Perang Operator Seluler RI, Siapa Pemenangnya?* CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220405134855-37-328955/perang-operator-seluler-ri-siapa-pemenangnya>
- Dewanti, I. N., & Irwansyah, I. (2021). Disonansi Kognitif Dalam Perilaku Konsumen Masyarakat Indonesia Terhadap Pembelian Produk Tanpa Logo Halal. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(1), 99–109. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i1.1657>
- Efendi, Y., & Widodo, A. (2019). Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Tes Shooting Sepak Bola Pada Pemain Tim Persiwu Fc Jatiyoso. *Jurnal Kesehatan Olahraga*, 7(2), 367–372.
- El-fajriansyah, A. R., Haryadi, F. R., & Basia, K. U. (2023). *Analisis Faktor Ergonomi pada Bisnis Penatu Laundry Loverz untuk Meningkatkan Produktivitas Pekerja. March.*
- Erfan, M., Maulyda, M. A., Ermiana, I., Hidayati, V. R., & Widodo, A. (2020). Validity and reliability of cognitive tests study and development of elementary curriculum using Rasch model. *Psychology, Evaluation, and Technology in Educational Research*, 3(1), 26–33. <https://doi.org/10.33292/petier.v3i1.51>
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114. <https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>
- Foeh, J., & Papote, E. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Anggota Ditlantas Kepolisian Daerah NTT. *ULTIMA Management*, 13.
- Harahap, A. S. (2019). Teknik Wawancara Bagi Reporter Dan Moderator Di Televisi. *Universitas Esa Unggul Jakarta Jalan Arjuna Utara*, 16(9), 11510.
- Hayat, F., & Darusmini, D. (2021). Analisis Faktor Penggunaan Formalin Pada Pedagang Tahu Di Pasar Tradisional Kota Serang. *Jurnal Surya Muda*, 3(2), 121–132. <https://doi.org/10.38102/jsm.v3i2.82>
- Herliyani, E., Afriani, T., Dewi, S., Yatnikasari, A., & Novieastari, E. (2021). Optimalisasi Kualitas Dokumentasi Asuhan Keperawatan dengan Pendekatan SOAP di Rawat Jalan Anak: Pilot Study. *Journal of Telenursing (JOTING)*, 3, 5–24.
- Himayati, H., Switrayni, N. W., Komalasari, D., & Fitriyani, N. (2020). Analisis Rotasi

- Ortogonal pada Teknik Analisis Faktor Menggunakan Metode Procrustes. *Eigen Mathematics Journal*, 03(01), 45–55. <https://doi.org/10.29303/emj.v3i1.66>
- Iqzal, A., & Fourqoniah, F. (2023). *Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Kartu Digital By.U Di Kota Samarinda*. 2(4), 1633–1644.
- Knekta, E., Runyon, C., & Eddy, S. (2019). One size doesn't fit all: Using factor analysis to gather validity evidence when using surveys in your research. *CBE Life Sciences Education*, 18(1), 1–17. <https://doi.org/10.1187/cbe.18-04-0064>
- Kontan.co.id. (2019). *Indosat Klaim Pemasangan BTS 4G Akan Lebih Cepat dari Rencana*. Kontan.Co.Id. <https://investasi.kontan.co.id/news/Indosat-klaim-pemasangan-bts-4g-akan-lebih-cepat-dari-rencana>
- Landers, M. R., & Ellis, T. D. (2020). A mobile app specifically designed to facilitate exercise in parkinson disease: Single-cohort pilot study on feasibility, safety, and signal of efficacy. *JMIR MHealth and UHealth*, 8(10). <https://doi.org/10.2196/18985>
- Lubis DS, Fitri. (2020). Pengaruh Iklan layanan masyarakat terhadap peningkatan pengetahuan. *Prenada Media Group.*, 7(1), 20–34.
- Muslihin, Y. H., Loita, A., & Nurjamah, D. S. (2022). Instrumen Penelitian Tindakan Kelas. *Juni*, 6(1), 99–106.
- Muzakir, A., & Ependi, U. (2019). Analysis of the Use of Cellular Operators Using the Analytic Hierarchy Process Method. *Journal of Information Systems and Informatics*, 1(1), 29–38. <https://doi.org/10.33557/journalisi.v1i1.5>
- Najiah, J., Haryati, T., Wibowo, F. I. S., Rohmatullah, N., & Sutiyan, O. S. J. (2023). Kesulitan Belajar: Analisis Dampak Pembelajaran Daring Terhadap Siswa. *Paedagoria: Jurnal Kajian, Penelitian Dan Pengembangan Kependidikan*, 14(1), 34–44.
- Okoboi, S., Lazarus, O., Castelnuovo, B., Nanfuka, M., Kambugu, A., Mujugira, A., & King, R. (2020). Peer distribution of HIV self-test kits to men who have sex with men to identify undiagnosed HIV infection in Uganda: A pilot study. *Plos One*, 15(1), 22–28. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0227741>
- Pradana, W. Y., Warni, W. E., & Wijaya, A. B. (2021). *Hubungan Antara Kecerdasan Emosi dan Disonansi Kognitif Dengan Pengambilan Keputusan Wasit Pencak Silat Kota Surabaya*. 5(1).
- Prasetyo, D., & Irwansyah. (2020). Memahami Masyarakat dan Persepektifnya. *Jurnal*

- Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(1). <https://doi.org/10.38035/JMPIS>
- Quraisy, A. (2022). Normalitas Data Menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov dan Saphiro-Wilk. *J-HEST Journal of Health Education Economics Science and Technology*, 3(1), 7–11. <https://doi.org/10.36339/jhest.v3i1.42>
- Riduan, N. W., Anggrani, D., & Zainuddin. (2021). Analisis Rasio Keuangan Untuk Mengukur Kinerja Keuangan Perusahaan Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19 Pada PT Semen Indonesia Persero Tbk. *Conference on Economic and Business Innovation*, 1(1), 1–11.
- Riyanto, A., & Arini, D. P. (2021). Analisis Deskriptif Quarter-Life Crisis Pada Lulusan Perguruan Tinggi Universitas Katolik Musi Charitas. *Jurnal Psikologi Malahayati*, 3(1), 12–19. <https://doi.org/10.33024/jpm.v3i1.3316>
- Rudianto, R., & Haryanto, H. (2020). The Decision on the Selection of the Best Cellular Card Operator Internet Package Using the Analytical Hierarchy Process (AHP) Method. *Journal of Informatics and Telecommunication Engineering*, 4(1), 236–245. <https://doi.org/10.31289/jite.v4i1.3921>
- Salim, A. (2023). *Jumlah Pelanggan Seluler Indonesia Anjlok 15 Jutaan*. INVESTOR.Id. <https://investor.id/business/334385/jumlah-pelanggan-seluler-indonesia-anjlok-15-jutaan>
- Saqdiyah, N., & Patrikha, F. D. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Layanan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Kuota Internet Melalui Aplikasi( Studi Pada Pengguna di Surabaya ). *Jurnal Pendidikan Tata Negara*, 11(3).
- Septiani, W., Astuti, P., Faradilla, A., & Purwanto, I. (2022). Upaya Mengurangi Dampak Keluhan Masyarakat Dalam Melaksanakan Work From Home Saat Pandemi Covid 19. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia (JAMIN)*, 4(1), 1–11. <https://doi.org/10.25105/jamin.v4i1.9990>
- Setiawan, T., & Prabowo, R. (2019). Analisis Persepsi Wajib Pajak Pelaku UMKM Terhadap Penerapan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018. *International Journal of Social Science and Business*, 3(4), 463. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v3i4.21637>
- Sunandar, A., Pratama, A., Handayani, A., & Fertilia, N. C. (2022). Analysis of Tourism Village Development Infrastructure in Five Super Priority Destinations on Tourist Satisfaction. *ADRI International Journal of Civil Engineering*, 7(1), 118–123. <https://doi.org/10.29138/aijce.v7i1.72>
- Sweeney, J. C., Hausknecht, D., & Soutar, G. N. (2000). Cognitive dissonance after purchase: A multidimensional scale. *Psychology and Marketing*, 17(5), 369–385.

- [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1520-6793\(200005\)17:5<369::AID-MAR1>3.0.CO;2-G](https://doi.org/10.1002/(SICI)1520-6793(200005)17:5<369::AID-MAR1>3.0.CO;2-G)
- Syahmi, M. R. F., Colia, R. S., & Warman, E. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Seluler Telkomsel Melalui Kepuasan Pelanggan. *Prosiding Senapenas*, 5, 1219. <https://doi.org/10.24912/psenapenas.v0i0.15158>
- Syahrudin; Karim, A. (2019). The Effect of " Axis Hits Bonus " Version Tagline Advertising and Ambassador Brand Against Axis Cards Awareness ( study in STIE Amkop Makassar Students ). *International Conference on Materials Engineering and Management - Management Section*, 75(ICMEMm 2018), 155–158.
- Tatiana, C., & Suprihatin, T. (2020). *Disonansi Kognitif pada Muslim dengan Perilaku Takhayul*. 2(November), 173–184.
- Widianingsih, S. F., Ramdan, A. M., & Saori, S. (2022). Analisis Social Media Marketing Terhadap Brand Loyalty Pada Produk Operator Seluler Dengan Customer Relationship Management Sebagai Variabel Mediasi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(3), 1611–1621. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Youm, C., Kim, Y., Noh, B., Lee, M., Kim, J., & Cheon, S. M. (2020). Impact of trunk resistance and stretching exercise on fall-related factors in patients with parkinson's disease: A randomized controlled pilot study. *Sensors (Switzerland)*, 20(15), 1–10. <https://doi.org/10.3390/s20154106>
- Zakaria, R., Sugiyanto, A., Handayani, A. S., Endri, J., & Agung, M. Z. (2023). *Analisa Kualitas Sinyal Di SMKN 1 Indralaya Selatan Pasca Penggunaan Antena Penguat 4G. 1*, 163–172.
- Zou, X., Chen, X., Chen, F., Luo, C., & Liu, H. (2020). The Influence of Negative Workplace Gossip on Knowledge Sharing: Insight from the Cognitive Dissonance Perspective. *Sustainability (Switzerland)*, 12(8). <https://doi.org/10.3390/SU12083282>

## LAMPIRAN

Bagian 1 dari 4

## Kuesioner Disonansi Kognitif Masyarakat Desa Bojongsari dalam Memilih Menggunakan Operator Seluler Indosat Ooredoo

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Perkenalkan saya Chandra Aditia Nuralamsah dengan NIM 19522277, selaku mahasiswa Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melaksanakan penelitian Tugas Akhir mengenai pembentukan

**Jenis Kelamin \***

Laki - Laki

Perempuan

**Umur \***

Teks jawaban singkat

**Pekerjaan \***

Pelajar/Mahasiswa

Wiraswasta

Ibu Rumah Tangga

PNS/ASN

Tidak Bekerja

Lainnya...

**No. Handphone (Untuk Kebutuhan Reward) \***

Teks jawaban singkat

**Alasan Memilih Menggunakan Operator Seluler Indosat Ooredoo \***

Keinginan Sendiri

Ajakan dari Teman

Ajakan dari Saudara

**Faktor Emotional (emosional)**

Setelah saya memilih untuk menggunakan operator seluler indosat ooredoo, saya merasa

**Saya merasa putus asa dengan pilihan saya sendiri \***

Putus asa merupakan situasi dimana hilangnya harapan dalam menggunakan layanan operator seluler Indosat Ooredoo

Sangat Tidak Setuju

1

2

3

4

**Faktor Wisdom of Purchase (faktor kebijaksanaan)**

Setelah saya memutuskan untuk memilih menggunakan operator indosat ooredoo, saya merasa

**Saya membutuhkan pilihan ini \***

Sangat Tidak Setuju

1

2

3

4

5

Sangat Setuju

Setelah saya memilih ini, saya telah melakukan suatu kebodohan

Sangat Tidak Setuju

1

2

3

4

5

Sangat Setuju

Setelah saya memilih pilihan ini, saya mengalami kebingungan apakah ada yang salah dengan pilihan yang telah saya pilih

Sangat Tidak Setuju

1

2

3

4

5

Sangat Setuju

AutoSave Off Formulir tanpa judul (Jawa... Saved to this PC Search Chandra Aditia

File Home Insert Page Layout Formulas Data Review View Help

Clipboard Font Alignment Number Styles Cells Editing Add-ins

B13 Resti lesatari

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	Timestamp	Nama	Jenis Kelamin	Umur	No. Handphone (Untuk	Pekerjaan	Alasan Memilih Menggu	Saya_merasa_putus_a	Saya_merasa_benci
2	10/12/2023 9:54:37	Reni Kusmiati	Perempuan		37 085880155472	PNS/ASN	Keinginan Sendiri	1	
3	10/12/2023 9:55:16	Agung gumelar	Laki - Laki		26 085722096715	PNS/ASN	Keinginan Sendiri	2	
4	10/12/2023 9:56:28	KAMSAIAH	Perempuan		55 0858 82531646	PNS/ASN	Keinginan Sendiri	5	
5	10/12/2023 9:58:49	Leni Karlina	Perempuan		43 085863052864	PNS/ASN	Keinginan Sendiri	1	
6	10/12/2023 9:59:30	Santi Krisnawati	Perempuan		39 085793956310	PNS/ASN	Keinginan Sendiri	1	
7	10/12/2023 10:02:51	Gojali	Laki - Laki		59 -	PNS/ASN	Keinginan Sendiri	3	
8	10/12/2023 10:05:47	Erma Mulyawati	Perempuan		24 085872759641	Pelajar/Mahasiswa	Keinginan Sendiri	2	
9	10/12/2023 10:10:48	Yastini	Perempuan		48 085846163778	PNS/ASN	Keinginan Sendiri	1	
10	10/12/2023 10:10:54	Parel Pamungkas	Laki - Laki		24 085523931197	Pelajar/Mahasiswa	Keinginan Sendiri	3	
11	10/12/2023 10:12:11	Dedih	Laki - Laki		57 085846865088	PNS/ASN	Keinginan Sendiri	3	
12	10/12/2023 10:16:47	Aditia	Laki - Laki		20 -	Pelajar/Mahasiswa	Keinginan Sendiri	5	
13	10/12/2023 10:29:54	Resti lesatari	Perempuan		27 085793707219	Ibu Rumah Tangga	Keinginan Sendiri	1	
14	10/12/2023 10:33:57	Sugi	Perempuan		30 08156156337	Ibu Rumah Tangga	Keinginan Sendiri	4	
15	10/12/2023 10:41:06	Susilawati	Perempuan		34 085798856796	Ibu Rumah Tangga	Keinginan Sendiri	2	
16	10/12/2023 10:42:13	Witriana Meispramuh	Perempuan		20 085723235348	Ibu Rumah Tangga	Keinginan Sendiri	1	
17	10/12/2023 10:47:27	Nani yuningsih	Perempuan		41 085794691740	Ibu Rumah Tangga	Keinginan Sendiri	1	
18	10/12/2023 10:50:36	Juju mardiah	Perempuan		34 081574223629	Ibu Rumah Tangga	Keinginan Sendiri	2	
19	10/12/2023 10:57:30	Winda leatari	Perempuan		30 085722508508	Ibu Rumah Tangga	Keinginan Sendiri	1	

Form Responses 1 emotional wof cod Sheet1

AutoSave Off Formulir tanpa judul (Jawa... Saved to this PC Search Chandra Aditia

File Home Insert Page Layout Formulas Data Review View Help

Clipboard Font Alignment Number Styles Cells Editing Add-ins

B13 Resti lesatari

	H	I	J	K	L	M	N	O	P
1	Saya_merasa_putus_a	Saya_merasa_benci	Saya merasa kecewa c	Saya merasa takut den	Saya merasa hampa de	Saya merasa marah de	Saya merasa tidak nya	Saya merasa akan mer	Saya merasa kesal c
2	1	1	1	1	1	1	1	2	3
3	2	1	1	1	1	1	1	1	1
4	5	3	3	4	2	3	4	1	
5	1	1	2	2	2	2	2	2	
6	1	1	2	1	1	2	1	1	
7	3	4	3	2	4	4	2	2	
8	2	1	3	2	2	3	2	3	
9	1	4	2	3	2	2	4	4	
10	3	3	2	3	4	4	3	3	
11	3	4	4	2	3	4	3	2	
12	5	5	5	5	5	5	5	5	
13	1	1	1	2	1	1	1	1	
14	4	4	4	4	4	4	5	3	
15	2	2	1	2	2	2	1	2	
16	1	1	1	1	1	1	1	1	
17	1	1	1	1	1	1	1	1	
18	2	2	2	2	2	2	2	2	
19	1	1	1	1	1	1	1	1	

Form Responses 1 emotional wof cod Sheet1

AutoSave Off Formulir tanpa judul (Jawa... Saved to this PC) Search Chandra Aditia CA

File Home Insert Page Layout Formulas Data Review View Help

Clipboard Font Alignment Number Styles Cells Editing Add-ins

B13 Resti lesatari

	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z
1	Saya kesakitan dengan	Saya merasa tertekan	Saya merasa marah de	Saya merasa sakit den	Saya merasa menderit	Saya membutuhkan pi	Saya seharusnya memi	Saya telah membuat pi	Saya telah melakuka
2	1	1	2	1	2	3	2	3	2
3	1	1	1	1	1	1	5	5	5
4	3	2	3	4	4	3	3	4	4
5	1	1	1	2	2	4	4	4	4
6	1	2	1	1	2	3	2	2	4
7	4	3	5	1	2	3	2	3	3
8	3	2	2	3	2	4	3	4	4
9	4	2	4	2	4	4	4	4	4
10	3	2	2	3	3	4	4	4	2
11	4	2	3	4	2	3	2	4	4
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	1	1	1	1	1	5	5	5	5
14	1	2	4	3	5	3	1	3	3
15	1	2	2	1	1	5	5	5	5
16	1	1	1	1	1	5	5	5	5
17	1	1	1	1	1	5	5	5	5
18	2	2	2	2	2	4	4	4	4
19	1	1	1	1	1	5	5	5	5

Form Responses 1 emotional wof cod Sheet1

AutoSave Off Formulir tanpa judul (Jawa... Saved to this PC) Search Chandra Aditia CA

File Home Insert Page Layout Formulas Data Review View Help

Clipboard Font Alignment Number Styles Cells Editing Add-ins

B13 Resti lesatari

	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE
1	Saya membutuhkan pi	Saya seharusnya memi	Saya telah membuat pi	Saya telah melakuka	Setelah saya memilih pi	Setelah saya memilih in	Setelah saya memilih pi	Total	
2	2	3	2	3	2	2	4	42	
3	5	5	5	5	5	1	1	39	
4	3	3	4	5	1	3	4	67	
5	4	4	4	4	2	2	2	46	
6	3	2	4	4	1	1	1	36	
7	3	2	3	2	2	3	4	63	
8	4	3	4	4	2	1	2	55	
9	4	4	4	4	2	2	4	68	
10	4	4	2	3	3	1	3	62	
11	3	2	4	2	3	2	4	65	
12	5	5	5	5	5	5	5	110	
13	5	5	5	5	1	2	3	38	
14	3	1	3	4	3	1	3	75	
15	5	5	5	5	3	2	2	52	
16	5	5	5	5	2	2	2	41	
17	5	5	5	5	5	5	5	50	
18	4	4	4	4	2	2	2	52	
19	5	5	5	5	1	1	1	38	

Form Responses 1 emotional wof cod Sheet1



