

**PENGARUH DISONANSI KOGNITIF TERHADAP PEMBELIAN  
LAPTOP  
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA JURUSAN TEKNIK  
INDUSTRI UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA)**

**TUGAS AKHIR**

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



**Nama : Refi Permana Putra  
No. Mahasiswa : 19522290**

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

## PERNYATAAN KEASLIAN

Demi Allah, saya akui bahwa karya ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali kutipan dan ringkasan yang setiap salah satunya telah saya jelaskan sumbernya. Jika dikemudian hari ternyata terbukti pengakuan saya ini tidak benar dan melanggar peraturan yang sah dalam karya tulis dan berhak kekayaan intelektual maka saya bersedia ijazah yang telah saya terima untuk ditarik kembali oleh Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 21 Desember 2023



Refi Permana Putra  
NIM.19522290

## SURAT BUKTI PENELITIAN



FAKULTAS  
TEKNOLOGI INDUSTRI

Gedung IK, Mas Manser  
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. [uii.ac.id](http://uii.ac.id)

Nomor : 15/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 : Refi Permana Putra  
NIM : 19522290  
Program Studi : Teknik Industri-FTI-UII  
Tempat Penelitian : Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia  
Waktu Penelitian : November 2023  
Judul Penelitian : Pengaruh Disonansi Kognitif Terhadap Pembelian Laptop (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Indonesia)  
Dosen pembimbing : Prof. Dr. Ir. Hari Purnomo, M. T., IPU, ASEAN, Eng.

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

***Wssalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh***

Yogyakarta 21 November 2023

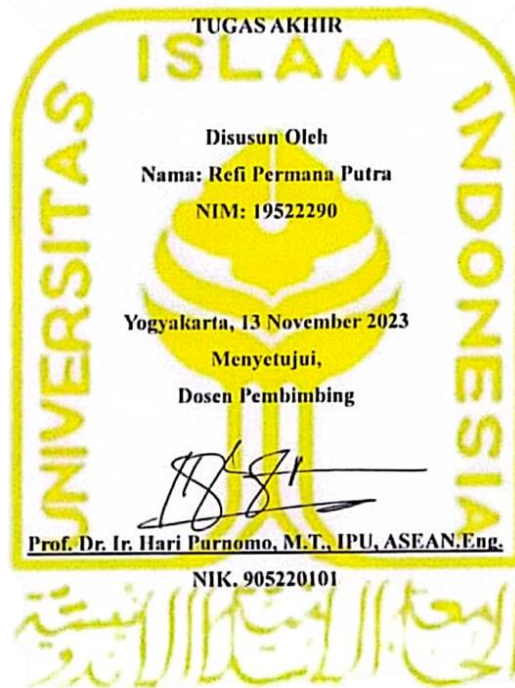
Kepala Lab DSK&E,

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

**LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING**

**LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING**

**PENGARUH DISONANSI KOGNITIF TERHADAP PEMBELIAN LAPTOP  
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA)**



**LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI**

PENGARUH DISONANSI KOGNITIF TERHADAP PEMBELIAN LAPTOP (STUDI  
KASUS PADA MAHASISWA JURUSAN TEKNIK INDUSTRI UNIVERSITAS  
ISLAM INDONESIA)

TUGAS AKHIR

Disusun Oleh :

Nama : Refi Permana Putra  
No. Mahasiswa : 19 522 290

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

Yogyakarta, 15 Desember 2023

Tim Penguji

Prof. Dr. Ir. Hari Purnomo, M.T., IPU,  
ASEAN.Eng.

Ketua

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

Anggota I

Dr. Dwi Handayani, S.T., M.Sc.

Anggota II





Mengetahui,  
Ketua Program Studi Teknik Industri Program Sarjana  
Fakultas Teknologi Industri  
Universitas Islam Indonesia



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

NID. 019220101

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

*Dengan penuh rasa Syukur kepada Allah SWT, Sang Pencipta segala sesuatu di dunia dan alam semesta ini, yang senantiasa melimpahkan Rahmat dan petunjuk-Nya kepada seluruh umat-Nya.*

*Izinkan saya menyampaikan penghargaan yang tulus kepada orang tua tercinta yang senantiasa memberikan dukungan tanpa henti selama perjalanan perkuliahan saya.*

*Doa yang tak pernah putus mereka panjatkan untuk kebaikan saya. Saya juga ingin menyampaikan terima kasih kepada semua individu yang turut serta memberikan dukungan terbaik bagi perjalanan hidup saya.*

*Semoga segala kebaikan yang telah diberikan kepada saya juga kembali kepada mereka dengan berlipat ganda.*

**MOTTO**

*“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”*

QS. Al-Insyirah [94:6]

*“Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras  
(untuk urusan yang lain)”*

QS. Al-Insyirah [94:7]

## KATA PENGANTAR

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Segala puji bagi Allah SWT. Yang telah memberikan kemudahan dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir “Pengaruh Disonansi Kognitif Terhadap Pembelian Laptop Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Indonesia”. *Shalawat* dan salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, dan para sahabatnya yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah menuju jaman terang benderang. Tanpa pertolongan-Nya penulis tidak dapat menyelesaikan laporan ini dengan baik.

Tugas Akhir merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh mahasiswa sebagai salah satu bentuk prasyarat untuk memperoleh gelar sarjana S-1 pada jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia. Tugas Akhir ini sangat bermanfaat dalam mengembangkan ilmu pengetahuan yang diperoleh pada bangku perkuliahan.

Dalam penulisan laporan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik yang terlibat secara langsung maupun pihak yang telah mendukung kelancaran pembuatan laporan ini, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih semua pihak yang telah membantu laporan ini:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Hari Purnomo, M.T., IPU., ASEAN, Eng selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia dan selaku dosen yang telah membimbing tugas akhir saya, telah meluangkan banyak waktu, memberikan arahan, doa, semangat serta sebagai dosen yang telah memberi banyak ilmu kepada saya.
2. Bapak Dr. Drs. Imam Djati Widodo, M. Eng, Sc selaku Ketua jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi 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 Universitas Islam Indonesia.



4. Kedua orang tua dan keluarga yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral serta material sehingga penulis dapat melaksanakan kerja praktik dan mengerjakan laporan dengan baik.
5. Laboratorium Desain Sistem Kerja & Ergonomi (DSK&E) yang telah memberikan banyak manfaat dan membantu saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Kepada keluarga Teknik Industri Universitas Islam Indonesia angkatan 2019 yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini yang dalam pengumpulan data dan masukan-masukan terkait Tugas Akhir ini.
7. Kepada teman-teman yang membantu dan memberikan semangat dalam proses penyusunan laporan Tugas Akhir ini.
8. Semua pihak yang telah turut membantu dalam penulisan laporan ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Harapannya semoga laporan Tugas Akhir ini dapat memberikan pengetahuan baru, baik bagi pembaca maupun bagi penulis sendiri. Dalam penyusunan laporan ini penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik serta saran yang membangun demi kesempurnaan tugas ini. Akhir kata semoga laporan ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca yang berminat. Amiin

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Yogyakarta, 21 November 2023



Refi Permana Putra

19522290

## ABSTRAK

Seiring dengan pertumbuhan pasar teknologi, laptop menawarkan beragam spesifikasi yang luas, mulai dari harga terjangkau dengan kinerja standar hingga opsi mahal dengan kinerja yang cukup tinggi. Fenomena ini menciptakan *overchoise*, dimana konsumen dihadapkan pada berbagai alternatif yang beragam. Subjek penelitian ini adalah Mahasiswa Teknik Industri Angkatan 2019 Universitas Islam Indonesia sejumlah 68 orang sebagai sampel. Seringkali mahasiswa mengalami kesulitan dalam membuat keputusan pembelian laptop yang konsisten dengan kebutuhan akademik mereka. Informasi positif yang berlimpah menyebabkan kebingungan dan kesulitan dalam memilih laptop yang sesuai. Kebingungan ini menghasilkan disonansi kognitif, yang mempengaruhi pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang membentuk terjadinya disonansi kognitif pada mahasiswa dalam membeli sebuah laptop dengan melibatkan aspek *emosional*, *wisdom of purchase*, dan *concern over deal*. Berdasarkan hasil yang telah didapatkan. Memiliki laptop memberikan manfaat bagi mahasiswa. Disonansi kognitif memiliki pengaruh terhadap kepuasan dalam pembelian sebuah laptop. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh kepuasan dan preferensi pengguna terhadap laptop. Pada teknik analisis menggunakan analisis faktor dan analisis regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa tidak merasa takut dalam membeli sebuah laptop untuk kuliah di Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Indonesia, pada aspek *wisdom of purchase* menunjukkan bahwa mahasiswa merasa sangat membutuhkan membeli laptop, dan aspek *concern over deal* menunjukkan bahwa mahasiswa yang membeli laptop merasa tidak tertipu saat memutuskan dalam membeli laptop untuk kuliah di Program Studi Teknik Universitas Islam Indonesia, sehingga didapatkan bahwa mahasiswa Teknik Industri Angkatan 2019 mengalami disonansi kognitif berdasarkan hasil analisis regresi menunjukkan bahwa laptop dengan spesifikasi Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 500 GB dan laptop spesifikasi Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 500 GB yang mengalami pengaruh variabel pada setiap dimensi yang di uji serta yang memengaruhi kepuasan dan preferensi pengguna terhadap laptop yang dibeli oleh mahasiswa Teknik Industri Angkatan 2019 di Universitas Islam Indonesia.

Kata Kunci: *Analisis faktor, Analisis Regresi, Disonansi Kognitif*

## 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.....	XV
DAFTAR GAMBAR.....	XVIII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
1.5 Batasan Penelitian .....	5
1.6 Sistematika Penelitian .....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	7
2.1 Kajian Literatur .....	7
2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1 Perguruan Tinggi.....	16
2.2.2 Mahasiswa.....	16
2.2.3 Perilaku konsumen .....	17
2.2.4 Ergonomi.....	17
2.2.5 Ergonomi Kognitif .....	17
2.2.6 Persepsi .....	17
2.2.7 Sikap.....	18

2.2.8	Disonansi Kognitif .....	18
2.2.9	Dimensi Kognitif Disonansi.....	19
2.2.10	Pilot Study .....	21
2.2.11	Analisis Deskriptif .....	21
2.2.12	Analisis Faktor .....	22
2.2.13	Uji Validitas .....	24
2.2.14	Uji Reliabilitas .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>26</b>
3.1	Subjek Penelitian.....	26
3.2	Objek Penelitian .....	26
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	26
3.4	Skala Pengukuran Variabel.....	27
3.5	Populasi Dan Sampel .....	27
3.6	Sumber Data.....	28
3.7	Metode Pengumpulan Data.....	28
3.8	Instrumen Penelitian.....	29
3.9	Metode Analisis Data .....	29
3.9.1	Uji Validitas .....	29
3.9.2	Uji Reliabilitas .....	29
3.9.3	Analisis Deskriptif .....	30
3.9.4	Analisis Faktor .....	30
3.9.5	Uji Asumsi Klasik.....	31
3.9.6	Uji Regresi Linear Berganda.....	31
3.9.7	Uji F .....	32
3.9.8	Uji T .....	32
3.9.9	Koefisien Determinasi.....	33
3.10	Alur Penelitian .....	34
<b>BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....</b>		<b>38</b>
4.1	Karakteristik Responden .....	38
4.1.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
4.1.2	Karakteristik Berdasarkan Umur.....	39
4.1.3	Karakteristik Berdasarkan Merek Laptop .....	39
4.1.4	Karakteristik Berdasarkan Spesifikasi Laptop .....	39
4.1.5	Karakteristik Berdasarkan Alasan Membeli Laptop Untuk Kuliah Di Program Studi Teknik Industri UII.....	40
4.2	<i>Pilot Study</i> .....	40

4.2.1	Uji Pilot Study.....	42
4.2.2	Hasil Uji Pilot Study .....	44
4.3	Kuesioner Disonansi Kognitif.....	44
4.3.1	Dimensi Emotional.....	44
4.3.2	Dimensi Wisdom of Purchase.....	45
4.3.3	Dimensi Concern Over Deal .....	45
4.4	<i>Sampling Data</i> .....	46
4.5	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	46
4.5.1	Uji Validitas .....	47
4.5.2	Uji Reliabilitas .....	48
4.6	Uji Analisis Faktor .....	48
4.6.1	Dimensi Emotional.....	48
4.6.2	Dimensi Wisdom of Purchase.....	58
4.6.3	Dimensi Concern over deal.....	63
4.7	Uji Regresi Linier Beranda .....	67
4.7.1	Uji Regresi Linier Berganda Spesifikasi laptop Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 500 GB.....	67
4.7.2	Uji Regresi Linier Berganda Spesifikasi laptop Intel/AMD/M, RAM 4 GB, 256 GB.....	73
4.7.3	Uji Regresi Linier Beranda Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 1 TB .....	80
4.7.4	Uji Regresi Linier Berganda Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 500 GB.....	87
4.7.5	Uji Regresi Linier Berganda Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 1 TB .....	94
BAB V PEMBAHASAN.....		102
5.1	Analisis Terkait Karakteristik Responden .....	102
5.2	Analisis Terkait Kuesioner Disonansi.....	103
5.2.1	Dimensi Emotional.....	103
5.2.2	Dimensi Concern Over Deal .....	106
5.3	Analisis Uji Validitas dan juga Uji Reliabilitas .....	107
5.4	Analisis Faktor .....	108
5.4.1	Dimensi Emotional.....	108
5.4.2	Dimensi Wisdom of Purchase.....	110
5.4.3	Dimensi Concern Over Deal .....	112
5.5	Analisi Uji Regresi Linier Berganda dari Setiap Spesifikasi Laptop.....	113

5.5.1	Analisis Uji Regresi Linier dari Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 500 GB .....	113
5.5.2	Analisis Uji Regresi Linier dari Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 4 GB, 256 GB .....	115
5.5.3	Analisis Uji Regresi Linier dari Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 1 TB .....	117
5.5.4	Analisis Uji Regresi Linier dari Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 500 GB .....	119
5.5.5	Uji Regresi Linier dari Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 1 TB .....	121
5.5.6	Rangkuman Hasil Uji Regresi Linier Pada Setiap Spesifikasi Laptop	123
5.6	Rekomendasi Untuk Setiap Spesifikasi Laptop .....	125
5.6.1	Rekomendasi untuk Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 500 GB .....	125
5.6.2	Rekomendasi untuk Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 4 GB, 256 GB .....	126
5.6.3	Rekomendasi untuk Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 1 TB .....	128
5.6.4	Rekomendasi untuk Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 500 GB .....	129
5.6.5	Rekomendasi untuk Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 1 TB .....	131
BAB VI PENUTUP .....		133
6.1	Kesimpulan .....	133
6.2	Saran.....	133
DAFTAR PUSTAKA .....		135
LAMPIRAN.....		A

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kajian Literatur.....	12
Tabel 2.2 Dimensi Disonansi Kognitif .....	19
Tabel 4.1 Jumlah Hasil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.2 Jumlah Hasil Responden Berdasarkan Umur .....	39
Tabel 4.3 Jumlah Hasil Responden Berdasarkan Merek Laptop.....	39
Tabel 4.4 Jumlah Hasil Responden Berdasarkan Spesifikasi Laptop.....	40
Tabel 4.5 Jumlah Hasil Responden Berdasarkan Alasan Membeli Laptop.....	40
Tabel 4.6 Pertanyaan <i>Pilot Study</i> .....	41
Tabel 4.7 Hasil Jawaban <i>Pilot Study</i> .....	42
Tabel 4.8 Hasil Uji <i>Pilot Study</i> .....	44
Tabel 4.9 Jumlah Hasil Responden Berdasarkan Dimensi <i>Emosional</i> .....	44
Tabel 4.10 Jumlah Hasil Responden Dimensi <i>Wisdom of Purchase</i> .....	45
Tabel 4.11 Jumlah Hasil Responden <i>Concern Over the Deal</i> .....	45
Tabel 4.12 Hasil Uji Validasi .....	47
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas.....	48
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>KMO and Bartlett's Test</i> Dimensi <i>Emotional</i> .....	49
Tabel 4.15 Tabel Hasil Uji <i>Anti-Image Matrices</i> .....	50
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Communalities</i> Dimensi <i>Emotional</i> .....	53
Tabel 4.17 Hasil Uji <i>Variance Explained</i> Dimensi <i>Emotional</i> .....	55
Tabel 4.18 Uji Hasil <i>Component Matrix</i> Dimensi <i>Emotional</i> .....	56
Tabel 4.19 Uji Hasil <i>Rotated Component Matrix</i> Dimensi <i>Emotional</i> .....	57
Tabel 4. 20 Hasil Uji <i>Component Transformation Matrix</i> Dimensi <i>Emotional</i> .....	58
Tabel 4.21 Uji Hasil <i>KMO and Bartlett's test</i> Dimensi <i>Wisdom of Purchase</i> .....	58
Tabel 4.22 Hasil Uji <i>Anti-Image Matrices</i> Dimensi <i>Wisdom of Purchase</i> .....	60
Tabel 4.23 Hasil Uji <i>Communalities</i> Dimensi <i>Wisdom of Purchase</i> .....	61
Tabel 4.24 Hasil Uji <i>Total Variance Explained</i> Dimensi <i>Wisdom of Purchase</i> .....	62

Tabel 4.25 Hasil Uji <i>Component Martix</i> Dimensi <i>Wisdom of Purchase</i> .....	62
Tabel 4.26 Hasil Uji <i>KMO and Bartlett's test</i> Dimensi <i>Concern over deal</i> .....	63
Tabel 4.27 Hasil Uji <i>Anti-Image Covariance</i> Dimensi <i>Concern Over Deal</i> .....	64
Tabel 4.28 Hasil Uji <i>Communalities</i> Dimensi <i>Concern Over Deal</i> .....	65
Tabel 4.29 Hasil Uji <i>Total Variance Explained</i> Dimensi <i>Concern Over Deal</i> .....	66
Tabel 4.30 Hasil Uji <i>Component Matrix</i> Dimensi <i>Concern Over Deal</i> .....	66
Tabel 4. 31 Hasil Uji Normalitas Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 8 RAM, 500 GB .....	68
Tabel 4. 32 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 8 RAM, 500 GB .....	70
Tabel 4.33 Hasil Uji t Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 8 RAM, 500 GB.....	71
Tabel 4.34 Hasil Uji F Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 8 RAM, 500 GB .....	72
Tabel 4.35 Hasil Uji $R^2$ Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 8 RAM, 500 GB.....	73
Tabel 4. 36 Hasil Uji Multikolinearitas Spesifikasi laptop Intel/AMD/M, RAM 4GB, 256 GB .....	75
Tabel 4.37 Uji Regresi Linier Berganda Spesifikasi laptop Intel/AMD/M, RAM 4GB, 256 GB .....	77
Tabel 4.38 Hasil Uji T Tes Spesifikasi laptop Intel/AMD/M, RAM 4GB, 256 GB .....	78
Tabel 4.39 Hasil Uji F Spesifikasi laptop Intel/AMD/M, RAM 4GB, 256 GB .....	79
Tabel 4. 40 Hasil Uji $R^2$ Spesifikasi laptop Intel/AMD/M, RAM 4GB, 256 GB.....	80
Tabel 4.41 Hasil Uji Multikolinearitas Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 1 TB .....	82
Tabel 4.42 Uji Regresi Linier Berganda Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 1 TB .....	84
Tabel 4.43 Uji Hasil t test Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 1 TB .....	85
Tabel 4.44 Hasil Uji F Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 1 TB .....	86
Tabel 4.45 Hasil Uji $R^2$ Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 1 TB.....	87
Tabel 4.46 Hasil Uji Multikolinearitas Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 500 GB .....	89
Tabel 4.47 Uji Hasil Regresi Linier Berganda Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 500 GB .....	91
Tabel 4.48 Hasil Uji t Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 500 GB .....	92
Tabel 4.49 Hasil Uji F Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 500 GB .....	93



Tabel 4.50 Hasil Uji $R^2$ Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 500 GB .....	94
Tabel 4.51 Hasil Uji Multikolinearitas Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 1 TB .....	96
Tabel 4.52 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 1 TB.....	98
Tabel 4.53 Hasil Uji t test Berganda Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 1 TB .....	99
Tabel 4.54 Hasil Uji F Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 1 TB .....	100
Tabel 4.55 Hasil Uji $R^2$ Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 1 TB.....	101
Tabel 5.1 Rangkuman Hasil Uji T, Uji F, dan Uji R Spesifikasi Laptop Teknik Industri UII.....	123
Tabel 5.2 Hasil uji regresi linier berganda masing-masing spesifikasi Laptop .....	123

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Penjualan Laptop di Dunia 2022 .....	2
Gambar 3.1 Alur Penelitian .....	34
Gambar 3.2 Alur Penelitian .....	35
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 8 RAM, 500 GB .....	67
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 8 RAM, 500 GB .....	69
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Spesifikasi laptop Intel/AMD/M, RAM 4GB, 256 GB .....	74
Gambar 4.4 Hasil Uji Heterokedastisitas Spesifikasi laptop Intel/AMD/M, RAM 4GB, 256 GB .....	76
Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 1 TB .....	81
Gambar 4.6 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	83
Gambar 4.7 Hasil Uji Normalitas Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 500 GB .....	88
Gambar 4.8 Hasil Uji Heterokedastisitas Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 500 GB .....	90
Gambar 4.9 Hasil Uji Normalitas Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 1 TB .....	95
Gambar 4.10 Hasil Uji Heterokedastisitas Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 1 TB .....	97

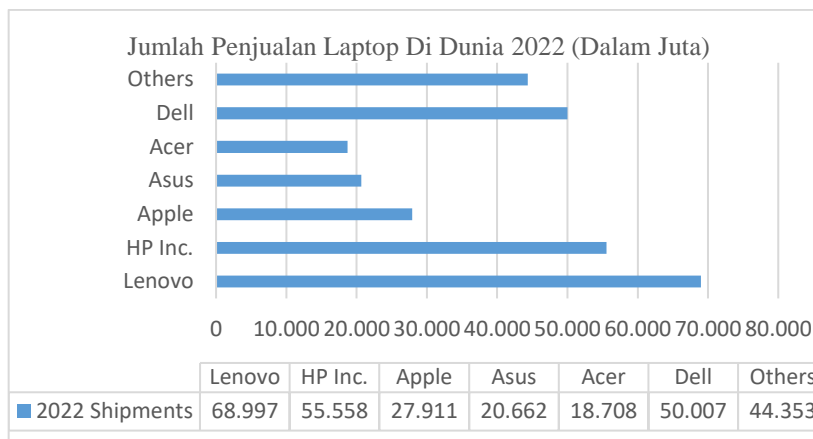
# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada zaman dimana era teknologi berkembang saat ini, laptop telah mejadi alat atau *tool* yang membantu kita dalam menyelesaikan berbagai tugas. Penggunaan laptop tidak hanya meningkatkan efisiensi waktu, tetapi juga dapat meringankan beban kerja manusia secara keseluruhan. Oleh karena itu, laptop telah menjadi kebutuhan yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. Pada saat ini banyak yang menggunakan laptop sebagai sarana dalam memgerjakan suatu pekerjaan pengganti sebuah PC (Noviansyah et al. 2019).

Berdasarkan data yang didapatkan dari Perusahaan riset pasar Gartner tahun 2022, melaporkan bahwa penjualan laptop dan PC di seluruh dunia yaitu 286.197 juta. Dimana Lenovo menjadi pemimpin dalam penjualan laptop, atau menduduki posisi teratas di pasar global sebanyak 68.997 juta unit, kemudian diikuti oleh HP Inc. yang berada di peringkat kedua sebanyak 55.558 juta unit. Pada posisi ketiga di tempati oleh Dell sebanyak 50.007 juta unit. Menyusul Dell, perusahaan lainnya dengan 44.353 juta unit, Apple dengan 27.991 juta unit, Asus 20.662 juta unit, dan Acer 18.708 juta unit. (Gartner, 2023)



Gambar 1.1 Jumlah Penjualan Laptop di Dunia 2022

Laptop kini telah menjadi sangat umum digunakan dalam berbagai bidang pekerjaan dan industri, salah satunya pada sektor Pendidikan. Melalui Pendidikan penggunaan laptop telah merubah sistem pada Pendidikan yang konvensional menjadi era digital (Purnasari and Sadewo 2021). Sehingga memberikan pembelajaran yang lebih interaktif, akses terhadap ilmu yang lebih luas, serta lebih mudah dijangkau. Tidak terkecuali perguruan tinggi turut merasakan dampak dari perubahan tersebut.

Universitas Islam Indonesia, sebagai salah satu perguruan tinggi yang telah berdiri lama, telah mengalami perubahan yang signifikan seiring dengan perkembangan teknologi hingga sampai saat ini. Dengan beradaptasi pada teknologi, UII memastikan mampu memberikan pengalaman Pendidikan yang berkualitas, sehingga secara tidak langsung menegaskan pentingnya penggunaan laptop dalam Pendidikan, baik itu pada pengajar, dosen, mahasiswa dan individu-individu yang berada dalam lingkup UII.

Dengan demikian, seiring semakin banyak laptop yang ditawarkan kepada konsumen yaitu khususnya mahasiswa dengan berbagai fungsi dan spesifikasi. Spesifikasi yang ditawarkan bermacam-macam, dari yang harga terjangkau dengan kinerja (CPU, GPU, RAM) seadanya, sampai dengan harga yang mahal dengan kinerja (CPU, GPU, RAM) yang lebih tinggi. Dari berbagai macam informasi positif yang diperoleh atau *overchoice* dapat menimbulkan alternative yang makin banyak, sehingga mereka mengalami kebingungan dan kesulitan dalam membuat keputusan yang konsisten yang sesuai dengan kebutuhan akademik khususnya pada Program Studi Teknik Industri, sehingga melakukan evaluasi setelah pembelian laptop merupakan hal yang krusial untuk menentukan apakah konsumen puas atau tidak puas, tingkat kepuasan dapat ditentukan

oleh variabel persepsi dan harapan mahasiswa terhadap spesifikasi laptop yang dibeli untuk mendukung perkuliahan, ketika persepsi melebihi harapan, maka kepuasan terjadi dan ketika persepsi tidak dapat memenuhi harapan, maka hal inilah yang mengakibatkan timbulnya disonansi. Konsumen merasa dihadapkan pada keadaan yang membingungkan, dimana kepercayaan yang diambil tidak berjalan seiring. Dengan demikian, hal ini memunculkan disonansi kognitif (Khakim M. Farid and Imron Much 2011).

Disonansi kognitif merupakan konflik psikologis antara dua atau lebih kepercayaan yang tidak sesuai secara simultan, seseorang akan mencari dan berupaya untuk mengurangi disonansi dalam berbagai situasi baru (Hanum, Utami, and Suwarso 2022). Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi tingkat disonansi yaitu 1). Derajat kepentingan, merujuk seberapa penting suatu masalah yang berdampak pada derajat disonansi; 2). Jumlah disonansi, merujuk seberapa banyak disonansi yang telah dipengaruhi oleh rasio disonansi; 3). Rasional, merujuk pada alasan mengapa inkonsistensi bisa terjadi.

Pada penelitian ini, disonansi menjadi topik permasalahan yang difokuskan pada mahasiswa Teknik Industri Angkatan 2019 Universitas Islam Indonesia, alasan pemilihan ini karena mahasiswa jurusan Teknik Industri angkatan 2019 memiliki pengalaman terhadap pembelian laptop mulai dari masa kuliah awal hingga semester akhir, dimana mereka telah menguji penggunaan laptop dalam menyelesaikan beragam tugas kuliah, termasuk tugas berat. Mahasiswa tersebut juga memahami dengan baik kinerja, kualitas dan harga dari laptop tersebut. Angkatan ini mengalami pembelajaran daring akibat pandemi COVID-19, yang berdampak pada peningkatan pembelian laptop, perusahaan riset Canalys mencatat pengiriman PC mencapai 297 juta unit pada 2020, naik 11 persen dari tahun sebelumnya (Canalys). Dimana mahasiswa berperan sebagai konsumen dalam pembelian laptop, kemudian melakukan analisis terhadap faktor-faktor yang membentuk disonansi kognitif. Berikut merupakan data jumlah mahasiswa Teknik Industri Angkatan 2019 Universitas Islam Indonesia yaitu sebanyak 209 mahasiswa. Dari jumlah data tersebut, sebagai mahasiswa yang akan membeli laptop pasti telah mengetahui apakah ia mengalami disonansi kognitif atau tidak dalam proses pengambilan keputusan. Selain itu, memberikan gambaran apakah disonansi kognitif ini berpengaruh terhadap keputusan pembelian laptop yang dilakukan. Sebelum hal tersebut terjadi maka penelitian ini dapat

menjadi bahan evaluasi atau sebagai sumber rujukan dalam menjelaskan fenomena disonansi kognitif terhadap pembelian laptop pada mahasiswa, untuk itu dalam mengetahui disonansi kognitif yang terjadi pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Islam Indonesia, maka penelitian ini mengambil judul “Pengaruh Disonansi Kognitif Terhadap Pembelian Laptop: Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Indonesia”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang diatas, Adapun rumusan permasalahan ini sebagai berikut:

1. Apa saja faktor yang mempengaruhi terjadinya disonansi kognitif pada Mahasiswa Jurusan Teknik Industri Angkatan 2019 Universitas Islam Indonesia dalam memilih laptop?
2. Apakah faktor disonansi berpengaruh pada tingkat kepuasan sebagai seorang mahasiswa Jurusan Teknik Industri Angkatan 2019 Universitas Islam Indonesia terhadap laptop yang dibelinya?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Setelah rumusan permasalahan didapatkan, selanjtunya dapat dilakukan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi terjadi disonansi kognitif pada Mahasiswa Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Indonesia dalam pembelian laptop.
2. Mengetahui dan menganalisis faktor disonansi berpengaruh pada tingkat kepuasan sebagai seorang mahasiswa Jurusan Teknik Industri Angkatan 2019 Universitas Islam Indonesia terhadap laptop yang dibelinya.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat seagai berikut:

1. Bagi peneliti, dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang membentuk terjadinya disonansi kognitif terhadap Mahasiswa Jurusan Teknik Industri di Universitas Islam Indonesia berdasarkan hasil penelitian serta mendapatkan wawasan dan

ilmu tambahan mengenai ergonomis kognitif terkhusus pada ilmu disonansi kognitif.

2. Bagi yang diteliti, dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang membentuk terjadinya disonansi kognitif setelah mengetahui informasi dan memilih membeli laptop berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, dapat dijadikan sebagai salah satu sumber referensi penelitian mengenai disonansi kognitif.

### **1.5 Batasan Penelitian**

Adapun yang merupakan Batasan penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengambilan data dilakukan pada Mahasiswa Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Indonesia tahun 2019/2020. Pengambilan data didasarkan pada pengalaman mahasiswa dalam membeli laptop sejak awal masuk ke Jurusan Teknik Industri hingga saat ini, dimana telah mencakup periode hingga tahap akhir studi.
2. Pada proses pengambilan data dilakukan sebelum tahun ajaran baru 2024/2025.
3. Untuk pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner via *Google Form* dan melakukan wawancara langsung kepada responden jika berkenan.

### **1.6 Sistematika Penelitian**

Penelitian disusun secara terstruktur ke dalam beberapa bab, dan masing-masing bab akan diuraikan sebagai berikut:

#### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Membahas mengenai pendahuluan tentang latar belakang permasalahan pada topik penelitian ini. Kemudian terdapat rumusan masalah terstruktur agar mudah mensolusikan, tujuan penelitian ini guna menentukan focus penelitian, manfaat penelitian ke berbagai pihak, Batasan masalah dengan harapan penelitian tidak membicarakan diluar topik, dan sistematika penelitian secara singkat. Pada bagian ini diuraikan bahasan di Bab I Pendahuluan.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Berisikan tentang teori dan konsep dasar yang diperlukan untuk memecahkan masalah yang telah dirumuskan. Literatur diperoleh dari

buku maupun pendapat pakar atau sumber yang valid. Selain itu, memuat uraian hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti lain yang berkaitan dengan penelitian ini. Pada bagian ini diuraikan bahasan di Bab II Tinjauan Pustaka.

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Menjelaskan metode penelitian tentang kerangka pemecahan masalah dan penjelasan secara umum bagaimana langkah-langkah yang akan dilakukan menggunakan metode yang telah ditentukan. Bab ini juga mencakup subjek dan objek penelitian, sumber data penelitian, alat dan bahan penelitian, Teknik pengambilan data, Teknik pengolahan data, Teknik analisis data, serta bagan alir penelitian. Pada bagian ini diuraikan bahasan di Bab III Metodologi Penelitian.

### BAB IV PENGOLAHAN DATA DAN HASIL PENELITIAN atau PEMBANGUNAN SISTEM

Pada bab ini mengulas data yang diperoleh selama melakukan penelitian dan melakukan pengolahan data menggunakan metode yang telah dijelaskan di bab sebelumnya. Hasil pengolahan data ditampilkan dalam berbagai bentuk analisis. Bab ini menjadi pedoman untuk pembahasan hasil yang akan ditulis pada selanjutnya. Pada bagian ini diuraikan bahasan di Bab IV Pengolahan Data dan Hasil Penelitian.

### BAB V PEMBAHASAN atau PENGUJIAN SISTEM DAN PEMBAHASAN

Membahas dan menganalisis hasil dari bab sebelumnya yang beracuan pada latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian untuk akan menghasilkan kesimpulan. Pada bagian ini diuraikan bahasan di Bab V Pembahasan.

### BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan kesimpulan dari analisis dan pembahasan. Kesimpulan bertujuan untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan. Bab ini juga terdapat saran yang diberikan berdasarkan pengalaman untuk penelitian selanjutnya. Pada bagian ini diuraikan bahasan di Bab VI Kesimpulan dan Saran.

### DAFTAR PUSTAKA

### LAMPIRAN



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kajian Literatur**

Pada bagian ini berisi jurnal-jurnal dari penelitian terdahulu terkait dengan metode yang digunakan dan hasil dari penelitiannya. Berikut merupakan penelitian dengan menggunakan metode disonansi kognitif, uji validitas dan reliabilitas, serta analisis faktor, analisis deskriptif, dan analisis regresi linier.

Pada penelitian ini, membahas mengenai disonansi kognitif Masyarakat Kalimantan barat akibat banjir informasi covid-19 oleh (Hanum, Utami, and Suwarso 2022). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana disonansi kognitif yang dialami oleh Masyarakat Kalimantan barat, akibat dari banjir informasi mengenai pandemi COVID-19, terdapat tiga dimensi disonansi kognitif yaitu emosional (*Emotional*), kebijaksanaan (*Wisdom of purchase*) dan *concern over the deal*. Penelitian ini menggunakan sampel dari Masyarakat Kalimantan Barat yakni di sekolah, restoran, puskesmas, rumah sakit, pusat perbelanjaan, pasar tradisional, dan kantor pemerintahan secara random. Hasil dari penelitian ini memberikan penjelasan mengenai dimensi emosional pada Masyarakat yang tidak acuh dengan COVID-19, *wisdom of purchase*, Masyarakat merasa bertentangan dengan kepercayaannya dan *concern over the deal* Masyarakat melakukan rasionalisasi informasi yang dianggap sesuai dengan kepercayaannya.

Penelitian berikutnya, membahas mengenai disonansi kognitif elite politik dan pejabat publik dalam menghadapi fenomena kelangkaan minyak goreng oleh (Mudjiyanto 2022). Pada penelitian ini, terdapat indikasi sikap inkonsisten dari pejabat publik dalam menyikapi isu di kalangan milenial, penelitian ini menggunakan tiga dimensi disonansi kognitif. Sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah komentar warganet ditentukan secara purposive. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa dimensi emosional pada pejabat publik yang merasa khawatir, *wisdom of purchase*, pejabat publik merasa bertentangan dengan kepercayaannya dan *concern over the deal*, pejabat publik inkonsistensi akibat derasnya desakan dan tuntutan dari public.

Penelitian yang dilakukan menggunakan uji validitas dan reabilitas untuk mengukur minat pengguna video-on-demand di Indonesia oleh (Yusuf and Indrawati 2019). Dimana peneliti menganalisis variable *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, *Habit*, dan *Content*. Sampel yang digunakan didapat melalui survei online sebanyak 403 responden, dengan rentang usia 15-60 tahun. Hasil penelitian yang didapatkan menunjukkan bahwa terdapat 4 faktor yang mempengaruhi *Behavioral Intention* yaitu *Habit*, *Content*, *Performance Expectancy*, dan *Effort Expectancy*. Pada variable moderator, usia mempengaruhi habit terhadap *Behavioral Intention*, sedangkan variabel yang lain tidak berpengaruh.

Penelitian lainnya, membahas mengenai penilaian website pada Perguruan Tinggi oleh (Mashadi, Nurachmad, and Mulyana 2019). Sampel yang digunakan merupakan mahasiswa IBI Kesatuan Boggor. Terdapat tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi penilaian mahasiswa atas Website di Perguruan Tinggi tersebut. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa Website IBI Kesatuan sebagai Website dengan informasi, layanan dan kelengkapan yang baik bagi mahasiswa.

Pada penelitian selanjutnya, melakukan pembahasan mengenai pengaruh motivasi kerja, disiplin kerja, kepuasan kerja, lingkungan kerja terhadap karyawan dengan variabel Intervening *Organizational Citizenship Behavior* oleh (Kurnianto and Kharisudin 2022). Sampel yang digunakan yaitu data primer yang diambil secara langsung di Badan Pendapatan, Pengelola Keuangan, dan Aser Daerah (BPPKAD) Kabupaten Remban, pengambilan dilakukan secara *random sampling*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperhatikan kinerja karyawan pada motivasi kerja, disiplin kerja, kepuasan kerja, dan lingkungan kerja. Berdasarkan dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa variabel disiplin kerja dan lingkungan kerja mempunyai pengaruh langsung terhadap variabel Intervening *Organizational Citizenship Behavior*.

Pada penelitian ini, membahas Sejarah dan evolusi teori disonansi kognitif, dari awalnya sebagai teori yang hanya berfokus pada inkonsistensi antara kognisi menjadi prinsip yang lebih kompleks berdasarkan data yang telah dikumpulkan selama ini (Cooper 2019). Proses yang mengarah dari persepsi kognisi di lingkungan sosial menjadi keadaan ketidaknyamanan dan bagaimana perubahan sikap, persepsi, dan perilaku. Sampel penelitian ini berfokus pada individu dalam kelompok sosial. Berdasarkan dari penelitian ini dapat disimpulkan dengan

pendekatan dua arah untuk disonansi dalam masa depan mendatang dimana kita terus membuat kemajuan sambil secara bersamaan menerjemahkan disonansi untuk membantu mengatasi masalah dalam kehidupan seseorang.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji apakah disonansi kognitif terjadi Ketika individu menerima informasi yang bertentangan dengan keyakinan politik mereka (Ploger et al. 2021). Penelitian menggunakan sampel lebih dari 1.100 responden di 17 negara yang telah dikumpulkan. Responden diminta untuk membaca berita politik yang bertentangan dengan keyakinan politik mereka dan kemudian diukur respon fisiologi mereka menggunakan pengukuran *skin conductance* (SC) dan *heart rate variability* (HRV). Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa disonansi kognitif terjadi ketika individu menerima informasi yang bertentangan dengan keyakinan politik, yang dapat ditunjukkan melalui peningkatan respons fisiologis. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa efek disonansi kognitif lebih kuat pada individu yang lebih terlibat secara politik.

Pada penelitian ini, membahas tentang *selective exposure* atau perilaku konsumen berita yang cenderung mencari informasi yang konsisten dengan sikap atau pandangan mereka (Metzger, Hartsell, and Flanagan 2020). Penelitian ini membandingkan disonansi kognitif dan persepsi kredibilitas sebagai penjelasan teoretis mengapa konsumen berita cenderung mencari informasi yang konsisten dengan sikap mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kredibilitas memainkan peran yang lebih besar dalam perilaku *selective exposure* daripada ketidaknyamanan psikologis dengan informasi yang menantang sikap. Penelitian memiliki implikasi penting untuk literasi media dan Upaya dalam mengatasi polarisasi politik.

Penelitian ini membahas pengalaman disonansi kognitif yang dialami oleh konsumen teknologi *smart homes* ketika kinerjanya tidak sesuai dengan harapan (Marikyan, Papagiannidis, and Alamanos 2023). Studi ini bertujuan untuk memahami bagaimana pengguna mengatasi disonansi yang negatif dan dampak dari emosi negatif terhadap kepuasan dan kesejahteraan mereka. Sampel penelitian ini menggunakan 387 responden konsumen *smart homes*. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa disonansi pasca-*disconfirmation* menimbulkan perasaan marah, bersalah, dan penyesalan, yang berkorelasi dengan mekanisme pengurangan disonansi dan memiliki efek yang berbeda pada kepuasan dan kesejahteraan.

Pada penelitian ini, membahas tentang pengembangan model untuk menerapkan model pikiran buatan yang mensimulasikan perilaku psikologis manusia (Colloc 2020). Model ruang

vector fuzzy waktu (TFVS) dan model dan metode objek berorientasi ruang vector fuzzy (FVSOOMM) untuk merancang dan menerapkan fitur dari model pikiran buatan. Penggunaan logika fuzzy terdapat kelebihan dan kekurangan dalam mempresentasikan keadaan emosional dan model psikis. Hasil dari penelitian ini membahas tentang kecerdasan buatan, logika fuzzy, penalaran berbasis kasus, sistem pendukung keputusan, dan ilmu kognitif.

Penelitian ini, membahas tentang dampak disonansi kognitif dan kepatuhan terhadap rasionalitas kolektif terhadap aktivitas manajemen CEO hotel (Xi et al. 2022). Penelitian ini menunjukkan bahwa kepatuhan terhadap keyakinan kolektif meningkat ketika individu mematuhi dan menerima kompensasi, meskipun masing-masing individu berbeda. Keyakinan kolektif meningkat ketika individu mematuhi dan menerima kompensasi meskipun ada perbedaan individu. Sampel dalam penelitian ini adalah karyawan hotel. Studi ini menyoroti pengaruh disonansi kognitif dan kepatuhan publik terhadap aktivitas dan kinerja manajemen hotel, dan pentingnya memahami dan mengatasi dinamika psikologis dan organisasional.

Selanjutnya pada penelitian ini, membahas tentang komunikasi risiko bencana yang efektif didasarkan pada distribusi pesan krisis secara adil kepada populasi target (Wood and Miller 2021). Penelitian ini menunjukkan bahwa menyampaikan pesan evakuasi kepada banyak orang mungkin menggunakan Bahasa dan media yang sesuai dengan *audiens* yang dituju. Pada disonansi kognitif bagaimanapun, menunjukkan bahwa pesan manajemen bencana yang divuat dengan baik tidak hanya dapat menghasilkan reaksi publik yang tidak diinginkan. Hasil dari penelitian ini menghasilkan 2 tinjauan, pertama literatur mengungkapkan keterkaitan yang sangat mungkin dan berpengaruh antara teori disonansi kognitif dan studi pesar Krisi dalam bidang manajemen bencana. Kedua, penelitian ini menemukan faktor umum dalam literatur yang tekonsentrasi yang dapat memfasilitasi adopsi dari prinsip disonansi kognitif dengan mudah oleh para komunikator bencana dalam kerangka komunikasi yang sudah ada.

Penelitian ini, membahas tentang pemanasan global berdasarkan analisis data dan model fisik, dan bukan berdasarkan informasi dari situs web dan jaringan sosial yang tidak jelas asal usulnya (Šlégrová, Šlégr, and Studnička 2020). Penelitian ini menunjukkan bahwa banyak orang mencoba molak ide pemanasan global dengan berbagai penjelasan yang meragukan. Orang juga cenderung berpikir bahwa mereka lebih pintar daripada media. Namun, media terikat oleh etik yang menuntut mereka untuk mempublikasikan informasi yang diverifikasi dari berbagai sumber dan sejalan dengan ilmu pengetahuan dan teknologi. Oleh karena itu terjadi

ketegangan yang disebabkan oleh dua sikap yang saling tidak konsisten yang menyebabkan terjadinya disonansi kognitif. Hasil dari penelitian ini adalah setelah siswa menyelesaikan Latihan-latihan yang telah diberikan, dilakukan survei cepat untuk mengetahui apakah kegiatan ini mengubah cara pandang mereka tentang pemanasan global, dapat dilihat sebagai dari mereka memberikan tanggapan positif dan menurut pendapat mereka, Latihan ini dapat menyakinkan skeptis iklim lainnya.

Pada penelitian ini, membahas tentang informasi di internet yang seingkali meminta *user* untuk memilih di antara jumlah artikel tiruan yang sama antara yang sesuai atau bertentangan dengan sikap mereka (Zillich et al. 2021). Penelitian ini menunjukkan bahwa tidak menemukan efek diskrepansi kognitif pada kedipan mata atau ketidaknyamanan, selain itu, analisis regresi tidak memberikan paparan selektif dalam mencari, memilih, dan melihat tentang mobil otonom. Hasil dari penelitian ini adalah menambahkan pada *body of selective-exposure literature* dengan mengusulkan ukuran-ukuran baru dari disonansi kognitif dan dengan menyelidiki berbagai tingkat pengaruh pengguna terhadap informasi online, dengan bantuan *eye tracking*. Diharapkan bahwa temuan ini akan menginspirasi peneliti lain untuk lebih lanjut mengeksplorasi apakah dan bagaimana pencarian, pemilihan, dan peninjauan informasi online dipengaruhi oleh sikap pengguna dan bagaimana selektivitas ini terkait dengan kedipan mata dan gerakan mata.

Penelitian ini, membahas tentang mengeksplorasi dan menganjurkan pertimbangan terhadap pendekatan yang relevan yang dapat digunakan untuk meningkatkan efektivitas intervensi berbasis disonansi kognitif (DBI) yang dirancang untuk mempromosikan kesetaraan Kesehatan (Bell, Van den Berg, and Liboro 2023). Penelitian ini penggunaan CBPR dalam DBI dapat ditingkatkan lebih lanjut ketika dikombinasikan dengan pendekatan yang menggunakan analisis jaringan sosial (SNA). SNA menggunakan teknik yang kuat untuk mengenali jenis koneksi yang menjaga suatu jaringan tertentu dan mengidentifikasi dan yang berpengaruh pada jaringan tersebut. Hasil dari penelitian ini adalah dari visi baru untuk DBI, penelitian ini juga menyoroti perspektif yang ditawarkan oleh SNA untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang hubungan yang kompleks yang berkembang dalam komunitas dan dampak hubungan tersebut pada keberhasilan intervensi yang ditunjukkan untuk mengurangi disonansi serta mempromosikan keadilan sosial dan kesetaraan Kesehatan.

Tabel 2.1 Kajian Literatur

No	Penulis (Tahun)	Judul	Subjek	Metode				
				Disonansi Kognitif	Validitas & Reliabilitas	Analisis Deskriptif	Analisis Faktor	Analisis Regresi Linier
1.	(Hanum, Utami, and Suwarso 2022)	Disonansi Kognitif Masyarakat Kalimantan Barat Akibat Banjir Informasi Covid-19	Masyarakat (Kalimantan Barat)	✓	✓	✓	✓	
2.	(Mudjiyanto 2022)	Disonansi Kognitif Elite Politik dan Pejabat Publik Dalam Menghadapi Fenomena Kelangkaan Minyak Goreng	Elite Politik dan Pejabat Publik (Indonesia)	✓	✓	✓	✓	
3.	(Yusuf and Indrawati 2019)	Analisis Faktor yang Memengaruhi Pembentukan Minat Berlangganan di Industri Video-On- Demand di Indonesia	Masyarakat		✓	✓	✓	
4.	(Mashadi, Nurachmad, and Mulyana 2019)	Analisis Deskriptif Penilaian Website Perguruan Tinggi	Mahasiswa			✓	✓	
5.	(Kurnianto and Kharisudin 2022)	Analisis Jalur Pengaruh Motivasi Kerja, Disiplin	Karyawan		✓			✓

No	Penulis (Tahun)	Judul	Subjek	Metode				
				Disonansi Kognitif	Validitas & Reliabilitas	Analisis Deskriptif	Analisis Faktor	Analisis Regresi Linier
6.	Cooper, J. (2019)	Kerja, Kepuasan Kerja, Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan dengan Variabel Intervening Organizational Cognitive Dissonance: Where We've Been and Where We've Going	Masyarakat	✓				
7.	(Ploger et al. 2021)	The Psychophysiological Correlates of Cognitive Dissonance	Masyarakat	✓				✓
8.	(Metzger, Hartsell, and Flanagin 2020)	Cognitive Dissonance or Credibility? A Comparison of Two Theoretical Explanations for Selective Exposure to Partisan News	Masyarakat	✓	✓			
9.	(Marikyan, Papagiannidis, and Alamanos 2023)	Cognitive Dissonance in Technology Adoption: A Study	Konsumen Smart Homes	✓	✓	✓	✓	✓

No	Penulis (Tahun)	Judul	Subjek	Metode				
				Disonansi Kognitif	Validitas & Reliabilitas	Analisis Deskriptif	Analisis Faktor	Analisis Regresi Linier
10.	(Colloc 2020)	of Smart Home Users Fvsoomm a Fuzzy Vectorial Space Model and Method of Personality, Cognitive Dissonance and Emotion in Decision Making	Logika fuzzy	✓				
11.	(Xi et al. 2022)	Cognitive Dissonance and Public Compliance, and Their Impact on Businnes Performance in Hotel Industry	Karyawan hotel	✓				
12.	(Wood and Miller 2021)	Cognitive Dissonance and Disaster Risk Communication	Masyarakat	✓				
13.	(Šlégrová, Šlégr, and Studnička 2020)	Global Warming: Facing Confirmation Bias and Cognitive Dissonance with Hands-On Activities	siswa	✓				✓



No	Penulis (Tahun)	Judul	Subjek	Metode				
				Disonansi Kognitif	Validitas & Reliabilitas	Analisis Deskriptif	Analisis Faktor	Analisis Regresi Linier
14.	(Zillich et al. 2021)	Selective Exposure to Information on the Internet: Measuring Cognitive Dissonance and Selective Exposure with Eye-Tracking	masyarakat	✓				✓
15.	(Bell, Van den Berg, and Liboro 2023)	Employing Dissonance-Based Interventions to Promote Health Equity Utilizing a Community-Based Participatory Research Approach and Social Network Analysis	Kesetaraan kesehatan	✓				
16.	(Putra 2023)	Pengaruh Disonansi Kognitif Terhadap Pembelian Laptop: Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Indonesia	Mahasiswa	✓	✓	✓	✓	✓

## **2.2 Landasan Teori**

Kajian deduktif merupakan landasan teori mengenai topik yang dibahas dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut.

### **2.2.1 Perguruan Tinggi**

Perguruan tinggi di Indonesia dapat berbentuk Politeknik, Universitas, Sekolah, dan akademik. Bentuk dari Lembaga Pendidikan dapat berupa perguruan tinggi negeri (PTN) atau perguruan tinggi swasta (PTS). PTN merupakan perguruan tinggi yang didirikan serta dikelola oleh pemerintah, sedangkan pada PS merupakan perguruan tinggi yang didirikan serta dikelola oleh komunitas/organisasi (Gudiño León., Acuña López., and Terán Torres. 2021). Pada perguruan tinggi, mengimplementasi Tri Dharma yaitu Pendidikan, penelitian, dan pengabdian untuk masyarakat yang merupakan misi dari perguruan tinggi. Tri Dharma ini adalah suatu keharusan yang dijalankan secara seimbang dan aktif civitas akademika perguruan tinggi, dimana harus terus beradaptasi dengan kebutuhan dan perkembangan zaman (Lian 2019).

### **2.2.2 Mahasiswa**

Mahasiswa merupakan kata yang mengacu pada individu yang telah terdaftar di Lembaga Pendidikan tinggi, seperti universitas dan juga menggambarkan individu yang saat ini belajar di lingkungan pendidikan. mahasiswa berperan penting atau bagian utama yang tidak dapat dilepaskan dalam penyelenggaraan Pendidikan tinggi. Karakter sebuah bangsa dapat dilihat dari generasi mudanya, dimana perguruan tinggi bertanggung jawab dalam menghasilkan lulusan yang terbaik pada bidang akademik maupun non akademik, selain dengan ditentukan dengan tingginya Indeks Prestasi Kumulatif juga harus beriringan dengan pembentukan kepribadiannya ke arah yang lebih baik. Sehingga, terbentuknya sumber daya manusia (SDM) berkualitas yang merupakan peranan aktif semua pihak terutama dari perguruan tinggi (Manurung and Rahmadi 2017).

### 2.2.3 Perilaku konsumen

Menurut Setiadi (2008), untuk memahami serta mengembangkan strategi pemasaran yang tepat, kita perlu memahami banyak hal apa yang mereka pikirkan (kognisi), rasakan (mempengaruhi), hal-hal yang mereka lakukan, dan juga dimana (ruang lingkup) yang mempengaruhi dan mempengaruhi apa yang dipikirkan, dirasakan serta dilakukan oleh seorang konsumen. Perilaku konsumen dapat berupa tindakan yang terlibat dalam mengkonsumsi dan mendapatkan barang dan jasa, serta proses yang terlibat didalamnya.

### 2.2.4 Ergonomi

Kata ergonomi sendiri berasal dari bahasa latin, terbagi dalam dua kata yaitu “Ergon” yang artinya kerja dan “Nomos” yang artinya hukum. Ergonomi merupakan ilmu yang mempelajari manusia dalam hubungannya dengan pekerjaan, serta segala aspek dan ruang lingkungannya (Rizqiansyah, Hanurawan, and Setiyowati 2017). Melakukan pekerjaan yang tidak ergonomis dapat menyebabkan faktor ketidaknyamanan, penurunan performa, biaya tinggi, dan kecelakaan.

Ergonomi adalah ilmu yang bertujuan untuk menyelaraskan pekerjaan dan lingkungan kepada manusia ataupun sebaliknya dengan tujuan mencapai produktivitas, dan efisiensi yang tinggi melalui pemanfaatan yang baik oleh manusia itu sendiri sehingga dapat terhindar dari resiko kerja yang akan terjadi. (Suhardi 2008).

### 2.2.5 Ergonomi Kognitif

Ergonomi kognitif memiliki pengertian yaitu proses mental manusia yang mencakup didalamnya termasuk persepsi, ingatan, dan reaksi dari interaksi manusia dan sistem kerja (Widistuti Retno 2011). Ergonomi kognitif mempelajari tentang kognisi dan sistem operasi, khususnya dalam hal parameter operasional, untuk meningkatkan kesejahteraan manusia dan kinerja sistem itu sendiri baik dengan cara objektif maupun ilmiah.

### 2.2.6 Persepsi

Persepsi merupakan suatu proses yang dimana individu memproses dan menafsirkan atau menjelaskan emosi mereka untuk memahami lingkungan mereka (Stephen P. Robbins 2005). Persepsi berkaitan dengan bagaimana seseorang menerima informasi yang dapat meningkatkan

pemahaman penerima atau pemilih berbagai emosi yang ditangkap oleh panca Indera, sehingga nantinya memengaruhi perilaku dari individu yang menerima informasi tersebut. Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi persepsi, yaitu:

- a. Karakteristik pribadi atau pemersepsi yaitu sikap, motif, kepentingan pengalaman, dan pengharapan atau ekspektasi seseorang.
- b. Situasional yaitu waktu, keadaan/tempat kerja, keadaan social.
- c. Faktor dalam target yaitu hal-hal yang baru, Gerakan, bunyi, suara, ukuran, latar belakang, kedekatan dan kesamaan.

### 2.2.7 Sikap

Menurut Suit-Almasdi (1996) didalam Veronica A. Kumurur (2008), sikap merupakan suatu contoh tingkah laku seseorang melalui tanggapan ataupun pemikiran terhadap situasi atau sesuatu objek. Oleh karena itu, sikap dibedakan menjadi dua bentuk, yaitu sikap pada fisik yang berdasarkan pada tingkah laku dan mentalitas yang berdasarkan kepribadian seseorang. Sikap sendiri bisa didapatkan melalui pengalaman yang telah dilalui, sikap tidak dibawa dari lahir, sehingga dapat diubah maupun dipengaruhi.

Sikap memiliki empat fungsi berdasarkan penelitian oleh (Luthans didalam hanurawan 2015) yaitu, sebagai berikut:

1. Fungsi penyesuaian, merupakan pengembangan sikap untuk mencapai tujuan secara maksimal.
2. Fungsi pertahanan diri, merupakan sikap dapat melindungi seseorang dari keharusan untuk mengakui kenyataan pada dirinya.
3. Fungsi ekspresi nilai, merupakan sikap untuk membantu ekspresi positif seseorang seperti memamerkan citra diri dan aktualisasi diri.
4. Fungsi pengetahuan, merupakan sikap membantu seseorang menetapkan standar evaluasi terhadap suatu hal dalam menghadapi peristiwa di sekelilingnya.

### 2.2.8 Disonansi Kognitif

Disonansi kognitif merupakan suatu keadaan yang membingungkan, yang terjadi pada orang Ketika keyakinan mereka tidak sesuai, sehingga mendorong mereka untuk mengubah pikiran,

perasaan, dan perilaku yang sesuai dengan pembaruan (Japariato, 2006). Seseorang cenderung lebih menghindari informasi yang meningkatkan terjadinya disonansi. Disonansi dapat dikurangi dengan melakukan tiga metode, yaitu (Festinger 1957):

- a. Dengan melakukan perubahan pada elemen perilaku
- b. Melakukan perubahan lingkungan untuk memvalidasi perilakunya
- c. Melakukan penambahan pada elemen kognitif tersebut.

### 2.2.9 Dimensi Kognitif Disonansi

Dimensi kognitif disonansi dengan menggunakan 22 item yang dirancang oleh peneliti Sweeney (2000) menyimpulkan bahwa disonansi kognitif dapat diwakilkan oleh tiga dimensi, yaitu *Emotional*, *Wisdom of Purchase*, dan *Convern Over the Deal*. *Emotional* merupakan ketidaknyamanan yang dirasakan seseorang Ketika mengambil suatu keputusan pembelian. *Wisdom of Puchase* adalah perasaan tidak nyaman ketika seseorang membelinya, Ketika bertanya-tanya apakah produk tersebut diperlukan atau apakah produk yang dipilih sudah sesuai. *Convern Over the Deal* adalah kegelisahan yang dirasakan seseorang ketika melakukan pembelian dan bertanya-tanya apakah terpengaruh oleh penjual yang tidak sesuai dengan kebutuhannya. Terdapat tiga aspek dimensi dari 22 item yang telah dikemukakan oleh Sweeney (2000) bukan sesuatu yang baru untuk mengukur disonansi kognitif karena pada penelitian sebelumnya sudah pernah digunakan pada penelitian sebelumnya. berikut ini merupakan dimensi disonansi kognitif yang digunakan (Sweeney 2000).

Tabel 2.2 Dimensi Disonansi Kognitif

<i>Variable</i>	<i>Item</i>
<i>Emotional</i> ( <i>After bought this product</i> )	Saya merasa putus asa
	Saya membencinya
	Saya merasa kecewa
	Saya merasa takut
	Saya merasa hampa
	Saya merasa marah
	Saya merasa tidak nyaman
	Saya merasa saya akan mengecewakan diri saya sendiri
	Saya merasa kesal
	Saya kesakitan
	Saya merasa frustrasi

	Saya merasa tertekan
	Saya merasa marah dengan diri saya sendiri
	Saya merasa sakit
	Saya dalam penderitaan
<i>Wisdom of purchase</i>	Saya ingin tahu apakah saya benar-benar membutuhkan produk ini
	Saya bertanya-tanya apakah saya harus membeli sesuatu sama sekali
	Saya ingin tahu apakah saya telah membuat pilihan yang tepat
<i>Concern over deal</i>	Saya bertanya-tanya apakah ada yang salah dengan kesepakatan yang saya lakukan
	Setelah saya memeli produk ini, saya bertanya-tanya apakah mereka telah memberi saya garis
	Setelah saya membeli produk ini, saya bertanya-tanya apakah saya akan tertipu

Berdasarkan dari pembahasan tabel diatas, dapat diketahui disonansi kognitif terbagi menjadi 3 dimensi yang dapat diukur, yaitu (Sweeney 2000):

#### I. *Emotional*

*Emotional* atau dimensi emosi merupakan ketidaknyamanan pikiran dalam mengambil sebuah keputusan. Dimana keadaan pikiran seorang konsumen yang mempertanyakan apakah sudah mengambil keputusan yang layak, emosi dapat dilihat melalui perasaan putus asa, menyesal, kecewa, takut, kehilangan, khawatir, cemas, marah, frsutasi, salah mengambil keputusan, sakit hati, sengsara, Lelah dan depresi pada diri sendiri. Apabila seseorang merasakan emosi-emosi tersebut dapat dikatakan bahwa dia merasa tidak nyaman dengan keputusan yang telah diambil, sehingga terjadi ketidakkonsistenan dalam pemikiran.

#### II. *Wisdom of Purchase*

*Wisdom of purchase* atau dimensi kebijaksanaan merupakan keputusan konsumen dalam membeli suatu produk atau jasa yang nantinya berpengaruh pada nilai yang diterima. Seorang konsumen pada saat membeli memutuskan untuk memilih produk atau jasa mana yang dibutuhkan serta apakah perlu untuk membelinya. Timbulnya rasa tidak nyaman ketika telah memilih suatu produk atau jasa, sehingga bertanya-tanya apakah produk maupun jasa benar-benar telah sesuai dengan apa yang dibutuhkan.

#### III. *Concern Over the Deal*

*Concern Over the Deal* atau dimensi perhatian setelah kesepakatan merupakan kesadaran seseorang setelah melakukan pembelian yang dimana adanya

ketidakkonsistenan dari perubahan sikap konsumen yang dipengaruhi oleh penjual. Seseorang konsumen mengharapkan mendapatkan kenyamanan setelah melakukan persetujuan dengan pihak penjual. Timbulnya rasa tidak nyaman yang dialami konsumen setelah melakukan pengambilan keputusan, sehingga bertanya-tanya apakah mereka sudah terpengaruh oleh penjual maupun orang lain yang tidak sejalan dengan kepercayaannya.

#### 2.2.10 *Pilot Study*

*Pilot study* merupakan studi kecil yang dilakukan sebelum studi yang lebih besar untuk menentukan kelayakan dan efektivitas suatu proyek sebuah penelitian, studi ini penting karena membantu peneliti mengidentifikasi potensi masalah dan membuat perubahan yang diperlukan sebelum melakukan studi yang lebih besar, studi ini sering digunakan dalam penelitian kualitatif untuk mengetahui efektivitas instrument penelitian dan data observasi (C. Baird 2000).

#### 2.2.11 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk menguji suatu hipotesis, namun hanya mendeskripsikan suatu variabel atau situasi dengan apa adanya (Suharsimi Arikunto 2006). metode analisis ini menganalisis data dengan menafsirkan atau menjelaskan data yang telah dikumpulkan sehingga dapat menarik kesimpulan umum dari data yang telah didapatkan.

Terdapat beberapa teknik analisis statistik deskriptif yang digunakan, yaitu:

1. Dilakukan penyajian data dalam bentuk tabel atau distribusi frekuensi dan tabulasi silang, berdasarkan hasil dari analisis tersebut akan diketahui urutan hasil penelitian. Hasil yang didapatkan bisa masuk dalam kategori rendah, sedang maupun tinggi.
2. Dilakukan penyajian data dalam format visual seperti histogram, polygon, ogif, grafik diagram batang, diagram lingkaran, digram lingkaran, dan diagram symbol.
3. Dilakukan perhitungan dari ukuran mean, media, dan modus (tendensi sentral)
4. Dilakukan perhitungan nilai dari ukuran kuartil, desil, dan persentil (letak)

5. Dilakukan perhitungan distribusi statistik (standar deviasi, varians, jangkauan/range, kuartil, mean, serta lain sebagainya).

#### 2.2.12 Analisis Faktor

Analisis faktor digunakan untuk mereduksi sebuah data, yaitu proses mengolompokkan sejumlah kecil variabel dan menamainya sebagai faktor. Pada analisis faktor terdapat istilah yang dikenal sebagai konstruk empirik dan konstruk laten/faktor. Pada konstruk empirik merupakan data yang dapat diukur menggunakan skor, sedangkan konstruk laten atau faktor adalah data yang tidak dapat diukur langsung menggunakan skor. metode analisis ini merupakan konstruk laten yang didefinisikan oleh peneliti dari faktor-faktor yang berasal dari konstruk empirik yang mempunyai hubungan kuat (Santoso 2012).

Dalam analisis faktor mempunyai empat fungsi, yaitu sebagai berikut (Santoso 2012):

1. Mengidentifikasi proses aspek laten (sulit dilihat) dalam Kumpulan variabel yang banyak.
2. Merancang cara untuk menggabungkan atau menggabungkan sejumlah besar respon ke dalam kelompok-kelompok berbeda secara efektif dalam skala yang lebih besar.
3. Identifikasi variabel terbaik untuk analisis lebih lanjut (analisis regresi, korelasi atau diskriminasi).
4. Buat variabel baru yang lebih kecil yang dapat menggantikan Sebagian atau seluruhnya Kumpulan variabel asli untuk memperoleh analisis lebih lanjut (misalnya analisis regresi, korelasi, atau diskriminasi).

Pada analisis faktor dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu analisis eksploratif serta analisis faktor konfirmatori. Dalam penelitian eksploratif, peneliti tidak mempunyai atau belum mempunyai pengetahuan atau teori atau gagasan yang mengorganisasikan hal-hal yang akan diciptakan atau yang akan diciptakan, sehingga penelitian merupakan suatu proses untuk membantu membangun gagasan-gagasan baru. Untuk analisis faktor konfirmatori adalah suatu metode analisis materi dimana penulis mengkaji untuk mengetahui faktor-faktor asli berdasarkan ide-ide dan konsep-konsep yang diketahui telah dipahami atau ditentukan



sebelumnya, dan perubahan-perubahan yang telah diterapkan pada setiap materi yang telah dikembangkan, dalam tujuan yang pasti.

Berikut merupakan beberapa output yang dihasilkan oleh analisis faktor konfirmatori, yaitu:

A. *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) & Bartlett's Test*

*Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)*, yaitu suatu indeks yang membandingkan besarnya koefisien korelasi yang diamati dengan besarnya koefisien tersebut. *Bartlett's Test* adalah Upaya tes untuk menguji terdependensi antara variabel-variabel yang menjadi indikator suatu penyebab atau faktor. Faktor-faktor dalam KMO dan *Bartlett's Test* menunjukkan nilai  $<0,05$  sehingga analisis dapat dilakukan (Santoso 2012).

B. *Anti-image correlation test*

*Anti-image correlation test* menunjukkan banyaknya angka yang membentuk diagonal, simbol "a", yang menunjukkan angka MSA dari variabel tersebut. Jika nilai dari MSA suatu variabel dibawah 0,5, maka untuk variabel tersebut dikeluarkan dan dilakukan pemilihan ulang (Santoso 2012).

C. *Communalities test*

*Communalities test* menunjukkan apakah keragaman dari variabel asal dapat menjelaskan data dari variabel yang diteliti. Semakin besar *communalities*, maka semakin besar pula keterkaitan antara indikator yang diteliti dengan faktor yang telah terbentuk (Santoso 2012).

D. *Total variance explained test.*

*Total variance explained test* menunjukkan tingkat variasi yang terkait dengan setiap faktor. Apabila faktor *Eigen value* 1 dapat dimasukkan kedalam model, dimana jika terdapat nilai  $< 1$  maka hal tersebut tidak dapat dimasukkan ke dalam model (Santoso 2012).

E. *Component matrix & Rotated component matrix*

Pada *Component matrix* memuat faktor yang terbentuk berdasarkan nilai dari korelasi antar masing-masing variabel. *Rotated component matrix* memberikan kepastian bahwa variabel-variabel yang telah masuk dalam kelompok faktor mana, dengan begitu dapat ditentukan nilai terbesar dari nilai korelasi antara faktor dengan komponen yang terbentuk.

#### F. *Component transformation matrix*

*Component transformation matrix* memberikan bahwa komponen nilai korelasi yaitu lebih besar (>) dari 0,5. Apabila nilai korelasi lebih > 0,5 dapat di ambil kesimpulan bahwa faktor layak untuk merangkum variabel yang diteliti.

#### 2.2.13 Uji Validitas

uji validitas merupakan salah satu langkah yang dilakukan untuk mengukur *content* atau isi dari sebuah alat. Uji validitas ini bertujuan untuk menguji atau mengukur akurasi alat yang akan digunakan dalam melakukan penelitian (Sugiyono 2006). Uji signifikansi koefisien korelasi dapat ditentukan dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel, apabila r hitung lebih besar dari pada r tabel maka dapat dikatakan nilai telah signifikan. Pada nilai t tabel yang digunakan dapat disesuaikan dengan signifikansi penelitian, nilai signifikansi yang digunakan yaitu 0,05 dengan derajat kebebasan ( $dk = n-2$ ), dimana nilai n merupakan jumlah responden dikurangi dua. Berikut merupakan rumus dari uji validitas dengan korelasi *Product moment* yang dapat dilihat sebagai berikut.

$$r_{xy} = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n(\sum x_i^2) - (\sum x_i)^2)(n(\sum y_i^2) - (\sum y_i)^2)}} \quad (2.1)$$

#### Keterangan

$r_{xy}$  = merupakan koefisien dari *Product moment*

n = Jumlah dari responden

$(\sum x_i y_i)$  = jumlah dari perkalian instrument dan kriteria

$x_i$  = nilai dari item instrumen

$y_i$	= nilai dari item kriteria
$(\sum x_i^2)$	= jumlah dari nilai instrument kuadrat
$(\sum y_i^2)$	= jumlah dari nilai kriteria kuadrat
$(x_i)^2$	= nilai instrument kuadrat
$(y_i)^2$	= nilai kriteria kuadrat

#### 2.2.14 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk memastikan sejauh mana suatu alat ukur, apakah bisa dipercaya ataupun sesuai dengan keadaan aslinya. Uji reliabilitas ini bertujuan untuk sejauh mana hasil pengukuran dapat konsisten, apabila dipengaruhi oleh faktor dan alat ukur yang sama (Amanda, Yanuar, and Devianto 2019). Pada penelitian ini menggunakan uji *Alpha Cronbach* dikarenakan alat (kuesioner) yang berupa skala, Jika nilai dari *Alpha Cronbach*  $> 0,6$ , maka didapatkan bahwa penelitian valid atau reliabel, begitu juga sebaliknya jika nilai *Alpha Cronbach*  $< 0,6$  maka penelitian tidak valid atau reliabel (Ghozali 2011). Berikut merupakan rumus dari uji reliabilitas dengan menggunakan *Alpha Cronbach* (Sugiyono 2009).

$$r_{it} = \left[ \frac{n}{n-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{n - \sigma_i^2} \right] \quad (2.2)$$

Keterangan

$r_{it}$  = Nilai koefisien reliabilitas

$n$  = jumlah item pertanyaan

$\sum \sigma_i^2$  = jumlah total varian skor pada tiap pertanyaan

$\sigma_i^2$  = varians dari keseluruhan

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Subjek Penelitian**

subjek penelitian merupakan objek yang menjadi focus dalam sebuah penelitian. Pada penelitian ini Mahasiswa Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Indonesia Angkatan 2019 adalah subjek penelitian ini.

#### **3.2 Objek Penelitian**

Objek penelitian dapat berupa sebuah peristiwa, hal, dan konsep yang menjadi fokus pada analisis. Untuk penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah faktor pembentuk disonansi kognitif pada Mahasiswa Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Indonesia 2019.

#### **3.3 Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel merupakan proses suatu variabel penelitian baik terukur dan jelas. Definisi operasional juga memberikan batasan-batasan pada objek penelitian ini.

1. Emosional

Emosional adalah keadaan dimana timbul rasa yang tidak nyaman psikologis oleh seseorang ketika memutuskan suatu pilihan.

2. Kebijaksanaan

Kebijaksanaan adalah keadaan dimana timbul rasa yang tidak nyaman oleh seseorang setelah memilih, di mana mereka bertanya-tanya apakah mereka benar-benar membutuhkan hal tersebut atau apakah mereka memilih hal yang telah sesuai.

3. Perhatian

Perhatian adalah keadaan dimana timbul rasa yang tidak nyaman oleh seseorang setelah memilih, di mana mereka bertanya-tanya apakah mereka telah dipengaruhi

oleh faktor-faktor dari lingkungan sekitar yang bertentangan dengan keyakinan atau keinginan mereka.

### **3.4 Skala Pengukuran Variabel**

Skala pengukuran pada setiap variabel dalam penelitian ini adalah menggunakan skala likert. Di mana skala likert merupakan alat ukur dalam mengukur pendapat, sikap dan persepsi seseorang maupun kelompok orang tentang fenomena social yang terjadi. Dalam melakukan penelitian terhadap variabel-variabel yang akan diuji, setiap respon akan dinilai dengan skor (Sugiyono 2005:85).

### **3.5 Populasi Dan Sampel**

Berikut merupakan populasi dan sampel dari penelitian ini.

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

Populasi penelitian merujuk pada keseluruhan individu yang akan menjadi subjek generalisasi dari sampel yang diambil dalam suatu penelitian (Sutrisno Hadi 1987). Pada penelitian ini populasi adalah mahasiswa Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Indonesia Angkatan 2019.

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

Sampel penelitian adalah contoh atau bagian dari individu yang menjadi objek penelitian karena jumlah populasi penelitian yang besar dan tidak mungkin untuk mengkaji seluruhnya (Sutrisno Hadi 1987). Pada penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah *probability sampling* dengan jenis *simple random sampling*, terdapat beragam teknik yang dapat digunakan. Menurut Sugiyono (2014) *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap elemen (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampling ini mencakup pada *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, serta *area (cluster) sampling (sampling berdasarkan daerah)*. Sampel akan diambil menggunakan metode *simple random*

*sampling*, hal ini dikarenakan anggota dari populasi 209 orang memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel.

### **3.6 Sumber Data**

Berikut merupakan sumber data yang terdapat pada penelitian ini.

1. Data primer

Data primer merupakan jenis data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama ataupun melalui tempat penelitian tersebut dilakukan. Data ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan yang sedang diteliti.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan jenis data yang diperoleh dari sumber-sumber terdahulu, dimana sumber tersebut dikumpulkan oleh peneliti sebelumnya. data ini bertujuan sebagai referensi dan mengembangkan analisis baru.

### **3.7 Metode Pengumpulan Data**

Berikut merupakan metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini.

1. Kuesioner

Kuesioner adalah sekumpulan pertanyaan tertulis yang dirancang untuk mengumpulkan informasi dari responden berisikan pengetahuan atau pandangan mereka. Dalam kuesioner, responden diminta untuk mencatat jawaban mereka, dan juga pilihan jawaban tertentu disediakan (Silalahi 2012). Hasil dari kuesioner tersebut kemudian dianalisis untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

2. Wawancara

Wawancara adalah sebuah proses pengumpulan data yang melibatkan informan yang menjawab pertanyaan yang diajukan dalam konteks penelitian tersebut. Teknik ini dapat dilakukan dengan berbicara langsung dengan individu tertentu untuk mengumpulkan data atau informasi terkait isu yang berkaitan dengan subjek tertentu atau orang lain (Silalahi 2012). Hasil dari wawancara kemudian dapat digunakan untuk mendapatkan informasi terkait penelitian.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sumber data yang dapat berupa gambar, video, maupun literatur. Dimana dokumentasi tersebut dapat memberikan informasi terkait proses penelitian yang dilakukan.

## 3.8 Instrumen Penelitian

Berikut merupakan instrumen penelitian yang digunakan pada penelitian ini.

1. *Software* Microsoft Word 2021
2. *Software* Microsoft Excel 2021
3. Kuesioner Disonansi kognitif
4. *Online Form*
5. *Smartphone*
6. Laptop
7. *Software* IBM SPSS 24

## 3.9 Metode Analisis Data

### 3.9.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah proses yang digunakan dalam menilai sejauh mana suatu kuesioner atau instrument pengukuran dapat dianggap sah maupun valid. Berikut merupakan syarat-syarat dari uji validitas.

1.  $r_{hitung} < r_{tabel}$  didapatkan pertanyaan tidak valid
2.  $r_{hitung} > r_{tabel}$  didapatkan pertanyaan valid
3.  $r_{hitung} > r_{tabel}$  tapi negatif, didapatkan pertanyaan tidak valid

### 3.9.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah proses yang digunakan untuk mengukur seberapa konsistensi jawaban dari item pertanyaan yang terdapat pada kuesioner. Berikut merupakan syarat-syarat dari uji reliabilitas.

1. *Cronbach Alpha*  $< 0,5$  didapatkan variabel tersebut tidak reliabel.

2. *Cronbach Alpha* > 0,5 didapatkan variabel tersebut reliabel.
3.  $0,5 < \textit{Cronbach Alpha} < 0,6$  didapatkan variabel tersebut untuk reliabelnya diragukan.

### 3.9.3 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif menurut Sugiyono (2004:169) adalah penggunaan statistik untuk menggambarkan data yang telah dikumpulkan tanpa bermaksud membuat sebuah kesimpulan umum atau mengeneralisasi dari data tersebut.

### 3.9.4 Analisis Faktor

Analisis faktor digunakan untuk mengurangi kompleksitas data dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang pembentuk disonansi. Proses analisis faktor mencoba untuk mengungkapkan hubungan antara berbagai indikator yang seringkali saling terkait, dengan tujuan menghasilkan satu atau beberapa kelompok variabel yang lebih sederhana daripada jumlah variabel awalnya. Secara umum, Langkah-langkah dalam analisis faktor adalah sebagai berikut.

#### 1. Pemilihan indikator

Setelah memilih beberapa indikator, Langkah selanjutnya adalah melakukan “ekstraksi” hingga menjadi satu atau beberapa faktor. dua metode yang sering digunakan dalam proses ini adalah *Principal Component* dan *Maximum Likelihood*, yang dikenal sebagai metode pencarian yang umum digunakan.

#### 2. Rotasi Faktor

Dalam banyak situasi, faktor-faktor yang terbentuk tidak selalu mencerminkan perbedaan yang jelas antara satu faktor dengan faktor lainnya. Oleh karena itu, jika isi faktor masih diragukan, maka dapat dilakukan proses rotasi untuk lebih jelas mengidentifikasi apakah faktor-faktor yang terbentuk memiliki perbedaan yang signifikan satu sama lain.

3. Setelah faktor-faktor telah sepenuhnya terbentuk, Langkah berikutnya adalah memberikan nama kepada masing-masing faktor. Selanjutnya, beberapa langkah terakhir yang perlu dilakukan adalah melakukan validasi hasil faktor.



### 3.9.5 Uji Asumsi Klasik

Berikut merupakan uji asumsi klasik pada penelitian ini.

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menilai apakah data yang telah dikumpulkan memiliki distribusi yang mendekati distribusi normal atau bersal dari populasi dengan distribusi normal. Data yang memiliki distribusi normal dianggap lebih baik karena memenuhi asumsi tersebut. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel residual dalam model regresi memiliki distribusi normal. Hal ini penting karena beberapa uji statistik seperti uji-t dan uji-f mengasumsikan bahwa nilai-nilai residual mengikuti distribusi normal.

#### 2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas menurut Ghazali, bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara variabel independent dalam suatu model regresi. Jika nilai vif (*Variance Inflation Faktor*) kurang dari 1, maka perlu memeriksa nilai vif untuk setiap variabel independent dan melakukan uji multikolinieritas. Jika 10 dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak mengalami masalah multikolinieritas.

#### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk memeriksa apakah terdapat perbedaan dalam variabilitas residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam suatu model regresi. Ada beberapa metode yang adapt digunakan untuk menguji heteroskedastisitas, termasuk uji plot grafik, uji park, uji glejser, dan uji Weiß. Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan dengan membuat plot antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dan residual (SRESID). Jika tidak terlihat pola yang jelas dan titik-titik tersebar di atas dan dibawah sumbu y pada angka 0, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas yang terjadi.

### 3.9.6 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah metode statistik yang digunakan ketika terdapat satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independent (Nugroho 2005:43). Metode statistik ini dapat digunakan untuk menggambarkan bagaimana variabel penjelas memengaruhi variabel respon. Analisis regresi linear berganda ini dikatakan baik jika

memenuhi asumsi klasik. Berikut merupakan persamaan regresi linear berganda yang digunakan pada penelitian ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = nilai skor dari dimensi disonansi kognitif

a = Konstanta

$\beta$  = Koefisien regresi

$X_1$  = nilai skor dimensi *Emotional*

$X_2$  = nilai skor dimensi *Wisdom of Purchase*

$X_3$  = nilai skor dimensi *Concern Over the Deal*

e = nilai Error

### 3.9.7 Uji F

uji F digunakan untuk menilai apakah variabel independen secara bersama-sama memengaruhi variabel dependen. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya, sig atau variabel bebas a merupakan variabel dependen. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  dibuang dan  $H_a$  diterima yang artinya sig atau variabel bebas tidak memengaruhi variabel dependen.

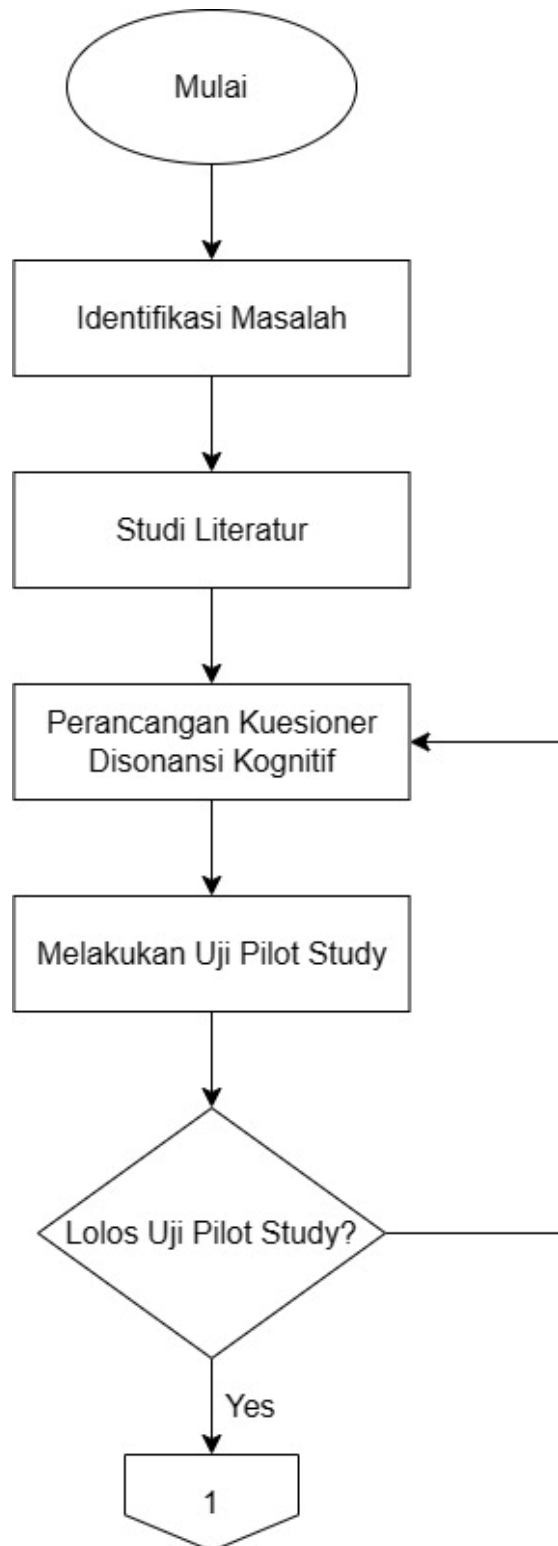
### 3.9.8 Uji T

Uji t mengukur sejauh mana variabel independent berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Variabel independen dianggap berpengaruh secara signifikan jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05 atau 5%. Suatu variabel diterima jika tingkat signifikansinya adalah 0,05.

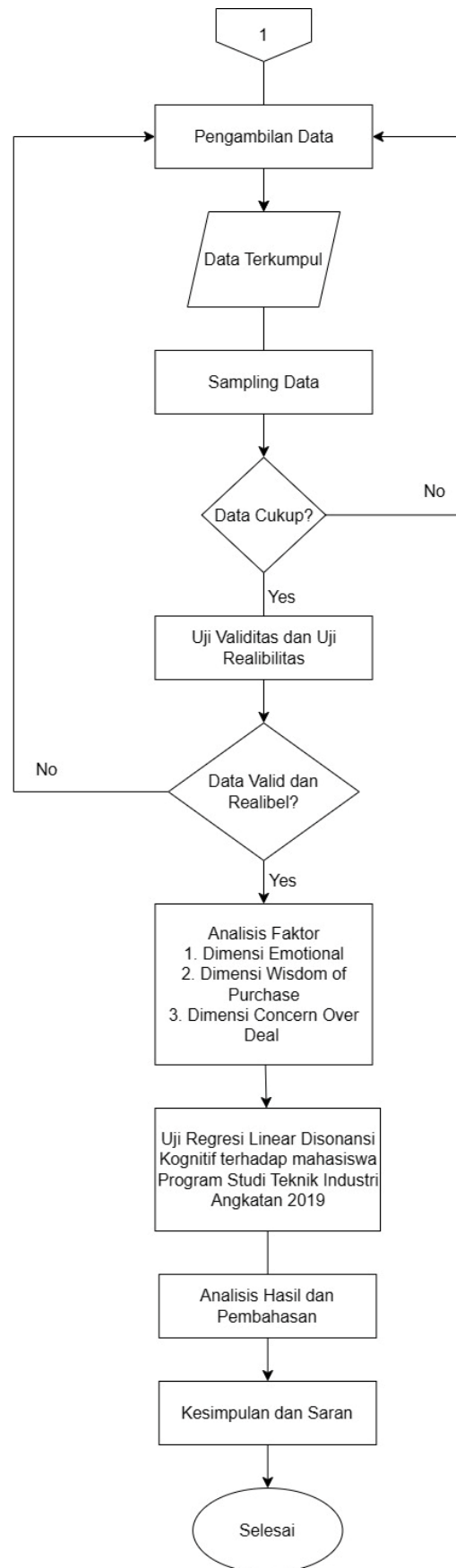
### 3.9.9 Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana model dapat menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali 2018). Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 dan 1, dengan interpretasi sebagai berikut 0 (tidak ada korelasi), 0-0,49 (korelasi lemah), 0,50 (korelasi moderat), 0,51-0,99 (korelasi kuat), 1.00 (korelasi sempurna). Nilai R<sup>2</sup> (R-squared) yang rendah menunjukkan bahwa kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen terbatas, sedangkan nilai mendekati satu menunjukkan bahwa variabel independent memberikan informasi yang sangat relevan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali 2018:97).

### 3.10 Alur Penelitian



Gambar 3.1 Alur Penelitian



Gambar 3.2 Alur Penelitian

Berikut merupakan deskripsi dari alur penelitian yang dilakukan yaitu, sebagai berikut:

1. Mulai  
Melakukan persiapan topik dan judul penelitian
2. Identifikasi masalah  
Melakukan identifikasi masalah untuk mengetahui permasalahan yang terjadi dilapangan yang kemudian diangkat menjadi topik penelitian ini.
3. Studi Literatur  
Studi literatur merupakan sumber data sekunder yang berisi tentang penelitian yang berkaitan dengan topik penelitian ini. Pada kajian literatur terdapat dua bagian, yaitu:
  - a. Kajian deduktif, yaitu penelitian yang dapat diperoleh melalui buku, jurnal, website resmi dan laporan penelitian tugas akhir yang membahas tentang penelitian yang dilakukan.
  - b. Kajian empiris, yaitu penelitian yang mengkaji atau *me-review* penelitian sebelumnya yang berseumber pada jurnal yang berkaitan dengan topik ini.
4. Perancangan Kuesioner Disonansi Kognitif  
Kuesioner dilakukan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peneliti terkait pembentukan disonansi kognitif, dimana responden menjawab pertanyaan tersebut untuk mengetahui faktor pembentuk terjadi disonansi kognitif pada mahasiswa.
5. Uji *Pilot Study*  
uji *pilot study* merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner yang sudah dirancang dapat dipahami oleh para expert yang datanya diambil dan siap disebarkan ke kepada responden.
6. Pengambilan data  
Pengambilan data merupakan informasi yang diperlukan pada penelitian yang dimana diambil melalui kuesioner serta wawancara terhadap responden sehingga data yang telah didapatkan tersebut dapat dilakukan pengolahan data. Data yang didapatkan merupakan jawaban responden berdasarkan kuesioner yang telah dirancang. Setelah data terkumpul maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas.
7. Uji kecukupan/sampling data  
Uji kecukupan/sampling data merupakan proses yang dilakukan untuk menguji data pengukuran apakah data tersebut mencukupi untuk melakukan perhitungan.

#### 8. Uji validitas

Uji validitas mengukur sejauh mana alat pengukur dapat mengukur dengan tepat apa yang seharusnya diukur, atau seberapa akurat kuesioner dapat menilai aspek yang seharusnya diukur. Pada tahap ini, uji validitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah pertanyaan dalam kuesioner mampu menghasilkan data yang relevan berdasarkan jawaban dari responden.

#### 9. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan kepercayaan dalam hal alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian, yang mampu memberikan informasi yang dapat diandalkan dan akurat terkait situasi di lapangan. Pada tahap ini, data yang dikumpulkan dari respons responden akan dianalisis untuk menilai sejauh mana data tersebut konsisten atau tidaknya.

#### 10. Analisis Faktor

Analisis faktor ini data yang telah dikumpulkan, terutama yang berkaitan dengan faktor-faktor terkait disonansi kognitif dalam respons responden terhadap kuesioner yang telah disebarkan, akan diproses serta dianalisis.

#### 11. Analisis dan Pembahasan

Analisis dan pembahasan berisi tentang hasil dari pengolahan data, kemudian hasil tersebut dapat menghasilkan kesimpulan berdasarkan analisis dan pembahasan.

#### 12. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dan saran menjelaskan tentang kesimpulan dari penelitian ini, berdasarkan rumusan dan tujuan dari permasalahan yang ada, serta dipaparkan juga terkait saran untuk penelitian kedepannya.

#### 13. Selesai

Selesai yang dimana merupakan akhir dari seluruh tahapan, maka penelitian ini selesai.

## BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

### 4.1 Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini pengambilan data didapatkan melalui responden Mahasiswa Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Indonesia Angkatan 2019, pemilihan dari responden ini dikarenakan mahasiswa tersebut sudah mengalami masa pemakaian laptop yang cukup lama dari sudah mengambil mata kuliah wajib, peminatan, pratikum, kerja praktik dan tugas akhir, serta mengalami masa dimana transisi pertama kali dari belajar luring ke daring yang dimana pada masa itu, terjadi wabah virus Covid-19 yang secara tidak langsung mewajibkan mahasiswa belajar daring (baik itu siap maupun tidak siap), sehingga kebutuhan akan laptop sangat dibutuhkan khususnya kalangan mahasiswa. Penelitian ini juga menambahkan beberapa kriteria yang sesuai dengan tujuan penelitian yang meliputi jenis kelamin laki-laki dan Perempuan, merek laptop, spesifikasi laptop, serta alasan dalam membeli sebuah laptop.

#### 4.1.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Dapat dilihat pada tabel di bawah ini, merupakan data yang didapatkan berdasarkan karakteristik jenis kelamin dari responden yang berjumlah 68 responden.

Tabel 4.1 Jumlah Hasil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Responden (Orang)	Persentase (%)
Laki-laki	48 Orang	72.1 %
Perempuan	20 Orang	27.9 %
Total	68 Orang	100%



#### 4.1.2 Karakteristik Berdasarkan Umur

Dapat dilihat pada tabel dibawah ini, merupakan data yang didapatkan berdasarkan karakteristik umur dari responden yang berjumlah 68 responden.

Tabel 4.2 Jumlah Hasil Responden Berdasarkan Umur

Umur (Tahun)	Responden (Orang)	Persentase (%)
19	1 Orang	1.4 %
21	12 Orang	17.3%
22	43 Orang	63.7%
23	11 Orang	15.9%
24	1 Orang	1.4%
Total	68 Orang	100%

#### 4.1.3 Karakteristik Berdasarkan Merek Laptop

Dapat dilihat pada tabel dibawah ini, merupakan data yang didapatkan berdasarkan karakteristik merek laptop dari responden yang berjumlah 68 responden.

Tabel 4.3 Jumlah Hasil Responden Berdasarkan Merek Laptop

Merek Laptop	Responden (Orang)	Persentase (%)
Asus	19 Orang	27.9 %
Acer	11 Orang	16.2 %
Lenovo	8 Orang	11.8 %
Hp	11 Orang	16.2 %
Samsung	2 Orang	2.9 %
Apple	6 Orang	8.8 %
Dell	2 Orang	2.9 %
MSI	9 Orang	13.2 %
Total	68 Orang	100%

#### 4.1.4 Karakteristik Berdasarkan Spesifikasi Laptop

Dapat dilihat pada tabel dibawah ini, merupakan data yang didapatkan berdasarkan karakteristik spesifikasi laptop dari responden yang berjumlah 68 responden.

Tabel 4.4 Jumlah Hasil Responden Berdasarkan Spesifikasi Laptop

Spesifikasi Laptop	Responden (Orang)	Persentase (%)
Intel/AMD/M, RAM 4 GB, 256 GB	8 Orang	11.8 %
Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 500 GB	27 Orang	39.7 %
Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 1 TB	13 Orang	19.1 %
Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 500 GB	9 Orang	13.2 %
Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 1 TB	12 Orang	16.2 %
Total	68 Orang	100%

#### 4.1.5 Karakteristik Berdasarkan Alasan Membeli Laptop Untuk Kuliah Di Program Studi Teknik Industri UII

Dapat dilihat pada tabel dibawah ini, merupakan data yang didapatkan berdasarkan karakteristik alasan membeli laptop untuk kuliah di Program Studi Teknik Industri UII dari responden yang berjumlah 68 responden.

Tabel 4.5 Jumlah Hasil Responden Berdasarkan Alasan Membeli Laptop

Alasan Membeli Laptop	Responden (Orang)	Persentase (%)
Laptop Lama Mengalami Kerusakan	10 Orang	14.7 %
Adanya Spesifikasi Laptop Terbaru	13 Orang	19.1 %
Arahan Dari Orang Tua	6 Orang	8.8. %
Kebutuhan Kuliah	36 Orang	52.9%
Arahan Dari Teman	3 Orang	4.4 %
Total	68 Orang	100%

#### 4.2 Pilot Study

Uji pilot study berguna dalam penelitian untuk mengukur efektivitas suatu instrument survei yang akan diberikan kepada responden dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Dilakukan penilaian terhadap validasi faktor-faktor yang mempengaruhi disonansi kognitif. Pengujian *pilot study* ini mencakup evaluasi dari dua perspektif yang berbeda, yaitu dari perspektif orang awam dan dari perspektif *expert* atau orang berpengalaman untuk mengevaluasi ketepatan item yang diukur.

Tabel 4.6 Pertanyaan *Pilot Study*

No.	Pertanyaan
1	Apakah instrument memakai cara yang lazim dalam mendapatkan informasi
2	Apakah responden menemukan istilah yang tidak familiar
3	Apakah instruksi yang diberikan cukup jelas untuk diikuti
4	Apakah kuesioner yang diberikan cukup panjang
5	Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk mengisi kuesioner
6	Apakah terdapat pertanyaan yang sensitif
7	Apakah pola dari pertanyaan memiliki alur yang membingungkan
8	Apakah tipe pertanyaan terlalu monoton
9	Apakah pertanyaan sesuai dan relevan untuk mengukur konsep yang ingin diukur oleh peneliti
10	Apakah ada komentar lain untuk meningkatkan kualitas instrument dari kuesioner

#### 4.2.1 Uji *Pilot Study*

Berikut merupakan hasil kuesioner *pilot study* yang diserahkan kepada 5 responden yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini, sebagai berikut.

Tabel 4.7 Hasil Jawaban *Pilot Study*

No.	Responden	Hasil Jawaban
1.	Responden 1 (Dosen Teknik Indsutri Universitas Islam Indonesia)	kuesioner telah disusun dengna metode yang wajar untuk memperoleh informasi yang diinginkan dengan baik. Istilah yang disunakan pada kuesioner sudah familiar Instruksi yang diberikan sudah cukup jelas diikuti dan dapat dpahami Kuesioner yang diberikan cukup pendek Dalam pengisian kuesioner waktu yang dibutuhkan adalah 20 menit Pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner baik dan logis Pola alur dari pertanyaan tidak membingunkan bagi responden Tipe petanyaan yang diberikan tidak monoton dan sangat bervariasi Dari semua pertanyaan yang diberikan, sudah sesuai dan juga relevan dengan konsep yang ingin diukur oleh penulis Tidak ada komentar
2.	Responden 2 (Mahasiswa Angkatan 2019 Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Indonesia)	kuesioner telah disusun dengna metode yang wajar untuk memperoleh informasi yang diinginkan dengan baik. Istilah yang disunakan pada kuesioner sudah familiar Instruksi yang diberikan sudah cukup jelas diikuti dan dapat dpahami Kuesioner yang diberikan cukup pendek Dalam pengisian kuesioner waktu yang dibutuhkan adalah 20 menit Pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner baik dan logis Pola alur dari pertanyaan tidak membingunkan bagi responden Tipe petanyaan yang diberikan tidak monoton dan sangat bervariasi Dari semua pertanyaan yang diberikan, sudah sesuai dan juga relevan dengan konsep yang ingin diukur oleh penulis Tidak ada komentar
3.	Responden 3 (Mahasiswa Angkatan 2019)	kuesioner telah disusun dengna metode yang wajar untuk memperoleh informasi yang diinginkan dengan baik. Istilah yang disunakan pada kuesioner sudah familiar Instruksi yang diberikan sudah cukup jelas diikuti dan dapat dpahami

No.	Responden	Hasil Jawaban
	Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Indonesia)	Kuesioner yang diberikan cukup pendek Dalam pengisian kuesioner waktu yang dibutuhkan adalah 20 menit Pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner baik dan logis Pola alur dari pertanyaan tidak membingungkan bagi responden Tipe pertanyaan yang diberikan tidak monoton dan sangat bervariasi Dari semua pertanyaan yang diberikan, sudah sesuai dan juga relevan dengan konsep yang ingin diukur oleh penulis Tidak ada komentar
4.	Responden 4 (Mahasiswa Angkatan 2019 Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Indonesia)	kuesioner telah disusun dengan metode yang wajar untuk memperoleh informasi yang diinginkan dengan baik. Istilah yang digunakan pada kuesioner sudah familiar Instruksi yang diberikan sudah cukup jelas diikuti dan dapat dipahami Kuesioner yang diberikan cukup pendek Dalam pengisian kuesioner waktu yang dibutuhkan adalah 20 menit Pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner baik dan logis Pola alur dari pertanyaan tidak membingungkan bagi responden Tipe pertanyaan yang diberikan tidak monoton dan sangat bervariasi Dari semua pertanyaan yang diberikan, sudah sesuai dan juga relevan dengan konsep yang ingin diukur oleh penulis Tidak ada komentar
5.	Responden 5 (Mahasiswa Angkatan 2019 Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Indonesia)	kuesioner telah disusun dengan metode yang wajar untuk memperoleh informasi yang diinginkan dengan baik. Istilah yang digunakan pada kuesioner sudah familiar Instruksi yang diberikan sudah cukup jelas diikuti dan dapat dipahami Kuesioner yang diberikan cukup pendek Dalam pengisian kuesioner waktu yang dibutuhkan adalah 20 menit Pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner baik dan logis Pola alur dari pertanyaan tidak membingungkan bagi responden Tipe pertanyaan yang diberikan tidak monoton dan sangat bervariasi Dari semua pertanyaan yang diberikan, sudah sesuai dan juga relevan dengan konsep yang ingin diukur oleh penulis Tidak ada komentar

#### 4.2.2 Hasil Uji *Pilot Study*

berikut merupakan hasil dari kuesioner *pilot study* dari 5 responden yang telah dipilih, dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.8 Hasil Uji *Pilot Study*

No.	Inti pertanyaan	Jawaban pertanyaan
1.	Terminologi yang diterapkan	Sudah sesuai dan dapat dimengerti
2.	Perintah yang diberikan pada kuesioner utama	Dapat dipahami dan jelas
3.	Kejelasan dari pertanyaan kuesioner	Logis dan tidak membingungkan
4.	Waktu yang dibutuhkan dalam mengisi kuesioner	20 menit
5.	Adanya pertanyaan yang sensitif	Pertanyaan dalam kuesioner baik dan tidak sensitif
6.	Alur dari pertanyaan	Alur tidak membingungkan
7.	Panjang dari pertanyaan	Cukup pendek
8.	Cara menerima informasi	Memperoleh dengan cara yang wajar
9.	Relevan kuesioner yang diukur	Relevan
10.	Masukan lain dari kuesioner	Tidak ada masukan

### 4.3 Kuesioner Disonansi Kognitif

#### 4.3.1 Dimensi *Emotional*

*Emotional* merupakan ketidaknyamanan pikiran dalam mengambil sebuah keputusan. Berikut merupakan data dari jawaban responden mahasiswa Program Studi Teknik Industri Angkatan 2019 Universitas Islam Indoensia yang telah membeli laptop, sebagai berikut.

Tabel 4.9 Jumlah Hasil Responden Berdasarkan Dimensi *Emosional*

Indikator Penelitian	Responden (Orang)					Total Responden (Orang)	Presentase (%)					Total Persen (%)
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
1	50	8	4	4	2	68	73.5	11.8	5.9	5.9	2.9	100
2	52	8	6	1	1	68	76.5	11.7	8.8	1.5	1.5	100
3	53	4	5	4	2	68	77.9	5.9	7.4	5.9	2.9	100
4	51	9	6	2	0	68	75	13.2	8.8	2.9	0	100
5	52	11	1	3	1	68	76.5	16.2	1.5	4.4	1.5	100
6	54	7	4	1	2	68	79.4	10.3	5.9	1.5	2.9	100
7	53	6	3	3	3	68	77.9	8.8	4.4	4.4	4.4	100
8	52	11	3	2	0	68	76.5	16.2	4.4	2.9	0	100
9	51	10	3	3	1	68	75	14.7	4.4	4.4	1.5	100
10	52	9	3	2	2	68	76.5	13.2	4.4	2.9	2.9	100

Indikator Penelitian	Responden (Orang)					Total Responden (Orang)	Presentase (%)					Total Persen (%)
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
11	52	8	2	5	1	68	76.5	11.8	2.9	7.4	1.5	100
12	53	11	2	1	1	68	77.9	16.2	2.9	1.5	1.5	100
13	59	4	3	2	0	68	86.8	5.9	4.4	2.9	0	100
14	55	8	4	1	0	68	80.9	11.8	5.9	1.5	0	100
15	56	7	2	1	2	68	82.4	10.3	2.9	1.5	2.9	100

#### 4.3.2 Dimensi *Wisdom of Purchase*

*Wisdom of Purchase* merupakan rasa tidak nyaman ketika telah memilih suatu produk laptop, sehingga bertanya-tanya apakah produk tersebut benar-benar telah sesuai dengan apa yang dibutuhkan. Berikut merupakan data dari jawaban responden mahasiswa Program Studi Teknik Industri Angkatan 2019 Universitas Islam Indoensia yang telah membeli laptop, sebagai berikut.

Tabel 4.10 Jumlah Hasil Responden Dimensi *Wisdom of Purchase*

Indikator Penelitian	Responden (Orang)					Total Responden (Orang)	Presentase (%)					Total Persen (%)
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
1	1	1	7	25	34	68	1.5	1.5	10.3	36.8	50	100
2	3	4	8	22	31	68	4.4	5.9	11.8	32.4	45.6	100
3	1	1	12	18	36	68	1.5	1.5	17.6	26.5	52.9	100
4	0	3	6	25	34	68	0	4.4	8.8	36.8	50	100

#### 4.3.3 Dimensi *Concern Over Deal*

*Concern over deal* merupakan rasa tidak nyaman yang dialami mahasiswa setelah melakukan pembelian laptop, sehingga bertanya-tanya apakah mereka sudah terpengaruh oleh penjual maupun orang lain yang tidak sejalan dengan kepercayaannya. Berikut merupakan data dari jawaban responden mahasiswa Program Studi Teknik Industri Angkatan 2019 Universitas Islam Indoensia yang telah membeli laptop, sebagai berikut.

Tabel 4.11 Jumlah Hasil Responden *Concern Over the Deal*

Indikator Penelitian	Responden (Orang)					Total Responden (Orang)	Presentase (%)					Total Persen (%)
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
1	44	15	4	5	0	68	64.7	22.1	5.9	7.4	0	100
2	52	8	4	2	2	68	76.5	11.8	5.9	2.9	2.9	100
3	45	8	6	4	5	68	66.2	11.8	8.8	5.9	7.4	100

#### 4.4 Sampling Data

Penelitian ini teknik *sampling* yang digunakan adalah *probability sampling* dengan jenis *simple random sampling*. *Simple random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap elemen (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dipilihnya teknik *sampling* ini dikarenakan anggota dari populasi berjumlah 209 orang dimana yang merupakan mahasiswa Program Studi Teknik Industri Angkatan 2019 Universitas Islam Indonesia, dimana memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Berikut merupakan rumus slovin yang digunakan untuk menghitung sampel dari mahasiswa Program Studi Teknik Industri, sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1+(N \times d^2)}$$

$$n = \frac{209}{1+(209 \times 0,1^2)}$$

$$n = 67,63754 \sim 68 \text{ sampel}$$

dimana keterangan:

n = Jumlah sample yang didapatkan

N = Total jumlah populasi

d = tingkat dari kesalahan

#### 4.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Data dianggap valid Ketika informasi yang didapatkan melalui alat-alat penelitian dapat dengan tepat menjawab tujuan penelitian tersebut. Sementara reliabilitas berarati bahwa data tersebut konsisten dan stabil. Untuk memamstkan bahwa data yang diperoleh benar-benar valid dan dapat diandalkan, maka uji validitas dan reliabilitas harus dilakukan. Uji ini melibatkan 68 responden dalam prosesnya.



#### 4.5.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan proses yang digunakan dalam menilai sejauh mana suatu kuesioner atau instrument pengukuran dapat dianggap sah maupun valid. Berikut merupakan syarat-syarat dari uji validitas.

1.  $r_{hitung} < r_{tabel}$  didapatkan pertanyaan tidak valid
2.  $r_{hitung} > r_{tabel}$  didapatkan pertanyaan valid
3.  $r_{hitung} > r_{tabel}$  tapi negatif, didapatkan pertanyaan tidak valid

Dapat dilihat pada tabel dibawah ini merupakan hasil uji statistik validitas menggunakan 68 responden (95%,28).

Tabel 4.12 Hasil Uji Validasi

No	Indikator	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Validitas
<i>Dimensi Emotional</i>				
1	Merasa Putus Asa	0,892	0,5140	Valid
2	Merasa Benci	0,643	0,5140	Valid
3	Merasa Kecewa dengan Diri Sendiri	0,915	0,5140	Valid
4	Merasa Takut	0,797	0,5140	Valid
5	Merasa Hampa	0,862	0,5140	Valid
6	Merasa Marah	0,910	0,5140	Valid
7	Merasa Tidak Nyaman	0,937	0,5140	Valid
8	Merasa Mengecewakan Diri Sendiri	0,790	0,5140	Valid
9	Merasa Kesal	0,884	0,5140	Valid
10	Merasa Frustasi	0,948	0,5140	Valid
11	Merasa Sakit Hati	0,921	0,5140	Valid
12	Merasa Tertekan	0,827	0,5140	Valid
13	Merasa Marah dengan Diri Sendiri	0,880	0,5140	Valid
14	Merasa Muak	0,786	0,5140	Valid
15	Merasa Menderita	0,889	0,5140	Valid
<i>Dimensi Wisdom of Purchase</i>				
16	Merasa Sangat Membutuhkan Pilihan Ini	0,826	0,5140	Valid
17	Merasa Seharusnya Memilih Pilihan Ini	0,779	0,5140	Valid
18	Merasa Telah Membuat Pilihan Yang Tepat	0,871	0,5140	Valid
19	Merasa Telah Melakukan Hal yang Benar	0,850	0,5140	Valid
<i>Dimensi Concern Over Deal</i>				
20	Merasa Tertipu dengan Pilihan Sendiri	0,844	0,5140	Valid
21	Merasa Telah Melakukan suatu Kebodohan	0,929	0,5140	Valid
22	Merasa Mengalami Kebingungan	0,933	0,5140	Valid

Dapat dilihat pada tabel 4.12 diatas menunjukkan bahwa keseluruhan dari  $r_{hitung}$  bernilai valid. Nilai  $t_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi sebesar 5%.

#### 4.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan proses yang digunakan untuk mengukur seberapa konsistensi jawaban dari item pertanyaan yang terdapat pada kuesioner. Berikut merupakan syarat-syarat dari uji reliabilitas.

1. *Cronbach Alpha* < 0,5 didapatkan variabel tersebut tidak reliabel.
2. *Cronbach Alpha* > 0,5 didapatkan variabel tersebut reliabel.
3.  $0,5 < \textit{Cronbach Alpha} < 0,6$  didapatkan variabel tersebut untuk reliabelnya diragukan.

Dapat dilihat pada tabel dibawah ini merupakan hasil uji statistik validitas menggunakan 68 responden (95%,68)

Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas

Dimensi	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Reliabilitas
<i>Emotional</i>	0,974	Reliabel
<i>Wisdom Of Purchase</i>	0,840	Reliabel
<i>Concern Over Deal</i>	0,876	Reliabel

Dapat dilihat pada Tabel 4.13 diatas menunjukkan jawaban dari kuesioner responden dengan nilai masing-masing *cronbach's alpha* yaitu 0,978, 0,840, dan 0,876, Mewakili aspek *emotional*, *wisdom of purchase*, dan *concern over deal*. Dari hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa nilai hasil uji reliabilitas dapat dianggap reliabel dikarenakan memiliki nilai 0,6 atau > 0,6.

#### 4.6 Uji Analisis Faktor

Uji analisis faktor digunakan untuk mereduksi sebuah data, yaitu proses mengolompokkan sejumlah kecil variabel atau meringkas data variabel tersebut.

##### 4.6.1 Dimensi *Emotional*

Pada dimensi *emotional* dilakukan perhitungan hasil uji yang didapatkan dari responden Mahasiswa Program Studi Teknik Industri Angkatan 2019 Universitas Islam Indonesia, menggunakan bantuan *software IBM SPSS Statistic 24* yang ada pada *windows*.

1) *KMO and Bartlett's Test Dimensi Emotional*

Uji *KMO* digunakan dalam menentukan apakah suatu variabel memiliki kualitas yang memadai untuk diproses lebih lanjut melalui analisis faktor. Untuk melakukan ini, dapat melihat nilai *KMO MSA* yang terdapat pada tabel, sebagai berikut.

Tabel 4.14 Hasil Uji *KMO and Bartlett's Test Dimensi Emotional*

<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy</i>	0,891
<i>Bartlett's Test of Approx. Chi-Square</i>	1510,830
<i>Sphericity</i>	df 105
	sig .000

Dapat dilihat pada tabel 4.14 diatas menunjukkan nilai dari *MSA* yaitu sebesar 0,885 atau  $0,885 > 0,5$ . Sehingga variabel bisa masuk ketahapan dianalisis dan diprediksi lebih lanjut lagi. Untuk nilai sig yaitu sebesar 0,000 yang berarti  $< 0,05$ , sehingga dapat dinyatakan  $H_0$  ditolak dan variabel dapat dianalisis lebih lanjut lagi.

2) *Anti-Image Matrices Dimensi Emotional*

*Anti-Image Matrices* menunjukkan banyaknya angka yang membentuk diagonal, simbol "a", yang menunjukkan angka *MSA* dari variabel tersebut. *Anti-Image Matrices* juga digunakan untuk mengetahui dan menetapkan variabel yang layak digunakan, Untuk melakukan ini, dapat melihat nilai *Anti-Image Matrices* yang terdapat pada tabel, sebagai berikut.

Tabel 4.15 Tabel Hasil Uji *Anti-Image Matrices*

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	
Anti-image Covariance	P1	.095	-.005	-.043	.032	.006	-.031	-.015	-.014	-.010	.027	.007	-.011	.018	-.026	-.022
	P2	-.005	.394	-.045	-.005	.006	.010	-.038	.002	.000	-.001	.028	.021	.012	-.027	-.026
	P3	-.043	-.045	.131	-.006	-.007	-.008	-.001	.022	-.001	-.010	.004	-.007	-.002	.010	-.001
	P4	.032	-.005	-.006	.185	-.040	-.004	-.045	-.044	-.027	.011	-.003	-.037	.029	-.021	-.011
	P5	.006	.006	-.007	-.040	.119	-.018	-.012	.025	.048	-.011	.009	-.020	.008	-.049	-.018
	P6	-.031	.010	-.008	-.004	-.018	.041	-.001	.015	-.021	-.026	-.011	.010	-.007	.024	.014
	P7	-.015	-.038	-.001	-.045	-.012	-.001	.106	-.013	-.004	-.015	-.016	.023	-.018	.035	.011
	P8	-.014	.002	.022	-.044	.025	.015	-.013	.148	-.006	-.036	.028	-.057	.018	-.008	-.015
	P9	-.010	.000	-.001	-.027	.048	-.021	-.004	-.006	.076	.009	-.031	-.021	-.005	-.042	.004
	P10	.027	-.001	-.010	.011	-.011	-.026	-.015	-.036	.009	.044	-.006	-.006	.001	-.032	-.003
	P11	.007	.028	.004	-.003	.009	-.011	-.016	.028	-.031	-.006	.088	-.003	.018	.005	-.027
	P12	-.011	.021	-.007	-.037	-.020	.010	.023	-.057	-.021	-.006	-.003	.107	-.033	.073	.016
	P13	.018	.012	-.002	.029	.008	-.007	-.018	.018	-.005	.001	.018	-.033	.030	-.032	-.023
	P14	-.026	-.027	.010	-.021	-.049	.024	.035	-.008	-.042	-.032	.005	.073	-.032	.195	.017
	P15	-.022	-.026	-.001	-.011	-.018	.014	.011	-.015	.004	-.003	-.027	.016	-.023	.017	.027

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	
Anti-image Correlation	P1	.882 <sup>a</sup>	-.027	-.386	.242	.052	-.500	-.148	-.116	-.114	.418	.081	-.106	.334	-.191	-.436
	P2	-.027	.957 <sup>a</sup>	-.197	-.019	.028	.082	-.186	.008	-.002	-.008	.151	.100	.107	-.097	-.255
	P3	-.386	-.197	.970 <sup>a</sup>	-.042	-.058	-.105	-.006	.160	-.005	-.127	.033	-.056	-.035	.064	-.015
	P4	.242	-.019	-.042	.908 <sup>a</sup>	-.272	-.049	-.322	-.267	-.224	.124	-.027	-.261	.389	-.111	-.160
	P5	.052	.028	-.058	-.272	.910 <sup>a</sup>	-.262	-.103	.190	.505	-.152	.083	-.175	.131	-.324	-.323
	P6	-.500	.082	-.105	-.049	-.262	.868 <sup>a</sup>	-.012	.194	-.387	-.617	-.190	.159	-.195	.270	.410
	P7	-.148	-.186	-.006	-.322	-.103	-.012	.946 <sup>a</sup>	-.100	-.048	-.218	-.163	.212	-.309	.242	.209
	P8	-.116	.008	.160	-.267	.190	.194	-.100	.890 <sup>a</sup>	-.058	-.444	.241	-.455	.262	-.048	-.244
	P9	-.114	-.002	-.005	-.224	.505	-.387	-.048	-.058	.903 <sup>a</sup>	.164	-.373	-.235	-.112	-.345	.091
	P10	.418	-.008	-.127	.124	-.152	-.617	-.218	-.444	.164	.899 <sup>a</sup>	-.096	-.092	.029	-.341	-.080
	P11	.081	.151	.033	-.027	.083	-.190	-.163	.241	-.373	-.096	.921 <sup>a</sup>	-.028	.339	.041	-.544
	P12	-.106	.100	-.056	-.261	-.175	.159	.212	-.455	-.235	-.092	-.028	.858 <sup>a</sup>	-.583	.509	.305
	P13	.334	.107	-.035	.389	.131	-.195	-.309	.262	-.112	.029	.339	-.583	.816 <sup>a</sup>	-.418	-.819
	P14	-.191	-.097	.064	-.111	-.324	.270	.242	-.048	-.345	-.341	.041	.509	-.418	.859 <sup>a</sup>	.235
	P15	-.436	-.255	-.015	-.160	-.323	.410	.209	-.244	.091	-.080	-.544	.305	-.819	.235	.820 <sup>a</sup>

a. *Measures of Sampling Adequacy (MSA)*

Keterangan:

P1 = Putus Asa

P2 = Benci

P3 = Kecewa Pada Diri Sendiri

P4 = Takut

P5 = Hampa

P6 = Marah

P7 = Tidak Nyaman

P8 = Mengecewakan Diri Sendiri

P9 = Kesal

P10 = Frustrasi

P11 = Sakit Hati

P12 = Tertekan

P13 = Marah Dengan Diri Sendiri

P14 = Muak

P15 = Menderita

Dapat dilihat pada hasil tabel 4.15 menunjukkan bahwa nilai dari MSA untuk ke-15 faktor lebih besar dari 0,5 sehingga data yang telah didapatkan dapat dilakukan analisis lebih lanjut lagi. Dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak ada variabel yang perlu dieleminasi sehingga tidak perlu dilakukan pengolahan data ulang.

### 3) *Communalities* Dimensi *Emotional*

*Communalities* adalah menunjukkan apakah keragaman dari variabel asal dapat menjelaskan data dari variabel yang diteiti. Pada kasus ini menunjukkan apabila nilai *Extravtion* > 0,05 yang bearti variabel dianggap mampu menjelaskan faktornya. Untuk melakukan ini, dapat melihat nilai *Communalities* yang terdapat pada tabel, sebagai berikut.

Tabel 4.16 Hasil Uji *Communalities* Dimensi *Emotional*

	Initial	Extraction
Putus Asa	1.000	.775
Benci	1.000	.741
Kecewa	1.000	.826
Takut	1.000	.786
Hampa	1.000	.790
Marah	1.000	.848
Tidak Nyaman	1.000	.886
Mengecewakan Diri Sendiri	1.000	.724
Kesal	1.000	.836
Frustasi	1.000	.910
Sakit Hati	1.000	.841
Tertekan	1.000	.755
Marah dengan Diri Sendiri	1.000	.862
Muak	1.000	.733
Menderita	1.000	.896

*Extraction Method: Principal Component Analysis*

Dapat dilihat pada hasil tabel 4.16 menunjukkan bahwa nilai dari *Extraction* untuk ke-semua lebih besar dari 0,5 sehingga data yang telah didapatkan dapat digunakan dalam mendefisikan faktor.

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

Pada *Total variance explained test* menunjukkan tingkat variasi yang terkait dengan setiap faktor. Terdapat dua jenis analisis yang digunakan untuk mnguraikan suatu variasi, yakni Analisis *Intial Eienvalues* dan Analisis

*Extraction Sums of Squared Loadings*. Analisis *Intial Eigenvalues* mengidentifikasi faktor-faktor yang mungkin muncul dalam variasi tersebut. Untuk Analisis *Estraction Sums of Squared Loadings* menunjukkan seberapa besar variasi yang dapat dijelaskan oleh faktor-faktor tersebut atau berapa banyak faktor yang dapat muncul dalam variasi. Dapat dilihat melalui tabel dibawah ini, sebagai berikut.



Tabel 4.17 Hasil Uji *Variance Explained* Dimensi *Emotional*

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	11.190	74.603	74.603	11.190	74.603	74.603	6.800	45.332	45.332
2	1.018	6.787	81.390	1.018	6.787	81.390	5.409	36.058	81.390
3	.792	5.280	86.670						
4	.437	2.910	89.580						
5	.431	2.871	92.451						
6	.283	1.888	94.339						
7	.202	1.345	95.684						
8	.167	1.115	96.799						
9	.140	.934	97.733						
10	.105	.702	98.435						
11	.093	.622	99.057						
12	.056	.372	99.430						
13	.048	.322	99.752						
14	.025	.163	99.915						
15	.013	.085	100.000						

*Extraction Method: Principal Component Analysis*

Dapat dilihat pada hasil tabel 4.17 menunjukkan bahwa terdapat dua faktor yang terbentuk, dikarenakan hanya 2 *eigenvalue* yang memiliki nilai diatas 1. untuk tiga faktor, menunjukkan bahwa nilai dair *eigenvalues* berada di bawah 1, sehingga proses dari *factoring* terhenti untuk 2 faktor.

#### 5) *Component Matrix* Dimensi *Emotional*

*Component matrix* yaitu memuat faktor yang terbentuk berdasarkan nilai dari korelasi antar masing-masing variabel. Dapat dilihat melalui tabel dibawah ini, sebagai berikut.

Tabel 4.18 Uji Hasil *Component Matrix* Dimensi *Emotional*

	Component	
	1	2
Frustasi	.949	-.093
Tidak Nyaman	.936	-.098
Sakit Hati	.914	-.069
Kecewa	.906	.074
Marah	.899	-.198
Menderita	.898	.300
Marah Dengan Diri Sendiri	.893	.256
Putus Asa	.879	.047
Kesel	.878	-.255
Hampa	.866	.199
Tertekan	.835	-.241
Mengecewakan Diri Sendiri	.800	-.291
Muak	.795	.318
Takut	.793	-.395
Benci	.673	.537

*Extraction Method: Pricipal Component Analysis*

#### *a.2 Components Extracted*

Dapat dilihat pada tabel 4.18 terdapat dua faktor yang optimal untuk menggambarkan distribusi dari 15 variabel yang ada. Ini berarti kita dapat mengkompres 15 variabel tersebut menjadi hanya 2 faktor saja. Angka-angka dalam tabel tersebut adalah faktor loading, yang mengindikasikan sejauh mana suatu variabel terhubung dengan faktor-faktor lainnya, yaitu faktor 1 dan faktor 2.

Langkah berikutnya adalah menentukan variabel mana yang harus dimasukkan ke dalam faktor mana, dan ini dapat dilakukan dengan membandingkan besar hubungan dari setiap baris dalam tabel. Dengan cara ini,

kita dapat memahami kontribusi masing-masing variabel terhadap faktor-faktor yang telah diidentifikasi.

6) *Rotated Component Matrix Dimensi Emotional*

*Rotated component matrix* memberikan kepastian bahwa variabel-variabel yang telah masuk dalam kelompok faktor mana, sehingga dengan begitu dapat ditentukan nilai terbesar dari nilai korelasi antara faktor dengan komponen yang terbentuk. Dapat dilihat melalui tabel dibawah ini, sebagai berikut.

Tabel 4.19 Uji Hasil *Rotated Component Matrix Dimensi Emotional*

	Component	
	1	2
Takut	.858	.223
Kesel	.829	.385
Marah	.808	.442
Mengecewakan Diri Sendiri	.794	.306
Tertekan	.788	.367
Frustasi	.777	.553
Tidak Nyaman	.770	.541
Sakit Hati	.734	.549
Putus Asa	.632	.613
Benci	.155	.847
Menderita	.480	.816
Marah dengan Diri Sendiri	.505	.779
Muak	.391	.762
Hampa	.522	.719
Kecewa dengan Diri Sendiri	.634	.651

*Extraction Method: Principal Component Analysis.*

*Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization*

*a. Rotation converged in 3 iterations.*

Dapat dilihat pada tabel 4.19, *factor loadings* yang rendah semakin diperkecil, sementara *factor loadings* yang tinggi semakin diperbesar juga.

7) *Component Transformation Matrix Dimensi Emotional*

*Component transformation matrix* memberikan bahwa komponen nilai korelasi yaitu lebih besar ( $>$ ) dari 0,5. Apabila nilai korelasi lebih  $>$  0,5 dapat di ambil kesimpulan bahwa faktor layak untuk merangkum variabel yang diteliti. Dapat dilihat melalui tabel dibawah ini, sebagai berikut.

Tabel 4. 20 Hasil Uji *Component Transformation Matrix* Dimensi *Emotional*

Component	1	2
1	.754	.657
2	-.657	.754

*Extraction Method: Principal Component Analysis.*

*Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization*

Dapat dilihat pada tabel 4.20 pada *component* 1 memiliki korelasi sebesar 0,754, yang juga lebih besar dari 0,5, dan pada *component* 2 juga memiliki korelasi sebesar 0,754, yang juga lebih besar dari 0,5. Karena semua *component* memiliki nilai korelasi diatas 0,5 maka dapat disimpulkan bahwa kedua faktor yang telah terbentuk dinyatakan layak untuk merangkum 15 variabel yang dilakukan pengujian.

#### 4.6.2 Dimensi *Wisdom of Purchase*

Data dari *component Wisdom of purchase* atau dimensi kebijaksanaan memiliki 4 faktor, termasuk kebutuhan untuk membeli sebuah laptop (16), pandangan bahwa seharusnya membeli sebuah laptop (17), keyakinan bahwa telah membuat pilihan yang tepat dengan membeli sebuah laptop (18), dan keyakinan bahwa telah melakukan telah melakukan hal yang benar dalam membeli sebuah laptop (19). Menggunakan bantuan *software IBM SPSS Statistic 24* yang ada pada *windows*.

##### 1) *KMO and Barlett's test* Dimensi *Wisdom of Purchase*

Uji *KMO* digunakan dalam menentukan apakah suatu variabel memiliki kualitas yang memadai untuk diproses lebih lanjut melalui analisis faktor. Untuk melakukan ini, dapat melihat nilai *KMO MSA* yang terdapat pada tabel, sebagai berikut.

Tabel 4.21 Uji Hasil *KMO and Bartlett's test* Dimensi *Wisdom of Purchase*

<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy</i>	0,806
<i>Bartlett's Test of Approx. Chi-Square</i>	121,544
<i>Sphericity</i>	df
	6
	sig
	.000

Dapat dilihat pada tabel 4.21 diatas menunjukkan nilai dari *MSA* yaitu sebesar 0,806 atau  $0,806 > 0,5$ . Sehingga variabel bisa masuk ketahapan dianalisis

dan diprediksi lebih lanjut lagi. Untuk nilai sig yaitu sebesar 0,000 yang berarti  $< 0,05$ , sehingga dapat dinyatakan  $H_0$  ditolak dan variabel dapat dianalisis lebih lanjut lagi.

2) *Anti-Image Matrices* Dimensi *Wisdom of Purchase*

*Anti-Image Matrices* menunjukkan banyaknya angka yang membentuk diagonal, simbol "a", yang menunjukkan angka MSA dari variabel tersebut. *Anti-Image Matrices* juga digunakan untuk mengetahui dan menetapkan variabel yang layak digunakan, Untuk melakukan ini, dapat melihat nilai *Anti-Image Matrices* yang terdapat pada tabel, sebagai berikut.

Tabel 4.22 Hasil Uji *Anti-Image Matrices* Dimensi *Wisdom of Purchase*

		Sangat Membutuhkan Pilihan ini	Seharusnya Memilih pilihan ini	Telah Membuat pilihan yang tepat	Telah Melakukan Hal Yang Benar
Anti-image Covariance	Sangat Membutuhkan Pilihan ini	.476	-.083	-.123	-.149
	Seharusnya Memilih pilihan ini	-.083	.691	-.119	-.053
	Telah Membuat pilihan yang tepat	-.123	-.119	.384	-.188
	Telah Melakukan Hal Yang Benar	-.149	-.053	-.188	.392
Anti-image Correlation	Sangat Membutuhkan Pilihan ini	.834 <sup>a</sup>	-.145	-.287	-.345
	Seharusnya Memilih pilihan ini	-.145	.896 <sup>a</sup>	-.231	-.102
	Telah Membuat pilihan yang tepat	-.287	-.231	.772 <sup>a</sup>	-.485
	Telah Melakukan Hal Yang Benar	-.345	-.102	-.485	.771 <sup>a</sup>

a. *Measures of Sampling Adequacy* (MSA)

Dapat dilihat pada hasil tabel 4.22 menunjukkan bahwa nilai dari MSA untuk ke-4 faktor lebih besar dari 0,5 sehingga data yang telah didapatkan dapat dilakukan analisis lebih lanjut lagi. Dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak ada variabel yang perlu dieleminasi sehingga tidak perlu dilakukan pengolahan data ulang.

### 3) *Communalities* Dimensi *Wisdom of Purchase*

*Communalities* adalah menunjukkan apakah keragaman dari variabel asal dapat menjelaskan data dari variabel yang diteiti. Pada kasus ini menunjukkan apabila nilai *Extravtion*  $> 0,05$  yang bearti variabel dianggap mampu menjelaskan faktornya. Untuk melakukan ini, dapat melihat nilai *Communalities* yang terdapat pada tabel, sebagai berikut.

Tabel 4.23 Hasil Uji *Communalities* Dimensi *Wisdom of Purchase*

	Initial	Extraction
Sangat Membutuhkan Pilihan ini	1.000	.718
Seharusnya Memilih pilihan ini	1.000	.516
Telah Membuat Pilihan Yang Tepat	1.000	.785
Telah Melakukan Hal Yang Benat	1.000	.769

*Extraction Method: Principal Component Analysis*

Dapat dilihat pada hasil tabel 4.23 menunjukkan bahwa nilai dari *Extraction* untuk ke-semua lebih besar dari 0,5 sehingga data yang telah didapatkan dapat digunakan dalam mendefisikan faktor.

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

Pada *Total variance explained test* menunjukkan tingkat variasi yang terkait dengan setiap faktor. Terdapat dua jenis analisis yang digunakan untuk mnguraikan suatu variasi, yakni Analisis *Intial Eienvalues* dan Analisis *Extraction Sums of Squared Loadings*. Analisis *Intial Eigenvalues* mengidentifikasi faktor-faktor yang mungkin muncul dalam variasi tersebut. Untuk Analisis *Estraction Sums of Squared Loadings* menunjukkan seberapa besar variasi yang dapat dijelaskan oleh faktor-faktor tersebut atau berapa banyak faktor yang dapat muncul dalam variasi. Dapat dilihat melalui tabel dibawah ini, sebagai berikut.

Tabel 4.24 Hasil Uji *Total Variance Explained* Dimensi *Wisdom of Purchase*

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
	1	2.788	69.710	69.710	2.788	69.710
2	.597	14.934	84.644			
3	.354	8.859	93.503			
4	.260	6.497	100.000			

*Extraction Method: Principal Component Analysis*

Dapat dilihat pada tabel 4.24 bahwa hanya ada satu faktor yang muncul karena nilai *eigenvalues* melebihi 1. Namun, Ketika mencoba dengan dua faktor, nilai *eigenvalues* turun dibawah 1, yaitu sebesar 0,597. Oleh karena itu, proses faktorisasi terhenti pada satu faktor saja, karena faktor kedua tidak memberikan kontribusi yang cukup signifikan.

#### 5) *Component Matrix* Dimensi *Wisdom of Purchase*

*Component matrix* yaitu memuat faktor yang terbentuk berdasarkan nilai dari korelasi antar masing-masing variabel. Dapat dilihat melalui tabel dibawah ini, sebagai berikut.

Tabel 4.25 Hasil Uji *Component Matrix* Dimensi *Wisdom of Purchase*

	Component 1
Sangat Membutuhkan Pilihan ini	.886
Seharusnya Memilih pilihan ini	.877
Telah Membuat Pilihan Yang Tepat	.847
Telah Melakukan Hal Yang Benar	.718

*Extraction Method: Principal Component Analysis*

#### a.1 *Components extracted*

Dapat dilihat pada tabel 4.25 disimpulkan bahwa satu faktor adalah pilihan yang paling optimal, dan ini menggambarkan bahwa keempat variabel hanya berkontribusi pada satu faktor yang terbentuk. Langkah selanjutnya adalah menentukan variabel mana yang akan dimasukkan ke dalam faktor tersebut, dan ini dapat ditentukan dengan membandingkan sejauh mana setiap baris dalam tabel memiliki hubungan dengan faktor tersebut.



#### 4.6.3 Dimensi *Concern over deal*

Data dari *Concern over deal*, memiliki 3 faktor yang mencakup apakah mahasiswa merasa tertipu dengan pilihan yang telah dibuat dalam membeli sebuah laptop (20), apakah mahasiswa merasa telah melakukan sebuah kebodohan dalam membeli sebuah laptop (21), dan apakah mahasiswa mengalami kebingungan setelah membeli sebuah laptop (22). Menggunakan bantuan *software IBM SPSS Statistic 24* yang ada pada *windows*.

##### 1) *KMO and Bartlett's test* Dimensi *Concern over deal*

Uji *KMO* digunakan dalam menentukan apakah suatu variabel memiliki kualitas yang memadai untuk diproses lebih lanjut melalui analisis faktor. Untuk melakukan ini, dapat melihat nilai *KMO* *MSA* yang terdapat pada tabel, sebagai berikut.

Tabel 4.26 Hasil Uji *KMO and Bartlett's test* Dimensi *Concern over deal*

<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy</i>	0,712
<i>Bartlett's Test of Approx. Chi-Square</i>	120,561
<i>Sphericity</i>	3
	sig .000

Dapat dilihat pada tabel 4.26 diatas menunjukkan nilai dari *MSA* yaitu sebesar 0,712 atau  $0,712 > 0,5$ . Sehingga variabel bisa masuk ketahapan dianalisis dan diprediksi lebih lanjut lagi. Untuk nilai sig yaitu sebesar 0,000 yang berarti  $< 0,05$ , sehingga dapat dinyatakan  $H_0$  ditolak dan variabel dapat dianalisis lebih lanjut lagi.

##### 2) *Anti-Image Matrices* Dimensi *Concern over deal*

*Anti-Image Matrices* menunjukkan banyaknya angka yang membentuk diagonal, simbol "a", yang menunjukkan angka *MSA* dari variabel tersebut. *Anti-Image Matrices* juga digunakan untuk mengetahui dan menetapkan variabel yang layak digunakan, Untuk melakukan ini, dapat melihat nilai *Anti-Image Matrices* yang terdapat pada tabel, sebagai berikut.

Tabel 4.27 Hasil Uji *Anti-Image Covariance* Dimensi *Concern Over Deal*

		Tertipu dengan pilihan sendiri	Telah melakukan suatu kebodohan	Mengalami kebingungan
Anti-image Covariance	Tertipu dengan pilihan sendiri	.497	-.138	-.070
	Telah melakukan suatu kebodohan	-.138	.271	-.198
	Mengalami kebingungan	-.070	-.198	.306
Anti-image Correlation	Tertipu dengan pilihan sendiri	.839 <sup>a</sup>	-.376	-.178
	Telah melakukan suatu kebodohan	-.376	.656 <sup>a</sup>	-.687
	Mengalami kebingungan	-.178	-.687	.687 <sup>a</sup>

a. *Measures of Sampling Adequacy (MSA)*

Dapat dilihat pada hasil tabel 4.27 menunjukkan bahwa nilai dari MSA untuk ke-3 faktor lebih besar dari 0,5 sehingga data yang telah didapatkan dapat dilakukan analisis lebih lanjut lagi. Dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak ada variabel yang perlu dieleminasi sehingga tidak perlu dilakukan pengolahan data ulang.

### 3) *Communalities* Dimensi *Concern over deal*

*Cummunalities* adalah menunjukkan apakah keragaman dari variabel asal dapat menjelaskan data dari variabel yang diteiti. Pada kasus ini menunjukkan apabila nilai *Extravtion* > 0,05 yang bearti variabel dianggap mampu menjelaskan faktornya. Untuk melakukan ini, dapat melihat nilai *Cummunalities* yang terdapat pada tabel, sebagai berikut.

Tabel 4.28 Hasil Uji *Communalities* Dimensi *Concern Over Deal*

	Initial	Extraction
Tertipu dengan pilihan sendiri	1.000	.738
Telah melakukan suatu kebodohan	1.000	.874
Mengalami kebingungan	1.000	.840

*Extraction Method: Principal Component Analysis*

Dapat dilihat pada hasil tabel 4.28 menunjukkan bahwa nilai dari *Extraction* untuk ke-semua lebih besar dari 0,5 sehingga data yang telah didapatkan dapat digunakan dalam mendefisikan faktor.

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

Pada *Total variance explained test* menunjukkan tingkat variasi yang terkait dengan setiap faktor. Terdapat dua jenis analisis yang digunakan untuk mnguraikan suatu variasi, yakni Analisis *Intial Eienvalues* dan Analisis *Extraction Sums of Squared Loadings*. Analisis *Intial Eigenvalues* mengidentifikasi faktor-faktor yang mungkin muncul dalam variasi tersebut. Untuk Analisis *Estraction Sums of Squared Loadings* menunjukkan seberapa besar variasi yang dapat dijelaskan oleh faktor-faktor tersebut atau berapa banyak faktor yang dapat muncul dalam variasi. Dapat dilihat melalui tabel dibawah ini, sebagai berikut.

Tabel 4.29 Hasil Uji *Total Variance Explained* Dimensi *Concern Over Deal*

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of	Cumulative	Total	% of	Cumulative
		Variance	%		Variance	%
1	2.451	81.713	81.713	2.451	81.713	81.713
2	.380	12.656	94.369			
3	.169	5.631	100.000			

*Extraction Method: Principal Component Analysis*

Dapat dilihat pada tabel 4.29 bahwa hanya ada satu faktor yang muncul karena nilai *eigenvalues* melebihi 1. Namun, Ketika mencoba dengan dua faktor, nilai *eigenvalues* turun dibawah 1, yaitu sebesar 0,380. Oleh karena itu, proses faktorisasi terhenti pada satu faktor saja, karena faktor kedua tidak memberikan kontribusi yang cukup signifikan.

#### 5) *Component Matrix* Dimensi *Concern over deal*

*Component matrix* yaitu memuat faktor yang terbentuk berdasarkan nilai dari korelasi antar masing-masing variabel. Dapat dilihat melalui tabel dibawah ini, sebagai berikut.

Tabel 4.30 Hasil Uji *Component Matrix* Dimensi *Concern Over Deal*

	Component 1
Tertipu dengan pilihan sendiri	.935
Telah melakukan suatu kebodohan	.916
Mengalami kebingungan	.859

*Extraction Method: Principal Component Analysis*

a.1 components extracted

Dapat dilihat pada tabel 4.30 disimpulkan bahwa satu faktor adalah pilihan yang paling optimal, dan ini menggambarkan bahwa ketiga variabel hanya berkontribusi pada satu faktor yang terbentuk. Langkah selanjutnya adalah menentukan variabel mana yang akan dimasukkan ke dalam faktor tersebut, dan ini dapat ditentukan dengan membandingkan sejauh mana setiap baris dalam tabel memiliki hubungan dengan faktor tersebut.

## 4.7 Uji Regresi Linier Berganda

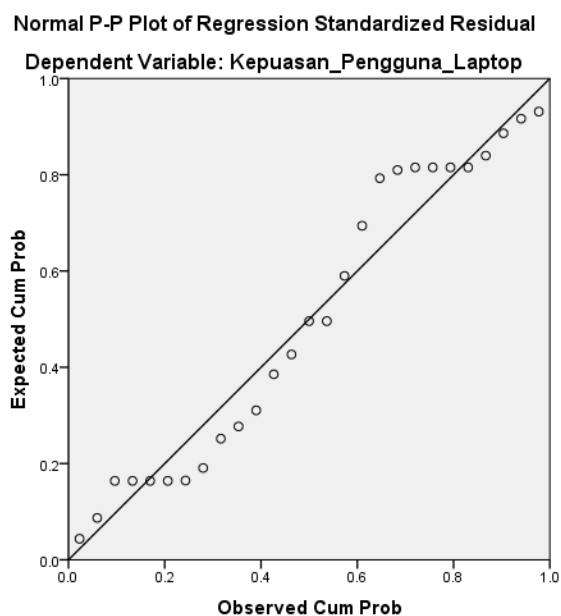
### 4.7.1 Uji Regresi Linier Berganda Spesifikasi laptop Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 500 GB

#### 1) Uji Asumsi Klasik

##### a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menilai apakah data yang telah dikumpulkan memiliki distribusi yang mendekati distribusi normal atau berasal dari populasi dengan distribusi normal. Data yang memiliki distribusi normal dianggap lebih baik karena memenuhi asumsi tersebut. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel residual dalam model regresi memiliki distribusi normal. Berikut merupakan langkah dari pengujian normalitas, sebagai berikut:

- a. Jika data terbesar secara merata sepanjang garis diagonal dan terdistribusi sejajar dengan garis tersebut, maka kita dapat menyimpulkan bahwa model regresi sesuai dengan asumsi normalitas.
- b. Jika data tidak merata atau tidak mengikuti alur garis diagonal, maka kita dapat menyimpulkan bahwa model regresi tidak sesuai dengan asumsi normalitas yang ada



Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 8 RAM, 500 GB

Berdasarkan P-P Plot yang terlihat pada gambar 4.1, terlihat bahwa penyebaran titik mengikuti garis diagonal dengan baik. Ini mengindikasikan bahwa data mengikuti distribusi normal dan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi uji normalitas.

#### b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas untuk menguji apakah terdapat korelasi antara variabel independent dalam suatu model regresi. Jika nilai vif (*Variance Inflation Faktor*) kurang dari 1, maka perlu memeriksa nilai vif untuk setiap variabel independent dan melakukan uji multikolinearitas. Jika 10 dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak mengalami masalah multikolinearitas.

Tabel 4. 31 Hasil Uji Normalitas Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 8 RAM, 500 GB

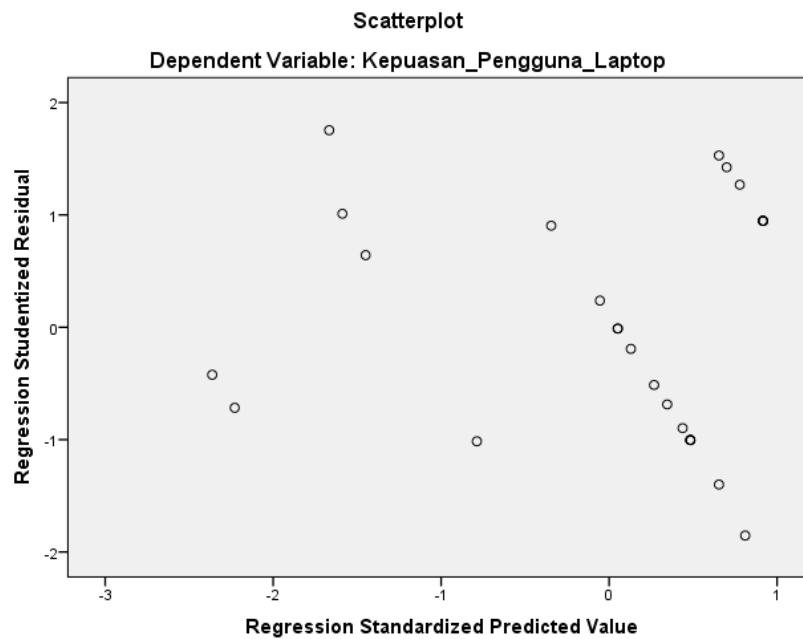
Model	Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients				Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.		
1 (Constant)	2.075	.917		2.262	.033		
Emotional	-.036	.007	-.517	-5.467	.000	.729	1.371
Wisdom_of_Purchase	.170	.045	.429	3.759	.001	.499	2.002
Concern_Over_Deal	-.084	.047	-.225	-1.760	.092	.398	2.514

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pengguna\_Laptop

Dapat dilihat pada tabel 4.31 menunjukkan bahwa tidak ada variabel independent yang memiliki nilai VIF lebih dari 10, dan juga tidak ada variabel independent yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,1. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada tanda-tanda multikolinieritas yang terjadi.

#### c) Uji Heterokedastisitas

Uji keterokedastisitas untuk memeriksa apakah terdapat perbedaan dalam variabilitas residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam suatu model regresi. Jika tidak terlihat pola yang jelas dan titik-titik tersebar di atas dan dibawah sumbu y pada angka 0, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas yang terjadi.



Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 8 RAM, 500 GB

Dapat dilihat pada gambar 4.2 bahwa scatter plot menunjukkan bahwa data tidak menunjukkan pola khusus dan terdistribusi secara merata di kedua sisi angka 0 pada sumbu Y. berdasarkan temuan ini, kita dapat menyimpulkan bahwa tidak ada indikasi heteroskedastisitas yang mengganggu asumsi model regresi, sehingga model ini dapat dianggap sesuai.

## 2) Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda merupakan metode statistik ini dapat digunakan untuk menggambarkan bagaimana variabel penjelas memengaruhi variabel respon. Analisis regresi linear berganda ini dikatakan baik jika memenuhi asumsi klasik.

Tabel 4. 32 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 8 RAM, 500 GB

		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.		
1	(Constant)	2.075	.917		2.262	.033		
	Emotional	-.036	.007	-.517	-5.467	.000	.729	1.371
	Wisdom_of_Purchase	.170	.045	.429	3.759	.001	.499	2.002
	Concern_Over_Deal	-.084	.047	-.225	-1.760	.092	.398	2.514

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pengguna\_Laptop

Dapat dilihat dari tabel yang disajikan, berikut merupakan persamaan regresi linier berganda yang berkaitan spesifikasi laptop Intel/AMD/M, RAM 8 RAM, 500 GB.

$$Y = 2.075 - 0.036X_1 + 0,170X_2 - 0,084X_3 + e$$

Nilai konstanta sebesar 2.396 mengindikasikan bahwa Ketika variabel disonansi kognitif dianggap tidak berubah, maka akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pengguna laptop.

- Koefisien regresi (X1) yaitu sebesar -0,036 dapat dinyatakan bahwa variabel dimensi *emotional* memiliki hubungan negatif terhadap tingkat kepuasan dalam menggunakan laptop.
- Koefisien regresi (X1) yaitu sebesar 0,170 dapat dinyatakan bahwa variabel dimensi *wisdom of purchase* memiliki hubungan positif terhadap tingkat kepuasan dalam menggunakan laptop.
- Koefisien regresi (X1) yaitu sebesar -0,084 dapat dinyatakan bahwa variabel dimensi *concern over deal* memiliki hubungan negatif terhadap tingkat kepuasan dalam menggunakan laptop

a) Uji t (t-test)

Uji t mengukur sejauh mana variabel independent berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Variabel independen dianggap berpengaruh secara



signifikan jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05 atau 5%. Suatu variabel diterima jika tingkat signifikansinya adalah 0,05.

Tabel 4.33 Hasil Uji t Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 8 RAM, 500 GB

Model	Coefficients <sup>a</sup>					
		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
	B			Beta		
1 (Constant)	2.075	.917			2.262	.033
Emotional	-.036	.007		-.517	-5.467	.000
Wisdom_of_Purc hase	.170	.045		.429	3.759	.001
Concern_Over_D eal	-.084	.047		-.225	-1.760	.092

Pada uji t test terdapat beberapa kriteria yaitu, sebagai berikut:

- Jika nilai siggnifikansi uji t melebihi 0,05, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah menerima  $H_0$  dan menolak  $H_1$ . Ini berarti bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.
- Jika nilai signifikansi uji t kurang dari 0,05, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$ . Ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independent dan variabel dependen.

Berikut merupakan hasil dari uji t test pada tabel 4.33, sebagai berikut:

- Dengan nilai signifikansi (sig) dimensi *emotional* sebesar 0,000 karena sig 0,000 lebih kecil dari probabilitas 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Ini mengindikasikan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel independent dan variabel dependen.
- Dalam kasus dimensi *wisdom of purchase*, dengan nilai signifikansi (sig) sebesar 0,001, karena sig 0,001 juga kurang dari probalitas 0,05, maka kita dapat menyimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Ini menunjukkan adanya pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen.
- Berdasarkan hasil signifikansi (sig) dimensi *concern over deal* sebesar 0,092, karena sig 0,092 besar dari probabilitas 0,05 kesimpulan yang dapat diambil adalah  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Ini menggambarkan tidak ada pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen

b) Uji F (uji regresi secara Bersama)

Uji F digunakan untuk menilai apakah variabel independen secara bersama-sama memengaruhi variabel dependen. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya, sig atau variabel bebas a merupakan variabel dependen. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  dibuang dan  $H_a$  diterima yang artinya sig atau variabel bebas tidak memengaruhi variabel dependen.

Tabel 4.34 Hasil Uji F Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 8 RAM, 500 GB

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16.119	3	5.373	43.460	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2.844	23	.124		
	Total	18.963	26			

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pengguna\_Laptop

b. Predictors: (Constant), Concern\_Over\_Deal, Emotional, Wisdom\_of\_Purchase

Dapat di lihat hasil uji F yang terdapat dalam tabel diatas, dengan F hitung sebesar 43,460 dan nilai sig sebesar 0,000. Perhitungan F tabel dilakukan dengan rumus  $F_{tabel} = F_{\alpha}(k;n-k) = F_{0,05}(3;28-3) = 25$ . Berdasarkan nilai f tabel yang diperoleh untuk  $F_{0,05}(3,25)$  yaitu sebesar 2,99.

Dengan keterangan, sebagai berikut:

n = jumlah sampel yang diperoleh

k = jumlah variabel independent

hasil uji ANOVA atau uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 43,460 lebih besar dari pada nilai F tabel 2,99, dan probabilitas sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dari sini dapat disimpulkan bahwa F hitung lebih besar daripada F tabel, dan ini mengindikasikan bahwa seluruh variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

c) Uji  $R^2$  (uji koefisien determinasi)

Uji koefisien determinasi Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 dan 1, dengan interpretasi sebagai berikut 0 (tidak ada korelasi), 0-0,49 (korelasi lemah), 0,50 (korelasi moderat), 0,51-0,99 (korelasi kuat), 1.00 (korelasi sempurna).

Tabel 4.35 Hasil Uji  $R^2$  Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 8 RAM, 500 GB

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.922 <sup>a</sup>	.850	.830	.352

a. Predictors: (Constant), Concern\_Over\_Deal, Emotional, Wisdom\_of\_Purchase

b. Dependent Variable: Kepuasan\_Pengguna\_Laptop

Dapat dilihat pada tabel 4.35, koefisien determinasi sebesar 0,922 menunjukkan bahwa hubungan atau korelasi antara dimensi *concern over deal*, *emosional*, dan *wisdom of purchase* memiliki pengaruh tinggi atau kuat terhadap kepuasan dalam penggunaan laptop. Selanjutnya, nilai koefisien determinasi sebesar 0,850 mengindikasikan bahwa 85% dari variasi dalam kepuasan menggunakan laptop dapat dijelaskan oleh dimensi *concern over deal*, *emotional*, *wisdom of purchase*, sementara 15% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

#### 4.7.2 Uji Regresi Linier Berganda Spesifikasi laptop Intel/AMD/M, RAM 4 GB, 256 GB

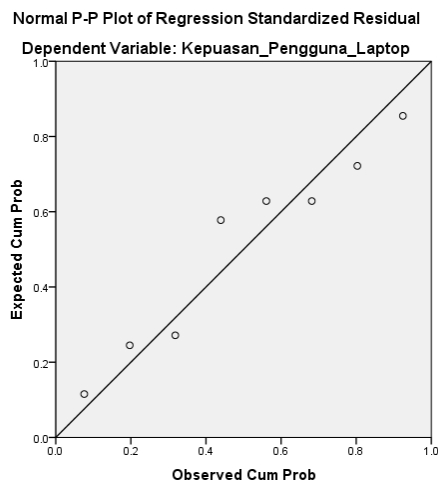
##### 1) Uji Asumsi Klasik

##### a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menilai apakah data yang telah dikumpulkan memiliki distribusi yang mendekati distribusi normal atau berasal dari populasi dengan distribusi normal. Data yang memiliki distribusi normal dianggap lebih baik karena memenuhi asumsi tersebut. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel residual dalam model regresi memiliki distribusi normal. Berikut merupakan langkah dari pengujian normalitas, sebagai berikut:

- a. Jika data terbesar secara merata sepanjang garis diagonal dan terdistribusi sejajar dengan garis tersebut, maka kita dapat menyimpulkan bahwa model regresi sesuai dengan asumsi normalitas.

- b. Jika data tidak merata atau tidak mengikuti alur garis diagonal, maka kita dapat menyimpulkan bahwa model regresi tidak sesuai dengan asumsi normalitas yang ada.



Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Spesifikasi laptop Intel/AMD/M, RAM 4GB, 256 GB

Berdasarkan P-P Plot yang terlihat pada gambar 4.3, terlihat bahwa penyebaran titik mengikuti garis diagonal dengan baik. Ini mengindikasikan bahwa data mengikuti distribusi normal dan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi uji normalitas.

#### b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas untuk menguji apakah terdapat korelasi antara variabel independent dalam suatu model regresi. Jika nilai vif (*Variance Inflation Faktor*) kurang dari 1, maka perlu memeriksa nilai vif untuk setiap variabel independent dan melakukan uji multikolinearitas. Jika 10 dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak mengalami masalah multikolinearitas.

Tabel 4. 36 Hasil Uji Multikolinearitas Spesifikasi laptop Intel/AMD/M, RAM 4GB, 256 GB

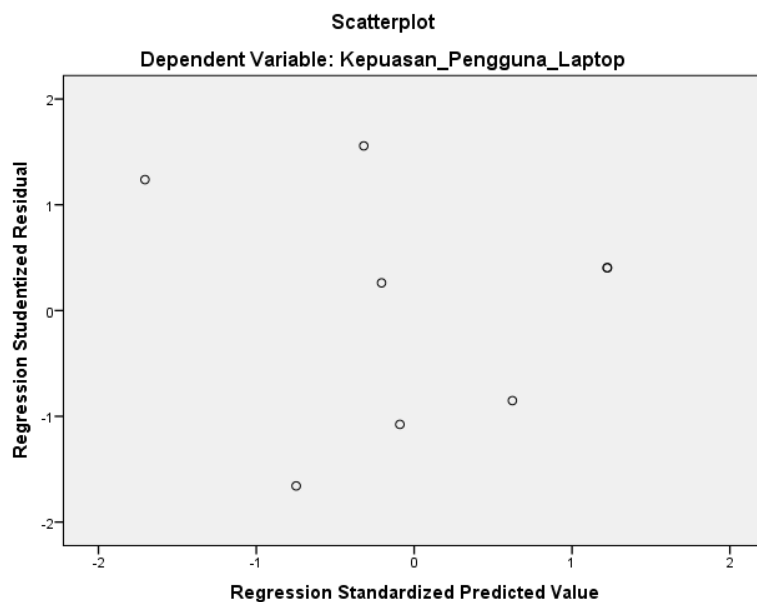
		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	1.921	1.002		1.916	.128		
	Emotional	-.012	.013	-.113	-.914	.412	.159	6.299
	Wisdom_of_Purchase	.179	.040	.651	4.516	.011	.117	8.581
	Concern_Over_Deal	-.126	.026	-.347	-4.944	.008	.492	2.034

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pengguna\_Laptop

Dapat dilihat pada tabel 4.36 menunjukkan bahwa tidak ada variabel independent yang memiliki nilai VIF lebih dari 10, dan juga tidak ada variabel independent yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,1. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada tanda-tanda multikolinieritas yang terjadi.

c) Uji Heterokedastisitas

Uji keterokedastisitas untuk memeriksa apakah terdapat perbedaan dalam variabilitas residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam suatu model regresi. Jika tidak terlihat pola yang jelas dan titik-titik tersebar di atas dan dibawah sumbu y pada angka 0, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas yang terjadi.



Gambar 4.4 Hasil Uji Heterokedastisitas Spesifikasi laptop Intel/AMD/M, RAM 4GB, 256 GB

Dapat dilihat pada gambar 4.4 bahwa scatter plot menunjukkan bahwa data tidak menunjukkan pola khusus dan terdistribusi secara merata di kedua sisi angka 0 pada sumbu Y. berdasarkan temuan ini, kita dapat menyimpulkan bahwa tidak ada indikasi heteroskedastisitas yang mengganggu asumsi model regresi, sehingga model ini dapat dianggap sesuai.

## 2) Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda merupakan metode statistik ini dapat digunakan untuk menggambarkan bagaimana variabel penjelas memengaruhi variabel respon. Analisis regresi linear berganda ini dikatakan baik jika memenuhi asumsi klasik.

Tabel 4.37 Uji Regresi Linier Berganda Spesifikasi laptop Intel/AMD/M, RAM 4GB, 256 GB

		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.		
1	(Constant)	1.921	1.002		1.916	.128		
	Emotional	-.012	.013	-.113	-.914	.412	.159	6.299
	Wisdom_of_Purchase	.179	.040	.651	4.516	.011	.117	8.581
	Concern_Over_Deal	-.126	.026	-.347	-4.944	.008	.492	2.034

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pengguna\_Laptop

Dapat dilihat dari tabel yang disajikan, berikut merupakan persamaan regresi linier berganda yang berkaitan dengan spesifikasi laptop Intel/AMD/M, RAM 4GB, 256 GB.

$$Y = 1.921 - 0.012X_1 + 0.179X_2 - 0.126X_3 + e$$

Nilai konstanta sebesar 2.396 mengindikasikan bahwa Ketika variabel disonansi kognitif dianggap tidak berubah, maka akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pengguna laptop.

- Koefisien regresi ( $X_1$ ) yaitu sebesar -0,012 dapat dinyatakan bahwa variabel dimensi *emotional* memiliki hubungan negatif terhadap tingkat kepuasan dalam menggunakan laptop.
- Koefisien regresi ( $X_2$ ) yaitu sebesar 0,179 dapat dinyatakan bahwa variabel dimensi *wisdom of purchase* memiliki hubungan positif terhadap tingkat kepuasan dalam menggunakan laptop.
- Koefisien regresi ( $X_3$ ) yaitu sebesar -0,126 dapat dinyatakan bahwa variabel dimensi *concern over deal* memiliki hubungan negatif terhadap tingkat kepuasan dalam menggunakan laptop.

## a) Uji t (t-test)

Uji t mengukur sejauh mana variabel independent berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Variabel independen dianggap berpengaruh secara signifikan jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05 atau 5%. Suatu variabel diterima jika tingkat signifikansinya adalah 0,05.

Tabel 4.38 Hasil Uji T Tes Spesifikasi laptop Intel/AMD/M, RAM 4GB, 256 GB

Model	Coefficients <sup>a</sup>					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.921	1.002		1.916	.128
	Emotional	-.012	.013	-.113	-.914	.412
	Wisdom_of_Purchase	.179	.040	.651	4.516	.011
	Concern_Over_Deal	-.126	.026	-.347	-4.944	.008

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pengguna\_Laptop

Pada uji t test terdapat beberapa kriteria yaitu, sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi uji t melebihi 0,05, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah menerima  $H_0$  dan menolak  $H_1$ . Ini berarti bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.
- Jika nilai signifikansi uji t kurang dari 0,05, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$ . Ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.

Berikut merupakan hasil dari uji t test pada tabel 4.33, sebagai berikut:

- Dengan nilai signifikansi (sig) dimensi *emotional* sebesar 0,412 karena sig 0,412 lebih besar dari probabilitas 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Ini mengindikasikan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.
- Dalam kasus dimensi *wisdom of purchase*, dengan nilai signifikansi (sig) sebesar 0,011, karena sig 0,011 juga kurang dari probabilitas 0,05, maka kita dapat menyimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Ini menunjukkan adanya pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen.



c. Berdasarkan hasil signifikansi (sig) dimensi *concern over deal* sebesar 0,008, karena sig 0,008 kurang dari probabilitas 0,05 kesimpulan yang dapat diambil adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Ini menggambarkan adanya pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen.

b) Uji F (uji regresi secara Bersama)

Uji F digunakan untuk menilai apakah variabel independen secara bersama-sama memengaruhi variabel dependen. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya, sig atau variabel bebas a merupakan variabel dependen. Jika  $F_{hitung} < 1 F_{tabel}$ , maka  $H_0$  dibuang dan  $H_a$  diterima yang artinya sig atau variabel bebas tidak memengaruhi variabel dependen.

Tabel 4.39 Hasil Uji F Spesifikasi laptop Intel/AMD/M, RAM 4GB, 256 GB

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.369	3	4.456	136.186	.000 <sup>b</sup>
	Residual	.131	4	.033		
	Total	13.500	7			

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pengguna\_Laptop

b. Predictors: (Constant), Concern\_Over\_Deal, Emotional, Wisdom\_of\_Purchase

Dapat di lihat hasil uji F yang terdapat dalam tabel diatas, dengan F hitung sebesar 136,186 dan nilai sig sebesar 0,000. Perhitungan F tabel dilakukan dengan rumus  $F_{tabel} = F_{9(k;n-k)} = F_{(3;28-3)} = 25$ . Berdasarkan nilai f tabel yang diperoleh untuk  $F_{0,05(3,25)}$  yaitu sebesar 2,99.

Dengan keterangan, sebagai berikut:

$n$  = jumlah sampel yang diperoleh

$k$  = jumlah variabel independent

hasil uji ANOVA atau uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 136,186 lebih besar dari pada nilai F tabel 2,99, dan probabilitas sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dari sini dapat disimpulkan bahwa F hitung lebih besar daripada F tabel, dan ini mengindikasikan bahwa seluruh variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

c) Uji  $R^2$  (uji Koefisien determinasi)

Uji koefisien determinasi Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 dan 1, dengan interpretasi sebagai berikut 0 (tidak ada korelasi), 0-0,49 (korelasi lemah), 0,50 (korelasi moderat), 0,51-0,99 (korelasi kuat), 1.00 (korelasi sempurna).

Tabel 4. 40 Hasil Uji  $R^2$  Spesifikasi laptop Intel/AMD/M, RAM 4GB, 256 GB

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.995 <sup>a</sup>	.990	.983	.181

a. Predictors: (Constant), Concern\_Over\_Deal, Emotional, Wisdom\_of\_Purchase

b. Dependent Variable: Kepuasan\_Pengguna\_Laptop

Dapat dilihat pada tabel 4.40, koefisien determinasi sebesar 0,995 menunjukkan bahwa hubungan atau korelasi antara dimensi *concern over deal*, *emosional*, dan *wisdom of purchase* memiliki pengaruh tinggi atau kuat terhadap kepuasan dalam penggunaan laptop. Selanjutnya, nilai koefisien determinasi sebesar 0,990 mengindikasikan bahwa 99% dari variasi dalam kepuasan menggunakan laptop dapat dijelaskan oleh dimensi *concern over deal*, *emotional*, *wisdom of purchase*, sementara 1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

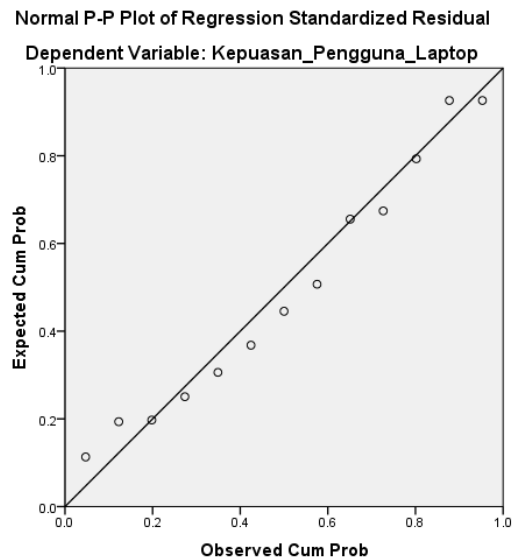
## 4.7.3 Uji Regresi Linier Beranda Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 1 TB

## 1) Uji Asumsi Klasik

## a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menilai apakah data yang telah dikumpulkan memiliki distribusi yang mendekati distribusi normal atau berasal dari populasi dengan distribusi normal. Data yang memiliki distribusi normal dianggap lebih baik karena memenuhi asumsi tersebut. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel residual dalam model regresi memiliki distribusi normal. Berikut merupakan langkah dari pengujian normalitas, sebagai berikut:

- a. Jika data terbesar secara merata sepanjang garis diagonal dan terdistribusi sejajar dengan garis tersebut, maka kita dapat menyimpulkan bahwa model regresi sesuai dengan asumsi normalitas.
- b. Jika data tidak merata atau tidak mengikuti alur garis diagonal, maka kita dapat menyimpulkan bahwa model regresi tidak sesuai dengan asumsi normalitas yang ada.



Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 1 TB

Berdasarkan P-P Plot yang terlihat pada gambar 4.3, terlihat bahwa penyebaran titik mengikuti garis diagonal dengan baik. Ini mengindikasikan bahwa data mengikuti distribusi normal dan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi uji normalitas.

#### b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas untuk menguji apakah terdapat korelasi antara variabel independent dalam suatu model regresi. Jika nilai vif (*Variance Inflation Faktor*) kurang dari 1, maka perlu memeriksa nilai vif untuk setiap variabel independent dan melakukan uji multikolinearitas. Jika 10 dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak mengalami masalah multikolinearitas.

Tabel 4.41 Hasil Uji Multikolinearitas Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 1 TB

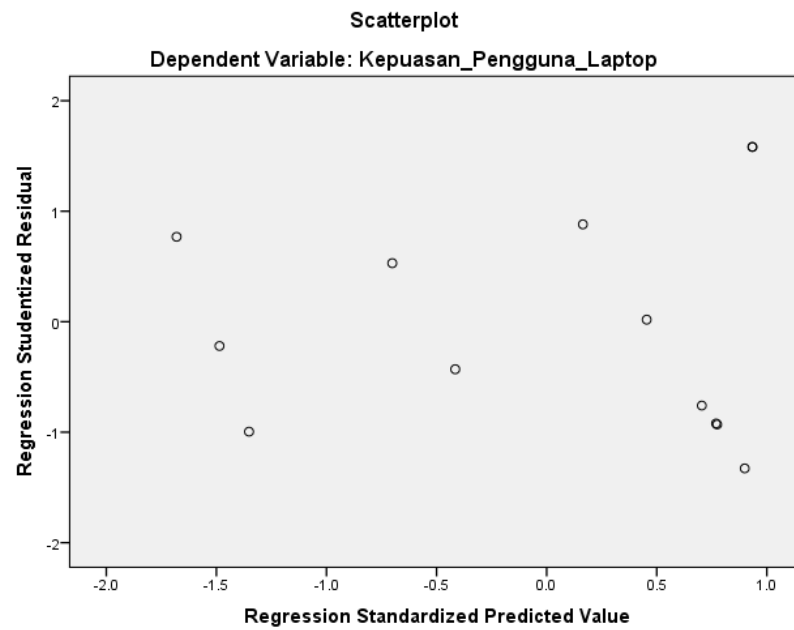
Model	Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.091	.632		3.308	.009		
Emotional	-.005	.019	-.067	-.260	.800	.152	6.577
Wisdom_of_Purchase	.160	.033	.523	4.866	.001	.862	1.160
Concern_Over_Deal	-.195	.074	-.655	-2.634	.027	.161	6.209

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pengguna\_Laptop

Dapat dilihat pada tabel 4.41 menunjukkan bahwa tidak ada variabel independent yang memiliki nilai VIF lebih dari 10, dan juga tidak ada variabel independent yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,1. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada tanda-tanda multikolinieritas yang terjadi.

c) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas untuk memeriksa apakah terdapat perbedaan dalam variabilitas residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam suatu model regresi. Jika tidak terlihat pola yang jelas dan titik-titik tersebar di atas dan dibawah sumbu y pada angka 0, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas yang terjadi.



Gambar 4.6 Hasil Uji Heterokedastisitas

Dapat dilihat pada gambar 4.6 bahwa scatter plot menunjukkan bahwa data tidak menunjukkan pola khusus dan terdistribusi secara merata di kedua sisi angka 0 pada sumbu Y. berdasarkan temuan ini, kita dapat menyimpulkan bahwa tidak ada indikasi heteroskedastisitas yang mengganggu asumsi model regresi, sehingga model ini dapat dianggap sesuai.

## 2) Uji Reresi Linier Beranda

Uji regresi linier berganda merupakan metode statistik ini dapat digunakan untuk menggambarkan bagaimana variabel penjelas memengaruhi variabel respon. Analisis regresi linear berganda ini dikatakan baik jika memenuhi asumsi klasik.

Tabel 4.42 Uji Regresi Linier Berganda Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 1 TB

		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.		
1	(Constant)	2.091	.632		3.308	.009		
	Emotional	-.005	.019	-.067	-.260	.800	.152	6.577
	Wisdom_of_Purchase	.160	.033	.523	4.866	.001	.862	1.160
	Concern_Over_Deal	-.195	.074	-.655	-2.634	.027	.161	6.209

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pengguna\_Laptop

Dapat dilihat dari tabel yang disajikan, berikut merupakan persamaan regresi linier berganda yang berkaitan dengan spesifikasi laptop Intel/AMD/M, RAM 8GB, 1 TB.

$$Y = 2.091 - 0.005X_1 + 0,160X_2 - 0,195X_3 + e$$

Nilai konstanta sebesar 2.091 mengindikasikan bahwa ketika variabel disonansi kognitif dianggap tidak berubah, maka akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pengguna laptop.

- Koefisien regresi (X1) yaitu sebesar -0,005 dapat dinyatakan bahwa variabel dimensi *emotional* memiliki hubungan negatif terhadap tingkat kepuasan dalam menggunakan laptop.
- Koefisien regresi (X1) yaitu sebesar 0,160 dapat dinyatakan bahwa variabel dimensi *wisdom of purchase* memiliki hubungan positif terhadap tingkat kepuasan dalam menggunakan laptop.
- Koefisien regresi (X1) yaitu sebesar -0,195 dapat dinyatakan bahwa variabel dimensi *concern over deal* memiliki hubungan negatif terhadap tingkat kepuasan dalam menggunakan laptop.

## a) Uji t (t-test)

Uji t mengukur sejauh mana variabel independent berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Variabel independen dianggap berpengaruh secara signifikan jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05 atau 5%. Suatu variabel diterima jika tingkat signifikansinya adalah 0,05.

Tabel 4.43 Uji Hasil t test Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 1 TB

Model	Coefficients <sup>a</sup>					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.091	.632		3.308	.009
	Emotional	-.005	.019	-.067	-.260	.800
	Wisdom_of_Purchase	.160	.033	.523	4.866	.001
	Concern_Over_Deal	-.195	.074	-.655	-2.634	.027

Pada uji t test terdapat beberapa kriteria yaitu, sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi uji t melebihi 0,05, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah menerima  $H_0$  dan menolak  $H_1$ . Ini berarti bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.
- Jika nilai signifikansi uji t kurang dari 0,05, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$ . Ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.

Berikut merupakan hasil dari uji t test pada tabel 4.33, sebagai berikut:

- Dengan nilai signifikansi (sig) dimensi *emotional* sebesar 0,800 karena sig 0,800 lebih besar dari probabilitas 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Ini mengindikasikan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.
- Dalam kasus dimensi *wisdom of purchase*, dengan nilai signifikansi (sig) sebesar 0,001, karena sig 0,001 juga kurang dari probabilitas 0,05, maka kita dapat menyimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Ini menunjukkan adanya pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen.

c. Berdasarkan hasil signifikansi (sig) dimensi *concern over deal* sebesar 0,027, karena sig 0,027 kurang dari probabilitas 0,05 kesimpulan yang dapat diambil adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Ini menggambarkan adanya pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen.

b) Uji F (uji regresi secara Bersama)

Uji F digunakan untuk menilai apakah variabel independen secara bersama-sama memengaruhi variabel dependen. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya, sig atau variabel bebas a merupakan variabel dependen. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  dibuang dan  $H_a$  diterima yang artinya sig atau variabel bebas tidak memengaruhi variabel dependen.

Tabel 4.44 Hasil Uji F Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 1 TB

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.044	3	4.015	30.437	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1.187	9	.132		
	Total	13.231	12			

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pengguna\_Laptop

b. Predictors: (Constant), Concern\_Over\_Deal, Wisdom\_of\_Purchase, Emotional

Dapat di lihat hasil uji F yang terdapat dalam tabel diatas, dengan F hitung sebesar 136,186 dan nilai sig sebesar 0,000. Perhitungan F tabel dilakukan dengan rumus  $F_{tabel} = F_{\alpha}(k;n-k) = F_{0,05}(3;28-3) = 25$ . Berdasarkan nilai f tabel yang diperoleh untuk  $F_{0,05}(3,25)$  yaitu sebesar 2,99.

Dengan keterangan, sebagai berikut:

$n$  = jumlah sampel yang diperoleh

$k$  = jumlah variabel independent

hasil uji ANOVA atau uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 30,437 lebih besar dari pada nilai F tabel 2,99, dan probabilitas sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dari sini dapat disimpulkan bahwa F hitung lebih besar daripada F tabel, dan ini mengindikasikan bahwa seluruh variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.



c) Uji R<sup>2</sup> (uji koefisien determinasi)

Uji koefisien determinasi Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 dan 1, dengan interpretasi sebagai berikut 0 (tidak ada korelasi), 0-0,49 (korelasi lemah), 0,50 (korelasi moderat), 0,51-0,99 (korelasi kuat), 1.00 (korelasi sempurna).

Tabel 4.45 Hasil Uji R<sup>2</sup> Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 1 TB

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.954 <sup>a</sup>	.910	.880	.363

a. Predictors: (Constant), Concern\_Over\_Deal, Wisdom\_of\_Purchase, Emotional

b. Dependent Variable: Kepuasan\_Pengguna\_Laptop

Dapat dilihat pada tabel 4.45, koefisien determinasi sebesar 0,954 menunjukkan bahwa hubungan atau korelasi antara dimensi *concern over deal*, *emosional*, dan *wisdom of purchase* memiliki pengaruh tinggi atau kuat terhadap kepuasan dalam penggunaan laptop. Selanjutnya, nilai koefisien determinasi sebesar 0,910 mengindikasikan bahwa 91% dari variasi dalam kepuasan menggunakan laptop dapat dijelaskan oleh dimensi *concern over deal*, *emotional*, *wisdom of purchase*, sementara 9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

#### 4.7.4 Uji Regresi Linier Berganda Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 500 GB

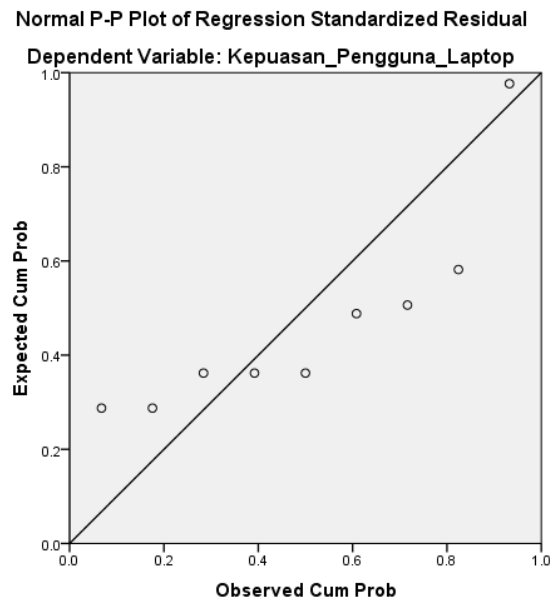
##### 1) Uji Asumsi Klasik

##### a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menilai apakah data yang telah dikumpulkan memiliki distribusi yang mendekati distribusi normal atau berasal dari populasi dengan distribusi normal. Data yang memiliki distribusi normal dianggap lebih baik karena memenuhi asumsi tersebut. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel residual dalam model regresi memiliki distribusi normal. Berikut merupakan langkah dari pengujian normalitas, sebagai berikut:

- a. Jika data terbesar secara merata sepanjang garis diagonal dan terdistribusi sejajar dengan garis tersebut, maka kita dapat menyimpulkan bahwa model regresi sesuai dengan asumsi normalitas.

- b. Jika data tidak merata atau tidak mengikuti alur garis diagonal, maka kita dapat menyimpulkan bahwa model regresi tidak sesuai dengan asumsi normalitas yang ada.



Gambar 4.7 Hasil Uji Normalitas Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 500 GB

Berdasarkan P-P Plot yang terlihat pada gambar 4.7, terlihat bahwa penyebaran titik mengikuti garis diagonal dengan baik. Ini mengindikasikan bahwa data mengikuti distribusi normal dan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi uji normalitas.

b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas untuk menguji apakah terdapat korelasi antara variabel independent dalam suatu model regresi. Jika nilai vif (*Variance Inflation Faktor*) kurang dari 1, maka perlu memeriksa nilai vif untuk setiap variabel independent dan melakukan uji multikolinearitas. Jika 10 dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak mengalami masalah multikolinearitas.

Tabel 4.46 Hasil Uji Multikolinearitas Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 500 GB

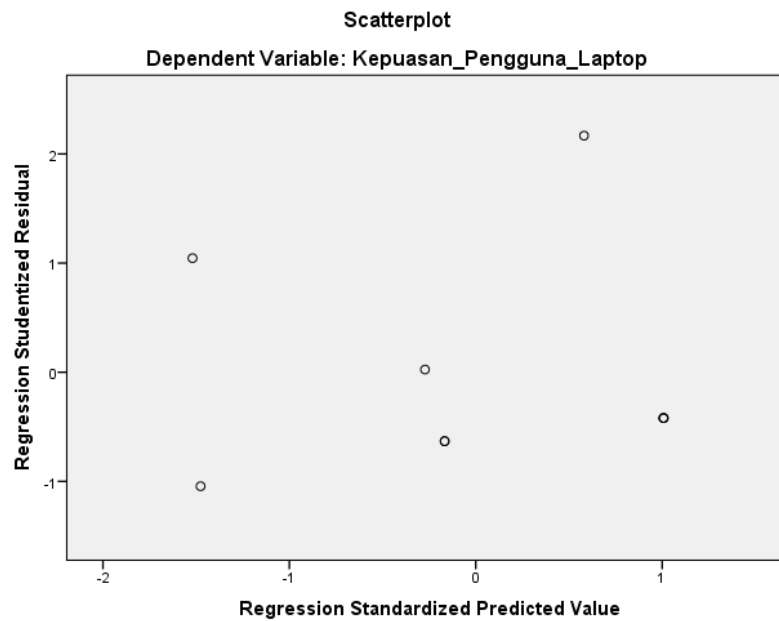
Model	Coefficients <sup>a</sup>						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	-2.768	1.293		-2.141	.085			
Emotional	.105	.025	.585	4.268	.008	.216	4.630	
Wisdom_of_Purchase	.352	.051	.931	6.918	.001	.224	4.455	
Concern_Over_Deal	-.265	.030	-.694	-8.814	.000	.656	1.524	

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pengguna\_Laptop

Dapat dilihat pada tabel 4.46 menunjukkan bahwa tidak ada variabel independent yang memiliki nilai VIF lebih dari 10, dan juga tidak ada variabel independent yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,1. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada tanda-tanda multikolinieritas yang terjadi.

c) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas untuk memeriksa apakah terdapat perbedaan dalam variabilitas residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam suatu model regresi. Jika tidak terlihat pola yang jelas dan titik-titik tersebar di atas dan dibawah sumbu y pada angka 0, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas yang terjadi.



Gambar 4.8 Hasil Uji Heterokedastisitas Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 500 GB

Dapat dilihat pada gambar 4.8 bahwa scatter plot menunjukkan bahwa data tidak menunjukkan pola khusus dan terdistribusi secara merata di kedua sisi angka 0 pada sumbu Y. berdasarkan temuan ini, kita dapat menyimpulkan bahwa tidak ada indikasi heteroskedastisitas yang mengganggu asumsi model regresi, sehingga model ini dapat dianggap sesuai.

## 2) Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda merupakan metode statistik ini dapat digunakan untuk menggambarkan bagaimana variabel penjelas memengaruhi variabel respon. Analisis regresi linear berganda ini dikatakan baik jika memenuhi asumsi klasik.

Tabel 4.47 Uji Hasil Regresi Linier Berganda Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 500 GB

		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.		
1	(Constant)	-2.768	1.293		-2.141	.085		
	Emotional	.105	.025	.585	4.268	.008	.216	4.630
	Wisdom_of_Purchase	.352	.051	.931	6.918	.001	.224	4.455
	Concern_Over_Deal	-.265	.030	-.694	-8.814	.000	.656	1.524

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pengguna\_Laptop

Dapat dilihat dari tabel yang disajikan, berikut merupakan persamaan regresi linier berganda yang berkaitan dengan spesifikasi laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 500 GB.

$$Y = -2.768 + 0.105X_1 + 0.352X_2 - 0.265X_3 + e$$

Nilai konstanta sebesar -2,768 mengindikasikan bahwa ketika variabel disonansi kognitif dianggap tidak berubah, maka akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pengguna laptop.

- Koefisien regresi (X1) yaitu sebesar 0,105 dapat dinyatakan bahwa variabel dimensi *emotional* memiliki hubungan positif terhadap tingkat kepuasan dalam menggunakan laptop.
- Koefisien regresi (X1) yaitu sebesar 0,352 dapat dinyatakan bahwa variabel dimensi *wisdom of purchase* memiliki hubungan positif terhadap tingkat kepuasan dalam menggunakan laptop.
- Koefisien regresi (X1) yaitu sebesar -0,265 dapat dinyatakan bahwa variabel dimensi *concern over deal* memiliki hubungan negatif terhadap tingkat kepuasan dalam menggunakan laptop.

## a) Uji t (t test)

Uji t mengukur sejauh mana variabel independent berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Variabel independen dianggap berpengaruh secara signifikan jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05 atau 5%. Suatu variabel diterima jika tingkat signifikansinya adalah 0,05.

Tabel 4.48 Hasil Uji t Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 500 GB

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-2.768	1.293		-2.141	.085
	Emotional	.105	.025	.585	4.268	.008
	Wisdom_of_Purchase	.352	.051	.931	6.918	.001
	Concern_Over_Deal	-.265	.030	-.694	-8.814	.000

Pada uji t test terdapat beberapa kriteria yaitu, sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi uji t melebihi 0,05, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah menerima  $H_0$  dan menolak  $H_1$ . Ini berarti bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.
- Jika nilai signifikansi uji t kurang dari 0,05, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$ . Ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.

Berikut merupakan hasil dari uji t test pada tabel 4.33, sebagai berikut:

- Dengan nilai signifikansi (sig) dimensi *emotional* sebesar 0,008 karena sig 0,008 lebih kecil dari probabilitas 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Ini mengindikasikan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.
- Dalam kasus dimensi *wisdom of purchase*, dengan nilai signifikansi (sig) sebesar 0,001, karena sig 0,001 juga kurang dari probabilitas 0,05, maka kita dapat menyimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Ini menunjukkan adanya pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen.

c. Berdasarkan hasil signifikansi (sig) dimensi *concern over deal* sebesar 0,000, karena sig 0,000 kurang dari probabilitas 0,05 kesimpulan yang dapat diambil adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Ini menggambarkan adanya pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen.

b) Uji F (uji regresi secara Bersama)

Uji F digunakan untuk menilai apakah variabel independen secara bersama-sama memengaruhi variabel dependen. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya, sig atau variabel bebas a merupakan variabel dependen. Jika  $F_{hitung} < 1 F_{tabel}$ , maka  $H_0$  dibuang dan  $H_a$  diterima yang artinya sig atau variabel bebas tidak memengaruhi variabel dependen.

Tabel 4.49 Hasil Uji F Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 500 GB

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5.443	3	1.814	80.360	.000 <sup>b</sup>
	Residual	.113	5	.023		
	Total	5.556	8			

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pengguna\_Laptop

b. Predictors: (Constant), Concern\_Over\_Deal, Wisdom\_of\_Purchase, Emotional

Dapat di lihat hasil uji F yang terdapat dalam tabel diatas, dengan F hitung sebesar 136,186 dan nilai sig sebesar 0,000. Perhitungan F tabel dilakukan dengan rumus  $F_{tabel} = F_{\alpha}(k;n-k) = F_{0,05}(3;28-3) = 25$ . Berdasarkan nilai f tabel yang diperoleh untuk  $F_{0,05}(3,25)$  yaitu sebesar 2,99.

Dengan keterangan, sebagai berikut:

$n$  = jumlah sampel yang diperoleh

$k$  = jumlah variabel independent

Hasil uji ANOVA atau uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 80,360 lebih besar dari pada nilai F tabel 2,99, dan probabilitas sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dari sini dapat disimpulkan bahwa F hitung lebih besar daripada F tabel, dan ini mengindikasikan bahwa seluruh variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

c) Uji  $R^2$  (uji koefisien determinasi)

Uji koefisien determinasi Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 dan 1, dengan interpretasi sebagai berikut 0 (tidak ada korelasi), 0-0,49 (korelasi lemah), 0,50 (korelasi moderat), 0,51-0,99 (korelasi kuat), 1.00 (korelasi sempurna).

Tabel 4.50 Hasil Uji  $R^2$  Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 500 GB

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.990 <sup>a</sup>	.980	.967	.150

a. Predictors: (Constant), Concern\_Over\_Deal, Wisdom\_of\_Purchase, Emotional

b. Dependent Variable: Kepuasan\_Pengguna\_Laptop

Dapat dilihat pada tabel 4.50, koefisien determinasi sebesar 0,990 menunjukkan bahwa hubungan atau korelasi antara dimensi *concern over deal*, *emosional*, dan *wisdom of purchase* memiliki pengaruh tinggi atau kuat terhadap kepuasan dalam penggunaan laptop. Selanjutnya, nilai koefisien determinasi sebesar 0,980 mengindikasikan bahwa 98% dari variasi dalam kepuasan menggunakan laptop dapat dijelaskan oleh dimensi *concern over deal*, *emotional*, *wisdom of purchase*, sementara 2% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

#### 4.7.5 Uji Regresi Linier Berganda Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 1 TB

##### 1) Uji Asumsi Klasik

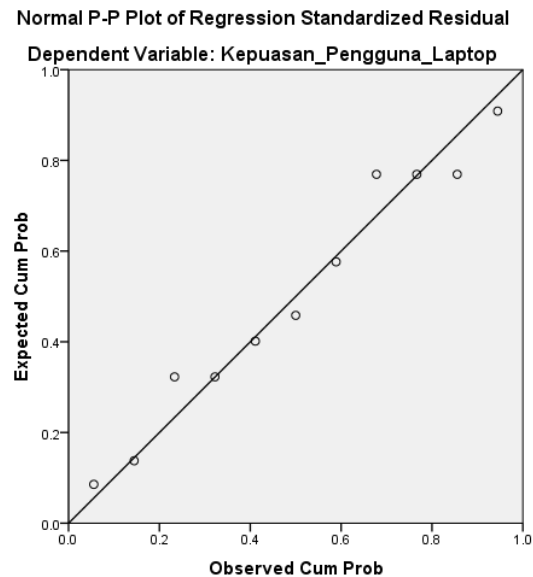
##### a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menilai apakah data yang telah dikumpulkan memiliki distribusi yang mendekati distribusi normal atau berasal dari populasi dengan distribusi normal. Data yang memiliki distribusi normal dianggap lebih baik karena memenuhi asumsi tersebut. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel residual dalam model regresi memiliki distribusi normal. Berikut merupakan langkah dari pengujian normalitas, sebagai berikut:

- a. Jika data terbesar secara merata sepanjang garis diagonal dan terdistribusi sejajar dengan garis tersebut, maka kita dapat menyimpulkan bahwa model regresi sesuai dengan asumsi normalitas.



- b. Jika data tidak merata atau tidak mengikuti alur garis diagonal, maka kita dapat menyimpulkan bahwa model regresi tidak sesuai dengan asumsi normalitas yang ada.



Gambar 4.9 Hasil Uji Normalitas Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 1 TB

Berdasarkan P-P Plot yang terlihat pada gambar 4.9, terlihat bahwa penyebaran titik mengikuti garis diagonal dengan baik. Ini mengindikasikan bahwa data mengikuti distribusi normal dan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi uji normalitas.

b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas untuk menguji apakah terdapat korelasi antara variabel independent dalam suatu model regresi. Jika nilai vif (*Variance Inflation Faktor*) kurang dari 1, maka perlu memeriksa nilai vif untuk setiap variabel independent dan melakukan uji multikolinearitas. Jika 10 dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak mengalami masalah multikolinearitas.

Tabel 4.51 Hasil Uji Multikolinearitas Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 1 TB

Coefficients<sup>a</sup>

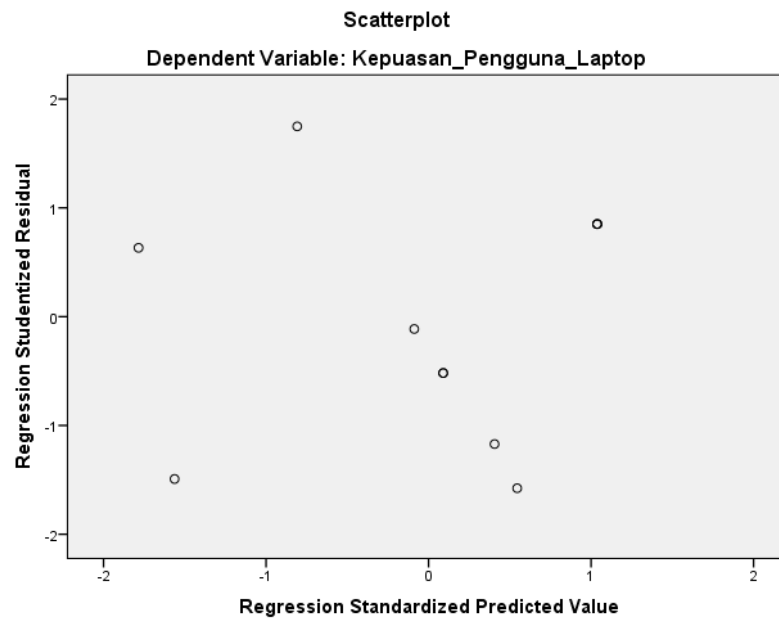
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.709	1.764		.969	.365		
Emotional	-.057	.059	-.275	-.973	.363	.267	3.742
Wisdom_of_Purchase	.204	.070	.557	2.937	.022	.594	1.684
Concern_Over_Deal	-.058	.073	-.210	-.799	.450	.310	3.229

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pengguna\_Laptop

Dapat dilihat pada tabel 4.51 menunjukkan bahwa tidak ada variabel independent yang memiliki nilai VIF lebih dari 10, dan juga tidak ada variabel independent yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,1. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada tanda-tanda multikolinieritas yang terjadi.

c) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas untuk memeriksa apakah terdapat perbedaan dalam variabilitas residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam suatu model regresi. Jika tidak terlihat pola yang jelas dan titik-titik tersebar di atas dan dibawah sumbu y pada angka 0, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas yang terjadi.



Gambar 4.10 Hasil Uji Heterokedastisitas Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 1 TB

Dapat dilihat pada gambar 4.10 bahwa scatter plot menunjukkan bahwa data tidak menunjukkan pola khusus dan terdistribusi secara merata di kedua sisi angka 0 pada sumbu Y. berdasarkan temuan ini, kita dapat menyimpulkan bahwa tidak ada indikasi heteroskedastisitas yang mengganggu asumsi model regresi, sehingga model ini dapat dianggap sesuai.

## 2) Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda merupakan metode statistik ini dapat digunakan untuk menggambarkan bagaimana variabel penjelas memengaruhi variabel respon. Analisis regresi linear berganda ini dikatakan baik jika memenuhi asumsi klasik.

Tabel 4.52 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 1 TB

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.709	1.764		.969	.365		
	Emotional	-.057	.059	-.275	-.973	.363	.267	3.742
	Wisdom_of_Purchase	.204	.070	.557	2.937	.022	.594	1.684
	Concern_Over_Deal	-.058	.073	-.210	-.799	.450	.310	3.229

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pengguna\_Laptop

Dapat dilihat dari tabel yang disajikan, berikut merupakan persamaan regresi linier berganda yang berkaitan dengan spesifikasi laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 1 TB.

$$Y = 1.709 - 0.057X_1 + 0.204X_2 - 0.058X_3 + e$$

Nilai konstanta sebesar -2,768 mengindikasikan bahwa ketika variabel disonansi kognitif dianggap tidak berubah, maka akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pengguna laptop.

- a. Koefisien regresi (X1) yaitu sebesar -0,057 dapat dinyatakan bahwa variabel dimensi *emotional* memiliki hubungan negatif terhadap tingkat kepuasan dalam menggunakan laptop.
- b. Koefisien regresi (X1) yaitu sebesar 0,204 dapat dinyatakan bahwa variabel dimensi *wisdom of purchase* memiliki hubungan positif terhadap tingkat kepuasan dalam menggunakan laptop.
- c. Koefisien regresi (X1) yaitu sebesar -0,058 dapat dinyatakan bahwa variabel dimensi *concern over deal* memiliki hubungan negatif terhadap tingkat kepuasan dalam menggunakan laptop.

## a) Uji t (t test)

Uji t mengukur sejauh mana variabel independent berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Variabel independent dianggap berpengaruh secara signifikan jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05 atau 5%. Suatu variabel diterima jika tingkat signifikansinya adalah 0,05.

Tabel 4.53 Hasil Uji t test Berganda Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 1 TB

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.709	1.764		.969	.365
	Emotional	-.057	.059	-.275	-.973	.363
	Wisdom_of_Purchase	.204	.070	.557	2.937	.022
	Concern_Over_Deal	-.058	.073	-.210	-.799	.450

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pengguna\_Laptop

Pada uji t test terdapat beberapa kriteria yaitu, sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi uji t melebihi 0,05, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah menerima  $H_0$  dan menolak  $H_1$ . Ini berarti bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent dan variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikansi uji t kurang dari 0,05, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah menolak  $H_0$  dan menerima  $H_1$ . Ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independent dan variabel dependen.

Berikut merupakan hasil dari uji t test pada tabel 4.33, sebagai berikut:

- a. Dengan nilai signifikansi (sig) dimensi *emotional* sebesar 0,363 karena sig 0,363 lebih besar dari probabilitas 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Ini mengindikasikan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent dan variabel dependen.

- b. Dalam kasus dimensi *wisdom of purchase*, dengan nilai signifikansi (sig) sebesar 0,022, karena sig 0,022 juga kurang dari probabilitas 0,05, maka kita dapat menyimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Ini menunjukkan adanya pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen.
- c. Berdasarkan hasil signifikansi (sig) dimensi *concern over deal* sebesar 0,450, karena sig 0,450 lebih dari probabilitas 0,05 kesimpulan yang dapat diambil adalah  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Ini menggambarkan tidak ada pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen.

b) Uji F (uji regresi secara bersama)

Uji F digunakan untuk menilai apakah variabel independen secara bersama-sama memengaruhi variabel dependen. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya, sig atau variabel bebas a merupakan variabel dependen. Jika  $F_{hitung} < 1 F_{tabel}$ , maka  $H_0$  dibuang dan  $H_a$  diterima yang artinya sig atau variabel bebas tidak memengaruhi variabel dependen.

Tabel 4.54 Hasil Uji F Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 1 TB

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.175	3	1.392	13.273	.003 <sup>b</sup>
	Residual	.734	7	.105		
	Total	4.909	10			

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pengguna\_Laptop

b. Predictors: (Constant), Concern\_Over\_Deal, Wisdom\_of\_Purchase, Emotional

Dapat di lihat hasil uji F yang terdapat dalam tabel diatas, dengan F hitung sebesar 13,273 dan nilai sig sebesar 0,003. Perhitungan F tabel dilakukan dengan rumus  $F_{tabel} = F_{\alpha}(k;n-k) = F_{0,05}(3;28-3) = 25$ . Berdasarkan nilai f tabel yang diperoleh untuk  $F_{0,05}(3,25)$  yaitu sebesar 2,99.

Dengan keterangan, sebagai berikut:

n = jumlah sampel yang diperoleh

k = jumlah variabel independent

Hasil uji ANOVA atau uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 13,273 lebih besar dari pada nilai F tabel 2,99, dan probabilitas sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05. Dari sini dapat disimpulkan bahwa F hitung lebih besar daripada F tabel, dan ini mengindikasikan bahwa seluruh variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

c) Uji  $R^2$  (uji koefisien determinasi)

Uji koefisien determinasi Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 dan 1, dengan interpretasi sebagai berikut 0 (tidak ada korelasi), 0-0,49 (korelasi lemah), 0,50 (korelasi moderat), 0,51-0,99 (korelasi kuat), 1.00 (korelasi sempurna).

Tabel 4.55 Hasil Uji  $R^2$  Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 1 TB

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.922 <sup>a</sup>	.850	.786	.324

a. Predictors: (Constant), Concern\_Over\_Deal, Wisdom\_of\_Purchase, Emotional

b. Dependent Variable: Kepuasan\_Pengguna\_Laptop

Dapat dilihat pada tabel 4.55, koefisien determinasi sebesar 0,922 menunjukkan bahwa hubungan atau korelasi antara dimensi *concern over deal*, *emosional*, dan *wisdom of purchase* memiliki pengaruh tinggi atau kuat terhadap kepuasan dalam penggunaan laptop. Selanjutnya, nilai koefisien determinasi sebesar 0,850 mengindikasikan bahwa 85% dari variasi dalam kepuasan menggunakan laptop dapat dijelaskan oleh dimensi *concern over deal*, *emotional*, *wisdom of purchase*, sementara 15% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

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

Pada penelitian ini karakteristik responden, peneliti telah melakukan pengelompokan responden berdasarkan karakteristik, seperti jenis kelamin, umur, merek laptop, spesifikasi laptop, dan alasan membeli laptop untuk kuliah di Program Studi Teknik Industri UII. Dalam kelompok jenis kelamin, terdapat 48 responden laki-laki dan 20 orang Perempuan. Berdasarkan kelompok umur, mayoritas responden berumur 19 tahun hingga 24 tahun, dengan 1 responden berumur 19 tahun, 12 responden berusia 21 tahun, 43 responden berumur 22 tahun, 11 responden berumur 23 tahun, dan 1 responden berumur 24 tahun. Dalam hal merek laptop, terdapat 8 merek laptop yang telah dipilih, yaitu Asus, Acer, Lenovo, HP, Samsung, Apple, Dell, dan MSI, dengan masing-masing memiliki jumlah responden yang berbeda, berdasarkan spesifikasi laptop, terdapat 5 spesifikasi laptop yang menjadi target penelitian, yaitu Intel/AMD/M, RAM 4 GB, 256 GB. Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 500 GB, Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 1 TB, Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 500 GB, dan Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 1 TB, dengan masing-masing jumlah responden secara berturut-turut adalah 8 orang, 27 orang, 13 orang, 9 orang, 12 orang. Penelitian ini juga mempertimbangkan alasan membeli laptop untuk kuliah di Program Studi Teknik Industri UII, responden memberikan berbagai alasan, yaitu “Laptop lama mengalami kerusakan”, “Adanya spesifikasi laptop terbaru”. Arahan dari orang tua”, “Kebutuhan kuliah”, dan “Arahan dari teman”, dengan jumlah responden yang berbeda untuk setiap alasan.

Penelitian ini berfokus pada mahasiswa Angkatan 2019 di Teknik Industri UII yang berasal dari Angkatan 2019. Mereka dipilih karena pemilihan dari responden ini dikarenakan mahasiswa tersebut sudah mengalami masa pemakaian laptop yang cukup lama dari sudah mengambil mata kuliah wajib, peminatan, praktikum, kerja praktik dan tugas akhir, serta mengalami masa dimana transisi pertama kali dari belajar luring ke



daring yang dimana pada masa itu, terjadi wabah virus Covid-19 yang secara tidak langsung mewajibkan mahasiswa belajar daring (baik itu siap maupun tidak siap), sehingga kebutuhan akan laptop sangat dibutuhkan khususnya kalangan mahasiswa. Selanjutnya penelitian akan mengevaluasi apakah ada disonansi kognitif dalam pembelian laptop mahasiswa Angkatan 2019 di Prodi Teknik Industri UII. Selain itu, penelitian akan menganalisis apakah disonansi kognitif memiliki pengaruh terhadap kepuasan dan kinerja pengguna laptop. Dengan demikian, penelitian ini akan memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian laptop, serta dampak dari disonansi kognitif terhadap pengguna dan kepuasan pengguna laptop setelah pembelian.

## **5.2 Analisis Terkait Kuesioner Disonansi**

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

Emosi adalah kondisi psikologis yang dapat dirasakan oleh responden setelah mereka membuat keputusan untuk membeli sebuah laptop. Emosi ini dapat diukur melalui berbagai indikator, termasuk perasaan putus asa, benci, kecewa dengan diri sendiri, takut, hampa, marah, tidak nyaman, mengecewakan diri sendiri, kesal, frustrasi, sakit hati, tertekan, marah pada diri sendiri, muak, dan merasa menderita. Responden diminta untuk menilai pernyataan tersebut menggunakan skala penilaian yang terdiri dari sangat setuju (SS), Setuju (S), Cukup (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Contohnya, dapat dilihat pada tabel 4.9 untuk indikator (1) hasil jawaban dari responden menunjukkan bahwa 50 responden merasa sangat tidak setuju (STS), 8 responden merasa tidak setuju (TS), 4 responden merasa cukup (N), 4 responden merasa setuju (S), dan 2 responden merasa sangat setuju (SS).

Dapat dilihat untuk jawaban dari indikator (2) hasil responden menunjukkan bahwa 52 responden merasa sangat tidak setuju (STS), 8 responden merasa tidak setuju (TS), 6 responden merasa cukup (N), 1 responden merasa setuju (S), dan 1 responden merasa sangat setuju (SS).

Berdasarkan jawaban dari indikator (3) hasil responden menunjukkan bahwa 53 responden merasa sangat tidak setuju (STS), 4 responden merasa tidak setuju (TS), 5 responden merasa cukup (N), 4 responden merasa setuju (S), dan 2 responden merasa sangat setuju (SS).

Dapat dilihat untuk jawaban dari indikator (4) hasil responden menunjukkan bahwa 51 responden merasa sangat tidak setuju (STS), 9 responden merasa tidak setuju (TS), 6 responden merasa cukup (N), 2 responden merasa setuju (S), dan tidak ada responden merasa sangat setuju (SS).

Dapat dilihat untuk jawaban dari indikator (5) hasil responden menunjukkan bahwa 52 responden merasa sangat tidak setuju (STS), 11 responden merasa tidak setuju (TS), 1 responden merasa cukup (N), 3 responden merasa setuju (S), dan 1 responden merasa sangat setuju (SS).

Dapat dilihat untuk jawaban dari indikator (6) hasil responden menunjukkan bahwa 54 responden merasa sangat tidak setuju (STS), 7 responden merasa tidak setuju (TS), 4 responden merasa cukup (N), 1 responden merasa setuju (S), dan 2 responden merasa sangat setuju (SS).

Dapat dilihat untuk jawaban dari indikator (7) hasil responden menunjukkan bahwa 53 responden merasa sangat tidak setuju (STS), 6 responden merasa tidak setuju (TS), 3 responden merasa cukup (N), 3 responden merasa setuju (S), dan 3 responden merasa sangat setuju (SS).

Dapat dilihat untuk jawaban dari indikator (8) hasil responden menunjukkan bahwa 52 responden merasa sangat tidak setuju (STS), 11 responden merasa tidak setuju (TS), 3 responden merasa cukup (N), 2 responden merasa setuju (S), dan 0 responden merasa sangat setuju (SS).

Dapat dilihat untuk jawaban dari indikator (9) hasil responden menunjukkan bahwa 51 responden merasa sangat tidak setuju (STS), 10 responden merasa tidak setuju (TS), 3 responden merasa cukup (N), 3 responden merasa setuju (S), dan 1 responden merasa sangat setuju (SS).

Dapat dilihat untuk jawaban dari indikator (10) hasil responden menunjukkan bahwa 52 responden merasa sangat tidak setuju (STS), 9 responden merasa tidak setuju (TS), 3 responden merasa cukup (N), 2 responden merasa setuju (S), dan 2 responden merasa sangat setuju (SS).

Dapat dilihat untuk jawaban dari indikator (11) hasil responden menunjukkan bahwa 52 responden merasa sangat tidak setuju (STS), 8 responden merasa tidak setuju

(TS), 2 responden merasa cukup (N), 5 responden merasa setuju (S), dan 1 responden merasa sangat setuju (SS).

Dapat dilihat untuk jawaban dari indikator (12) hasil responden menunjukkan bahwa 53 responden merasa sangat tidak setuju (STS), 11 responden merasa tidak setuju (TS), 2 responden merasa cukup (N), 1 responden merasa setuju (S), dan 1 responden merasa sangat setuju (SS).

Dapat dilihat untuk jawaban dari indikator (13) hasil responden menunjukkan bahwa 59 responden merasa sangat tidak setuju (STS), 4 responden merasa tidak setuju (TS), 3 responden merasa cukup (N), 2 responden merasa setuju (S), dan 0 responden merasa sangat setuju (SS).

Dapat dilihat untuk jawaban dari indikator (14) hasil responden menunjukkan bahwa 55 responden merasa sangat tidak setuju (STS), 8 responden merasa tidak setuju (TS), 4 responden merasa cukup (N), 1 responden merasa setuju (S), dan 0 responden merasa sangat setuju (SS).

Dapat dilihat untuk jawaban dari indikator (11) hasil responden menunjukkan bahwa 56 responden merasa sangat tidak setuju (STS), 7 responden merasa tidak setuju (TS), 2 responden merasa cukup (N), 1 responden merasa setuju (S), dan 2 responden merasa sangat setuju (SS).

### 5.2.2 Dimensi *Wisdom of Purchase*

Dimensi *Wisdom of Purchase* adalah kondisi psikologis yang muncul setelah seseorang memutuskan untuk membeli sebuah laptop, yang mencakup pertanyaan apakah mereka merasa perlu membeli sebuah laptop atau percaya bahwa pilihan mereka sudah benar.

Berikut merupakan indikator-indikator yang mencerminkan hal tersebut:

1. Merasa sangat membutuhkan membeli sebuah laptop (16).
2. Merasa seharusnya membeli sebuah laptop (17).
3. Merasa telah membuat pilihan yang tepat dengan membeli sebuah laptop (18).
4. Merasa telah melakukan hal yang benar dengan membeli sebuah laptop (19).

Responden diminta untuk menilai pertanyaan-pertanyaan ini menggunakan skala penilaian yang terdiri dari Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Cukup (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

Pada tabel 4.10 dapat diberikan keterangan bahwa jawaban dari indikator (16) hasil responden menunjukkan bahwa 1 responden merasa sangat tidak setuju (STS), 1 responden merasa tidak setuju (TS), 7 responden merasa cukup (N), 25 responden merasa setuju (S), dan 34 responden merasa sangat setuju (SS).

Berdasarkan jawaban dari indikator (17) hasil responden menunjukkan bahwa 3 responden merasa sangat tidak setuju (STS), 4 responden merasa tidak setuju (TS), 8 responden merasa cukup (N), 22 responden merasa setuju (S), dan 31 responden merasa sangat setuju (SS).

Berdasarkan jawaban dari indikator (18) hasil responden menunjukkan bahwa 1 responden merasa sangat tidak setuju (STS), 1 responden merasa tidak setuju (TS), 12 responden merasa cukup (N), 18 responden merasa setuju (S), dan 36 responden merasa sangat setuju (SS).

Berdasarkan jawaban dari indikator (19) hasil responden menunjukkan bahwa 0 responden merasa sangat tidak setuju (STS), 3 responden merasa tidak setuju (TS), 6 responden merasa cukup (N), 25 responden merasa setuju (S), dan 34 responden merasa sangat setuju (SS).

### 5.2.2 Dimensi *Concern Over Deal*

Dimensi *Concern Over Deal* adalah ketidaknyamanan yang muncul setelah seseorang memutuskan untuk membeli sebuah laptop, yang melibatkan pertanyaan apakah mereka terpengaruh oleh opini atau keputusan orang disekitar mereka yang mungkin bertentangan dengan pilihan mereka. Berikut merupakan indikator-indikator yang mencerminkan hal ini meliputi:

1. Merasa tertipu dengan pilihan sendiri atau pilihan yang telah dipilih (20).
2. Merasa telah melakukan suatu kebodohan (21).
3. Merasa mengalami kebingungan dengan pilihan yang telah dipilih (22).

Responden diminta untuk menilai pertanyaan-pertanyaan ini menggunakan skala penilaian yang terdiri dari Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Cukup (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

Pada tabel 4.11 dapat dilihat bahwa jawaban dari indikator (20) hasil responden menunjukkan bahwa 44 responden merasa sangat tidak setuju (STS), 15 responden merasa tidak setuju (TS), 4 responden merasa cukup (N), 5 responden merasa setuju (S), dan 0 responden merasa sangat setuju (SS).

Berdasarkan jawaban dari indikator (21) hasil responden menunjukkan bahwa 52 responden merasa sangat tidak setuju (STS), 8 responden merasa tidak setuju (TS), 4 responden merasa cukup (N), 2 responden merasa setuju (S), dan 2 responden merasa sangat setuju (SS).

Dapat dilihat untuk jawaban dari indikator (22) hasil responden menunjukkan bahwa 45 responden merasa sangat tidak setuju (STS), 8 responden merasa tidak setuju (TS), 6 responden merasa cukup (N), 4 responden merasa setuju (S), dan 5 responden merasa sangat setuju (SS).

### **5.3 Analisis Uji Validitas dan juga Uji Reliabilitas**

Uji validitas dilakukan untuk menentukan sejauh mana kuesioner dalam penelitian ini dapat dikatakan alat yang valid. Dapat dilihat pada tabel 4.12 bahwa hasil perhitungan validitas untuk setiap dimensi menunjukkan bahwa semua dimensi terbukti valid karena nilai perhitungan (rhitung) melebihi nilai yang ada di tabel dengan tingkat signifikansi sebesar 5%.

Selain itu, uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur tingkat konsistensi atau kestabilan jawaban dari setiap pertanyaan dalam kuesioner. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.13 untuk masing-masing dimensi, yaitu *Emotional*, *Wisdom of Purchase*, dan *Concern Over Deak*, dengan nilai masing adalah 0,974, 0,840, dan 0,876. Semua nilai ini melebihi batas 0,6, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang dihasilkan dari kuesioner adalah reliabel atau konsisten.

## 5.4 Analisis Faktor

### 5.4.1 Dimensi *Emotional*

Dari hasil melihat nilai KMO MSA pada tabel 4.14, dapat disimpulkan bahwa nilai KMO MSA adalah 0,891, yang lebih besar dari 0,5. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel-variabel dalam analisis dapat dijelaskan dan diuraikan lebih lanjut. Selain itu, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak, yang berarti variabel-variabel tersebut memang dapat diuraikan lebih lanjut.

Data dalam tabel 4.15 mengandung nilai-nilai MSA (*Anti-image Matrices*) untuk masing-masing faktor. Hasilnya menunjukkan bahwa semua nilai MSA untuk indikator faktor (1) hingga (15) memiliki nilai di atas 0,5, dengan nilai masing masing adalah 0,882, 0,957, 0,970, 0,908, 0,910, 0,868, 0,946, 0,890, 0,903, 0,899, 0,921, 0,858, 0,816, 0,859, 0,820. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel-variabel ini dapat dianalisis lebih lanjut dan memiliki relevansi untuk analisis selanjutnya.

*Communalities* digunakan untuk menilai sejauh mana variabel yang digunakan mampu menjelaskan variasi dalam data. Variabel dianggap dapat menjelaskan variasi jika nilai *Extraction*-nya lebih besar dari 0,05. Hasil dalam tabel 4.16 menunjukkan bahwa *value extraction* untuk masing-masing faktor (1) hingga (15) memiliki nilai diatas 0,50 dengan nilai secara berurutan adalah 0,775, 0,741, 0,826, 0,786, 0,790, 0,848, 0,886, 0,724, 0,836, 0,910, 0,841, 0,755, 0,862, 0,733, dan 0,896. Hal ini menindikasikan bahwa variabel-variabel tersebut memiliki kemampuan yang cukup untuk menjelaskan variasi dalam data dan diunakan dalam analisis lebih lanjut.

*Total variance explained* digunakan untuk mengidentifikasi sejauh mana nilai-nilai masing-masing variabel dapat menjelaskan variasi dalam data tersebut. Dalam analisis ini, terdapat 15 variabel yang digunakan, serta ada dua jenis analisis yang digunakan yaitu *intial eigenvalues* dan *extraction sums of squared loadings*. *Intial eigenvalues* digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mungkin terbentuk. Dalam hasil analisis, terdapat dua faktor yang memiliki nilai total *eigenvalues* di atas satu, untuk faktor pertama menjelaskan 74.603% dari variasi, dan faktor kedua menjelaskan sebesar 81.390%. pada faktor seterusnya tidak dilakukan proses karena nilai dari *eigenvalues* kurang dari satu, sehingga tidak mampu mewakili faktor. *Extraction sums of squared loadings* menunjukkan bahwa terdapat dua faktor dengan nilai yang cukup besar, yaitu sebesar

11.190 dan 1.018. ini mengkonfirmasi bahwa terbentuknya dua faktor yang cukup signifikan dalam analisis ini.

Matriks komponen digunakan untuk menunjukkan hubungan antara variabel dengan faktor dalam analisis. Dalam analisis ini, terdapat dua faktor yang dianggap optimal berdasarkan dari tabel 4.18. Terdapat 15 distribusi yang dihubungkan dengan variabel-variabel yang telah diukur. Nilai faktor *loadings*, yang menggambarkan hubungan antara variabel dengan faktor 1 dan 2. Untuk menentukan faktor yang paling relevan, perlu membandingkan nilai faktor *loading* untuk setiap variabel. Dapat dilihat sebagai berikut, hubungan faktor “frustasi” dengan *component* 1 dan 2 adalah 0,949 dan -0,093. Hubungan ini menunjukkan bahwa faktor *loading* terbesar adalah pada *component* 1 (0,949), sehingga faktor tersebut memiliki pengaruh paling signifikan terhadap variabel “frustasi”. Hal yang sama dapat dilakukan untuk variabel-variabel lainnya, jika hubungan faktor memiliki nilai diatas 0,5, maka dapat dianggap kuat, sementara jika nilainya kurang dari 0,5, maka dianggap lemah. Dalam penelitian ini, *component* 1 memiliki faktor *loading* terbesar karena memiliki nilai di atas 0,5.

*Rotated component matrix* digunakan untuk menilai apakah variabel telah sesuai dengan faktor-faktor yang telah terbentuk. Untuk menentukan kesesuaian ini, dapat dilihat melalui nilai hubungan terbesar antara variabel dan faktor. Dalam analisis ini, kita dapat menentukan faktor-faktor yang paling sesuai dengan variabel dengan memeriksa nilai faktor *loading* terbesar untuk masing-masing faktor. Dapat dilihat, pada faktor (1) ditemukan komponen 1 karena memiliki faktor *loading* terbesar dengan nilai sebesar 0,858. Faktor (2) ditemukann pada komponen 1 dengan faktor *loading* terbesar sebesar 0,829, dan seterusnya untuk faktor-faktor lainnya. Dengan melihat nilai faktor *loading* terbesar, kita dapat menentukan hubungan yang paling signifikan antara variabel dan faktor-faktor yang terbentuk dalam analisis komponen. Hal ini membantu dalam menginterpretasikan bagaimana variabel-variabel tertentu dapat berkontribusi terhadap faktor-faktor yang ada dalam analisis tersebut.

Hasil analisis faktor telah mengurangi jumlah faktor menjadi hanya 2 faktor. Dapat dilihat pada faktor 1 terdiri dari pertanyaan takut, kesal, marah, mengecewakan diri sendiri, tertekan, frustasi, tidak nyaman, sakit hati, dan putus asa. Pertanyaan-pertanyaan itu menggambarkan bahwa mahasiswa yang membeli sebuah laptop tidak mengalami perasaan tersebut.

Pada faktor 2 terdiri dari pertanyaan benci, menderita, marah dengan diri sendiri, muak, hampa, dan kecewa dengan diri sendiri. Pertanyaan-petanyaan itu menggambarkan bahwa mahasiswa yang membeli sebuah laptop tidak mengalami perasaan tersebut.

Komponen *transformation matrix* digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana faktor-faktor yang dihasilkan memiliki hubungan yang kuat dengan variabel yang digunakan. Jika nilai korelasi antara faktor dan variabel (*corelation value*) lebih besar dari 0,5, maka faktor tersebut dianggap layak untuk mewakili variabel yang digunakan dalam analisis. Dalam hasil analisis pada tabel 4.20, terdapat 2 komponen. Masing-masing komponen memiliki *correlation value* yang lebih besar dari 0,5, yaitu komponen 1 sebesar 0,754 dan komponen 2 sebesar 0,754. Dengan nilai-nilai korelasi ini yang melebihi batas signifikansi, dapat disimpulkan bahwa kedua faktor dengan nilai terbesar dalam analisis ini dapat mewakili dengan baik 15 faktor yang digunakan dalam penelitian.

Hasil dari analisis faktor pada dimensi *emotional* menunjukkan bahwa faktor penentu utama dalam keputusan mahasiswa untuk membeli sebuah laptop adalah takut. Dalam konteks negatif, hal ini berarti bahwa mahasiswa merasa tidak merasa takut saat membeli sebuah laptop tersebut.

#### 5.4.2 Dimensi *Wisdom of Purchase*

Dari hasil melihat nilai KMO MSA pada tabel 4.21, dapat disimpulkan bahwa nilai KMO MSA adalah 0,806, yang lebih besar dari 0,5. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel-variabel dalam analisis dapat dijelaskan dan diuraikan lebih lanjut. Selain itu, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak, yang berarti variabel-variabel tersebut memang dapat diuraikan lebih lanjut.

Data dalam tabel 4.22 mengandung nilai-nilai MSA (*Anti-image Matrices*) untuk masing-masing faktor. Hasilnya menunjukkan bahwa semua nilai MSA untuk indikator faktor (16) hingga (19) memiliki nilai di atas 0,5, dengan nilai masing masing adalah 0,834, 0,896, 0,772, dan 0,771. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel-variabel ini dapat dianalisis lebih lanjut dan memiliki relevansi untuk analisis selanjutnya.

*Communalities* digunakan untuk menilai sejauh mana variabel yang digunakan mampu menjelaskan variasi dalam data. Variabel dianggap dapat menjelaskan variasi jika



nilai *Extraction*-nya lebih besar dari 0,05. Hasil dalam tabel 4.23 menunjukkan bahwa *value extraction* untuk masing-masing faktor (16) hingga (19) memiliki nilai diatas 0,50 dengan nilai secara berurutan adalah 0,718, 0,516, 0,785, dan 0,769. Hasil ini menindikasikan bahwa variabel-variabel tersebut memiliki kemampuan yang cukup untuk menjelaskan variasi dalam data dan digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Total *variance explained* digunakan untuk mengidentifikasi sejauh mana nilai-nilai masing-masing variabel dapat menjelaskan variasi dalam data tersebut. Dalam analisis ini, terdapat 4 variabel yang digunakan, serta ada dua jenis analisis yang digunakan yaitu *intial eigenvalues* dan *extraction sums of squared loadings*. *Intial eigenvalues* digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mungkin terbentuk. Dalam hasil analisis, terdapat satu faktor yang memiliki nilai total *eigenvalues* di atas satu, untuk faktor pertama menjelaskan 69.710% dari variasi. pada faktor seterusnya tidak dilakukan proses karena nilai dari *eigenvalues* kurang dari satu, sehingga tidak mampu mewakili faktor. *Extraction sums of squared loadings* menunjukkan bahwa terdapat satu faktor dengan nilai yang cukup besar, yaitu sebesar 2.788. ini mengkonfirmasi bahwa terbentuknya satu faktor yang cukup signifikan dalam analisis ini.

Matriks komponen digunakan untuk menunjukkan hubungan antara variabel dengan faktor dalam analisis. Dalam analisis ini, berdasarkan dari tabel 4.25 terdapat 4 distribusi yang dihubungkan dengan variabel-variabel yang telah diukur. Nilai faktor *loadings*, yang menggambarkan hubungan variabel dengan satu faktor. Faktor tersebut memiliki pengaruh paling signifikan terhadap variabel "Sangat membutuhkan pilihan ini". Hal yang sama dapat dilakukan untuk variabel-variabel lainnya, jika hubungan faktor memiliki nilai diatas 0,5, maka dapat dianggap kuat, sementara jika nilainya kurang dari 0,5, maka dianggap lemah.

Hasil dari analisis faktor pada dimensi *wisdom of purchase* menunjukkan bahwa faktor penentu utama dalam keputusan mahasiswa untuk membeli sebuah laptop adalah merasa sangat membutuhkan pilihan ini. Hal ini berarti bahwa mahasiswa merasa sangat membutuhkan pilihan ini saat membeli sebuah laptop.

#### 5.4.3 Dimensi *Concern Over Deal*

Dari hasil melihat nilai KMO MSA pada tabel 4.26, dapat disimpulkan bahwa nilai KMO MSA adalah 0,712, yang lebih besar dari 0,5. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel-variabel dalam analisis dapat dijelaskan dan diuraikan lebih lanjut. Selain itu, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak, yang berarti variabel-variabel tersebut memang dapat diuraikan lebih lanjut.

Data dalam tabel 4.27 mengandung nilai-nilai MSA (*Anti-image Matrices*) untuk masing-masing faktor. Hasilnya menunjukkan bahwa semua nilai MSA untuk indikator faktor (20) hingga (22) memiliki nilai di atas 0,5, dengan nilai masing masing adalah 0,839, 0,656, dan 0,687. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel-variabel ini dapat dianalisis lebih lanjut dan memiliki relevansi untuk analisis selanjutnya.

*Communalities* digunakan untuk menilai sejauh mana variabel yang digunakan mampu menjelaskan variasi dalam data. Variabel dianggap dapat menjelaskan variasi jika nilai *Extraction*-nya lebih besar dari 0,05. Hasil dalam tabel 4.28 menunjukkan bahwa *value extraction* untuk masing-masing faktor (20) hingga (22) memiliki nilai diatas 0,50 dengan nilai secara berurutan adalah 0,738, 0,874, dan 0,840. Hal ini menindikasikan bahwa variabel-variabel tersebut memiliki kemampuan yang cukup untuk menjelaskan variasi dalam data dan digunakan dalam analisis lebih lanjut.

*Total variance explained* digunakan untuk mengidentifikasi sejauh mana nilai-nilai masing-masing variabel dapat menjelaskan variasi dalam data tersebut. Dalam analisis ini, terdapat 3 variabel yang digunakan, serta ada dua jenis analisis yang digunakan yaitu *intial eigenvalues* dan *extraction sums of squared loadings*. *Intial eigenvalues* digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mungkin terbentuk. Dalam hasil analisis, terdapat satu faktor yang memiliki nilai total *eigenvalues* di atas satu, untuk faktor pertama menjelaskan 81.713% dari variasi. pada faktor seterusnya tidak dilakukan proses karena nilai dari *eigenvalues* kurang dari satu, sehingga tidak mampu mewakili faktor. *Extraction sums of squared loadings* menunjukkan bahwa terdapat satu faktor dengan nilai yang cukup besar, yaitu sebesar 2.451. ini mengkonfirmasi bahwa terbentuknya satu faktor yang cukup signifikan dalam analisis ini.

Matriks komponen digunakan untuk menunjukkan hubungan antara variabel dengan faktor dalam analisis. Dalam analisis ini, berdasarkan dari tabel 4.30. Terdapat 3 distribusi yang dihubungkan dengan variabel-variabel yang telah diukur. Nilai faktor *loadings*, yang menggambarkan hubungan variabel dengan satu faktor. Faktor tersebut memiliki pengaruh paling signifikan terhadap variabel “Tertipu dengan pilhan sendiri”. Hal yang sama dapat dilakukan untuk variabel-variabel lainnya, jika hubungan faktor memiliki nilai diatas 0,5, maka dapat dianggap kuat, sementara jika nilainya kurang dari 0,5, maka dianggap lemah.

Hasil dari analisis faktor pada dimensi *concern over deal* menunjukkan bahwa faktor penentu utama dalam keputusan mahasiswa untuk membeli sebuah laptop adalah tertipu dengan pilihan sendiri. Dalam konteks negatif, hal ini berarti bahwa mahasiswa merasa tidak merasa tertipu dengan pilihan sendiri saat membeli sebuah laptop.

## **5.5 Analisi Uji Regresi Linier Berganda dari Setiap Spesifikasi Laptop**

### **5.5.1 Analisis Uji Regresi Linier dari Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 500 GB**

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa sebelum melakukan uji regresi linier, harus melalui tahapan uji asumsi klasik. Tahapan ini melibatkan uji normalitas, uji koloneritas, dan uji heteroskedastisitas. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa dara telah sesuai dengan distribusi normal, seperti yang dapat dilihat dari plot P-P. dengan demikian, asumsi uji normalitas telah terpenuhi, dan model regresi dapat digunakan. Selanjutnya, dalam uji multikolinearitas, ditemukan bahwa tidak ada variabel independent yang memiliki nilai VIF lebih dari 10, dan tidak ada variabel independent yang memiliki nilai tolerance kurang dari 0,1. Ini menunjukkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas dalam model regrsi. Uji terakhir adalah uji heteroskedastisitas, yang menunjukkan bahwa data tidak menunjukkan pola tertentu dan tersebar secara merata di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas dalam model regresi. Berdasar kan hasil uji asumsi klasik, menunjukkan bahwa model regresi ini telah memenuhi asumsi-asumsi yang diperlukan dan dapat digunakan secara tepat.

Kemudian, langkah selanjutnya adalah melakukan uji regresi linier berganda. Uji ini bertujuan untuk mengidentifikasi arah hubungan antara variabel independent dan

variabel dependen, apakah hubungan tersebut bersifat positif atau negatif. Selain itu, uji ini juga berguna untuk memprediksi nilai dari variabel dependen jika terjadi penurunan atau kenaikan pada variabel independent. Hasil dari uji regresi linier berganda menunjukkan persamaan regresi untuk spesifikasi laptop Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 500 GB.

$$Y = 2.075 - 0.036X_1 + 0,170X_2 - 0,084X_3 + e$$

Nilai konstanta sebesar 2.075 menunjukkan bahwa Ketika variabel disonansi kognitif dianggap tetap atau konstan, maka akan mempengaruhi tingkat kepuasan dalam membeli sebuah laptop spesifikasi Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 500 GB. Namun, untuk variabel-variabel dalam dimensi *emotional* memiliki hubungan negatif terhadap tingkat kepuasan dalam dalam membeli sebuah laptop, *wisdom of purchase* memiliki hubungan positif terhadap tingkat kepuasan dalam dalam membeli sebuah laptop, dan *concern over deal* memiliki hubungan negatif terhadap tingkat kepuasan dalam dalam membeli sebuah laptop Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 500 GB.

Langkah selanjutnya adalah menentukan apakah masing-masing indikator dari variabel independent memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hal ini dilakukan dengan menggunakan uji T. Hasil dari uji T dengan bantuan dari *software* SPSS menunjukkan bahwa pada dimensi disonansi kognitif, tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepausan membeli sebuah laptop untuk dimensi *concern over deal*. Pada dimensi *emotional* dan *wisdom of purchase*, menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan terhadap kepuasan membeli sebuah laptop.

Setelah uji T, tahap berikutnya adalah uji F atau uji analisis *varians* (ANOVA), yang digunakan untuk menguji apakah variabel independent secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Hasil dari uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung adalah 43.460 lebih besar dari pada nilai F tabel 2,99, dan probabilitas (p-value) adalah 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa nilai F-hitung lebih besar daripada nilai F-tabel, dan hasilnya menunjukkan bahwa seluruh variabel independent memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Kemudian, Ketika dilakukan perhitungan untuk koefisien determinasi, diperoleh hasil sebesar 0,922. Hasil ini dapat diinterpretasikan sebagai bahwa hubungan atau

korelasi antara dimensi *concern ove deal*, *emotional*, dan *wisdom of purchase* memiliki pengaruh yang tinggi atau kuat terhadap tingkat kepuasan dalam membeli sebuah laptop dengan spesifikasi Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 500 GB. Selanjutnya, nilai koefisien determinasi sebesar 0,850 mengindikasikan bahwa 85% dari variasi dalam tingkat kepuasan menggunakan laptop dapat dijelaskan oleh dimensi *concern over deal*, *emotional*, dan *wisdom of purchase*. Sementara itu, sekitar 15% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam analisis.

Hasil dari Uji Regresi Linier menyimpulkan bahwa dimensi *emotional*, *concern over deal*, dan *wisdom of purchase* memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan dalam menggunakan laptop dengan spesifikasi Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 500 GB.

#### 5.5.2 Analisis Uji Regresi Linier dari Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 4 GB, 256 GB

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa sebelum melakukan uji regresi linier, harus melalui tahapan uji asumsi klasik. Tahapan ini melibatkan uji normalitas, uji koloneritas, dan uji heteroskedastisitas. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data telah sesuai dengan distribusi normal, seperti yang dapat dilihat dari plot P-P. dengan demikian, asumsi uji normalitas telah terpenuhi, dan model regresi dapat digunakan. Selanjutnya, dalam uji multikolinearitas, ditemukan bahwa tidak ada variabel independent yang memiliki nilai VIF lebih dari 10, dan tidak ada variabel independent yang memiliki nilai tolerance kurang dari 0,1. Ini menunjukkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas dalam model regresi. Uji terakhir adalah uji heteroskedastisitas, yang menunjukkan bahwa data tidak menunjukkan pola tertentu dan tersebar secara merata di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas dalam model regresi. Berdasarkan hasil uji asumsi klasik, menunjukkan bahwa model regresi ini telah memenuhi asumsi-asumsi yang diperlukan dan dapat digunakan secara tepat.

Kemudian, langkah selanjutnya adalah melakukan uji regresi linier berganda. Uji ini bertujuan untuk mengidentifikasi arah hubungan antara variabel independent dan variabel dependen, apakah hubungan tersebut bersifat positif atau negatif. Selain itu, uji

ini juga berguna untuk memprediksi nilai dari variabel dependen jika terjadi penurunan atau kenaikan pada variabel independent. Hasil dari uji regresi linier berganda menunjukkan persamaan regresi untuk spesifikasi laptop Intel/AMD/M, RAM 4 GB, 256 GB.

$$Y = 1.921 - 0.012X_1 + 0,179X_2 - 0,126X_3 + e$$

Nilai konstanta sebesar 1.921 menunjukkan bahwa Ketika variabel disonansi kognitif dianggap tetap atau konstan, maka akan mempengaruhi tingkat kepuasan dalam membeli sebuah laptop spesifikasi Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 500 GB. Namun, untuk variabel-variabel dalam dimensi *emotional* memiliki hubungan negatif terhadap tingkat kepuasan dalam dalam membeli sebuah laptop, *wisdom of purchase* memiliki hubungan positif terhadap tingkat kepuasan dalam dalam membeli sebuah laptop, dan *concern over deal* memiliki hubungan negatif terhadap tingkat kepuasan dalam dalam membeli sebuah laptop Intel/AMD/M, RAM 4 GB, 256 GB.

Langkah selanjutnya adalah menentukan apakah masing-masing indikator dari variabel independent memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hal ini dilakukan dengan menggunakan uji T. hasil dari uji T dengan bantuan dari *software* SPSS menunjukkan bahwa pada dimensi disonansi kognitif, tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepausan membeli sebuah laptop untuk dimensi *emotional*. Pada dimensi *concern over deal* dan *wisdom of purchase*, menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan terhadap kepuasan membeli sebuah laptop.

Setelah uji T, tahap berikutnya adalah uji F atau uji analisis *varians* (ANOVA), yang digunakan untuk menguji apakah variabel independent secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Hasil dari uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung adalah 136.186 lebih besar dari pada nilai F tabel 2,99, dan probabilitas (p-value) adalah 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa nilai F-hitung lebih besar daripada nilai F-tabel, dan hasilnya menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Kemudian, Ketika dilakukan perhitungan untuk koefisien determinasi, diperoleh hasil sebesar 0,995. Hasil ini dapat diinterpretasikan sebagai bahwa hubungan atau korelasi antara dimensi *concern over deal*, *emotional*, dan *wisdom of purchase* memiliki

pengaruh yang tinggi atau kuat terhadap tingkat kepuasan dalam membeli sebuah laptop dengan spesifikasi Intel/AMD/M, RAM 4 GB, 256 GB. Selanjutnya, nilai koefisien determinasi sebesar 0,990 mengindikasikan bahwa 99% dari variasi dalam tingkat kepuasan menggunakan laptop dapat dijelaskan oleh dimensi *concern over deal*, *emotional*, dan *wisdom of purchase*. Sementara itu, sekitar 1% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam analisis.

Hasil dari Uji Regresi Linier menyimpulkan bahwa dimensi *emotional*, *concern over deal*, dan *wisdom of purchase* memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan dalam menggunakan laptop dengan spesifikasi Intel/AMD/M, RAM 4 GB, 256 GB.

### 5.5.3 Analisis Uji Regresi Linier dari Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 1 TB

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa sebelum melakukan uji regresi linier, harus melalui tahapan uji asumsi klasik. Tahapan ini melibatkan uji normalitas, uji koloneritas, dan uji heteroskedastisitas. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data telah sesuai dengan distribusi normal, seperti yang dapat dilihat dari plot P-P. dengan demikian, asumsi uji normalitas telah terpenuhi, dan model regresi dapat digunakan. Selanjutnya, dalam uji multikolinearitas, ditemukan bahwa tidak ada variabel independent yang memiliki nilai VIF lebih dari 10, dan tidak ada variabel independent yang memiliki nilai tolerance kurang dari 0,1. Ini menunjukkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas dalam model regresi. Uji terakhir adalah uji heteroskedastisitas, yang menunjukkan bahwa data tidak menunjukkan pola tertentu dan tersebar secara merata di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas dalam model regresi. Berdasarkan hasil uji asumsi klasik, menunjukkan bahwa model regresi ini telah memenuhi asumsi-asumsi yang diperlukan dan dapat digunakan secara tepat.

Kemudian, langkah selanjutnya adalah melakukan uji regresi linier berganda. Uji ini bertujuan untuk mengidentifikasi arah hubungan antara variabel independent dan variabel dependen, apakah hubungan tersebut bersifat positif atau negatif. Selain itu, uji ini juga berguna untuk memprediksi nilai dari variabel dependen jika terjadi penurunan

atau kenaikan pada variabel independent. Hasil dari uji regresi linier berganda menunjukkan persamaan regresi untuk spesifikasi laptop Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 1 TB.

$$Y = 2.091 - 0.005X_1 + 0,160X_2 - 0,195X_3 + e$$

Nilai konstanta sebesar 1.921 menunjukkan bahwa Ketika variabel disonansi kognitif dianggap tetap atau konstan, maka akan mempengaruhi tingkat kepuasan dalam membeli sebuah laptop spesifikasi Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 1 TB. Namun, untuk variabel-variabel dalam dimensi *emotional* memiliki hubungan negatif terhadap tingkat kepuasan dalam dalam membeli sebuah laptop, *wisdom of purchase* memiliki hubungan positif terhadap tingkat kepuasan dalam dalam membeli sebuah laptop, dan *concern over deal* memiliki hubungan negatif terhadap tingkat kepuasan dalam dalam membeli sebuah laptop Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 1 TB.

Langkah selanjutnya adalah menentukan apakah masing-masing indikator dari variabel independent memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hal ini dilakukan dengan menggunakan uji T. hasil dari uji T dengan bantuan dari *software* SPSS menunjukkan bahwa pada dimensi disonansi kognitif, tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepausan membeli sebuah laptop untuk dimensi *emotional*. Pada dimensi *concern over deal* dan *wisdom of purchase*, menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan terhadap kepuasan membeli sebuah laptop.

Setelah uji T, tahap berikutnya adalah uji F atau uji analisis *varians* (ANOVA), yang digunakan untuk menguji apakah variabel independent secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Hasil dari uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung adalah 30.437 lebih besar dari pada nilai F tabel 2,99, dan probabilitas (p-value) adalah 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa nilai F-hitung lebih besar daripada nilai F-tabel, dan hasilnya menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Kemudian, Ketika dilakukan perhitungan untuk koefisien determinasi, diperoleh hasil sebesar 0,954. Hasil ini dapat diinterpretasikan sebagai bahwa hubungan atau korelasi antara dimensi *concern over deal*, *emotional*, dan *wisdom of purchase* memiliki pengaruh yang tinggi atau kuat terhadap tingkat kepuasan dalam membeli sebuah laptop dengan spesifikasi Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 1 TB. Selanjutnya, nilai koefisien



determinasi sebesar 0,910 mengindikasikan bahwa 91% dari variasi dalam tingkat kepuasan menggunakan laptop dapat dijelaskan oleh dimensi *concern over deal*, *emotional*, dan *wisdom of purchase*. Sementara itu, sekitar 9% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam analisis.

Hasil dari Uji Regresi Linier menyimpulkan bahwa dimensi *emotional*, *concern over deal*, dan *wisdom of purchase* memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan dalam menggunakan laptop dengan spesifikasi Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 1 TB.

#### 5.5.4 Analisis Uji Regresi Linier dari Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 500 GB

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa sebelum melakukan uji regresi linier, harus melalui tahapan uji asumsi klasik. Tahapan ini melibatkan uji normalitas, uji koloneritas, dan uji heteroskedastisitas. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data telah sesuai dengan distribusi normal, seperti yang dapat dilihat dari plot P-P. dengan demikian, asumsi uji normalitas telah terpenuhi, dan model regresi dapat digunakan. Selanjutnya, dalam uji multikolinearitas, ditemukan bahwa tidak ada variabel independent yang memiliki nilai VIF lebih dari 10, dan tidak ada variabel independent yang memiliki nilai tolerance kurang dari 0,1. Ini menunjukkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas dalam model regresi. Uji terakhir adalah uji heteroskedastisitas, yang menunjukkan bahwa data tidak menunjukkan pola tertentu dan tersebar secara merata di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas dalam model regresi. Berdasarkan hasil uji asumsi klasik, menunjukkan bahwa model regresi ini telah memenuhi asumsi-asumsi yang diperlukan dan dapat digunakan secara tepat.

Kemudian, langkah selanjutnya adalah melakukan uji regresi linier berganda. Uji ini bertujuan untuk mengidentifikasi arah hubungan antara variabel independent dan variabel dependen, apakah hubungan tersebut bersifat positif atau negatif. Selain itu, uji ini juga berguna untuk memprediksi nilai dari variabel dependen jika terjadi penurunan atau kenaikan pada variabel independent. Hasil dari uji regresi linier berganda

menunjukkan persamaan regresi untuk spesifikasi laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 500 GB.

$$Y = -2.768 + 0.105X_1 + 0,352X_2 - 0,265X_3 + e$$

Nilai konstanta sebesar -2.768 menunjukkan bahwa Ketika variabel disonansi kognitif dianggap tetap atau konstan, maka akan mempengaruhi tingkat kepuasan dalam membeli sebuah laptop spesifikasi Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 500 GB. Namun, untuk variabel-variabel dalam dimensi *emotional* memiliki hubungan positif terhadap tingkat kepuasan dalam dalam membeli sebuah laptop, *wisdom of purchase* memiliki hubungan positif terhadap tingkat kepuasan dalam dalam membeli sebuah laptop, dan *concern over deal* memiliki hubungan negatif terhadap tingkat kepuasan dalam dalam membeli sebuah laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 500 GB.

Langkah selanjutnya adalah menentukan apakah masing-masing indikator dari variabel independent memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hal ini dilakukan dengan menggunakan uji T. hasil dari uji T dengan bantuan dari *software* SPSS menunjukkan bahwa pada dimensi disonansi kognitif, untuk dimensi *emotional*, *concern over deal*, dan *wisdom of purchase*, menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan terhadap kepuasan membeli sebuah laptop.

Setelah uji T, tahap berikutnya adalah uji F atau uji analisis *varians* (ANOVA), yang digunakan untuk menguji apakah variabel independent secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Hasil dari uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung adalah 80.360 lebih besar dari pada nilai F tabel 2,99, dan probabilitas (p-value) adalah 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa nilai F-hitung lebih besar daripada nilai F-tabel, dan hasilnya menunjukkan bahwa seluruh variabel independent memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Kemudian, Ketika dilakukan perhitungan untuk koefisien determinasi, diperoleh hasil sebesar 0,990. Hasil ini dapat diinterpretasikan sebagai bahwa hubungan atau korelasi antara dimensi *concern over deal*, *emotional*, dan *wisdom of purchase* memiliki pengaruh yang tinggi atau kuat terhadap tingkat kepuasan dalam membeli sebuah laptop dengan spesifikasi Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 500 GB. Selanjutnya, nilai koefisien determinasi sebesar 0,980 mengindikasikan bahwa 98% dari variasi dalam tingkat

kepuasan menggunakan laptop dapat dijelaskan oleh dimensi *concern over deal*, *emotional*, dan *wisdom of purchase*. Sementara itu, sekitar 2% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam analisis.

Hasil dari Uji Regresi Linier menyimpulkan bahwa dimensi *emotional*, *concern over deal*, dan *wisdom of purchase* memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan dalam menggunakan laptop dengan spesifikasi Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 500 GB.

#### 5.5.5 Uji Regresi Linier dari Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 1 TB

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa sebelum melakukan uji regresi linier, harus melalui tahapan uji asumsi klasik. Tahapan ini melibatkan uji normalitas, uji koloneritas, dan uji heteroskedastisitas. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data telah sesuai dengan distribusi normal, seperti yang dapat dilihat dari plot P-P. dengan demikian, asumsi uji normalitas telah terpenuhi, dan model regresi dapat digunakan. Selanjutnya, dalam uji multikolinearitas, ditemukan bahwa tidak ada variabel independent yang memiliki nilai VIF lebih dari 10, dan tidak ada variabel independent yang memiliki nilai tolerance kurang dari 0,1. Ini menunjukkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas dalam model regresi. Uji terakhir adalah uji heteroskedastisitas, yang menunjukkan bahwa data tidak menunjukkan pola tertentu dan tersebar secara merata di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas dalam model regresi. Berdasarkan hasil uji asumsi klasik, menunjukkan bahwa model regresi ini telah memenuhi asumsi-asumsi yang diperlukan dan dapat digunakan secara tepat.

Kemudian, langkah selanjutnya adalah melakukan uji regresi linier berganda. Uji ini bertujuan untuk mengidentifikasi arah hubungan antara variabel independent dan variabel dependen, apakah hubungan tersebut bersifat positif atau negatif. Selain itu, uji ini juga berguna untuk memprediksi nilai dari variabel dependen jika terjadi penurunan atau kenaikan pada variabel independent. Hasil dari uji regresi linier berganda menunjukkan persamaan regresi untuk spesifikasi laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 1 TB.

$$Y = 1.709 - 0.057X_1 + 0,204X_2 - 0,058X_3 + e$$

Nilai konstanta sebesar 1.709 menunjukkan bahwa Ketika variabel disonansi kognitif dianggap tetap atau konstan, maka akan mempengaruhi tingkat kepuasan dalam membeli sebuah laptop spesifikasi Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 1 TB. Namun, untuk variabel-variabel dalam dimensi *emotional* memiliki hubungan negatif terhadap tingkat kepuasan dalam dalam membeli sebuah laptop, *wisdom of purchase* memiliki hubungan positif terhadap tingkat kepuasan dalam dalam membeli sebuah laptop, dan *concern over deal* memiliki hubungan negatif terhadap tingkat kepuasan dalam dalam membeli sebuah laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 1 TB.

Langkah selanjutnya adalah menentukan apakah masing-masing indikator dari variabel independent memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hal ini dilakukan dengan menggunakan uji T. Hasil dari uji T dengan bantuan dari *software* SPSS menunjukkan bahwa pada dimensi disonansi kognitif, tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan membeli sebuah laptop untuk dimensi *emotional* dan *concern over deal*. Pada *wisdom of purchase*, menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan terhadap kepuasan membeli sebuah laptop.

Setelah uji T, tahap berikutnya adalah uji F atau uji analisis *varians* (ANOVA), yang digunakan untuk menguji apakah variabel independent secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Hasil dari uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung adalah 13.273 lebih besar dari pada nilai F tabel 2,99, dan probabilitas (p-value) adalah 0,003 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa nilai F-hitung lebih besar daripada nilai F-tabel, dan hasilnya menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Kemudian, Ketika dilakukan perhitungan untuk koefisien determinasi, diperoleh hasil sebesar 0,922. Hasil ini dapat diinterpretasikan sebagai bahwa hubungan atau korelasi antara dimensi *concern over deal*, *emotional*, dan *wisdom of purchase* memiliki pengaruh yang tinggi atau kuat terhadap tingkat kepuasan dalam membeli sebuah laptop dengan spesifikasi Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 1 TB. Selanjutnya, nilai koefisien determinasi sebesar 0,850 mengindikasikan bahwa 85% dari variasi dalam tingkat kepuasan menggunakan laptop dapat dijelaskan oleh dimensi *concern over deal*, *emotional*, dan *wisdom of purchase*. Sementara itu, sekitar 15% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam analisis.

Hasil dari Uji Regresi Linier menyimpulkan bahwa dimensi *emotional*, *concern over deal*, dan *wisdom of purchase* memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan dalam menggunakan laptop dengan spesifikasi Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 1 TB.

#### 5.5.6 Rangkuman Hasil Uji Regresi Linier Pada Setiap Spesifikasi Laptop

Hasil uji regresi linier dari setiap spesifikasi laptop menunjukkan perbedaan yang signifikan dalam pengaruh variabel-variabel independent terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil uji F, uji T, dan Uji R dari masing-masing spesifikasi laptop yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini, sebagai berikut.

Tabel 5.1 Rangkuman Hasil Uji T, Uji F, dan Uji R Spesifikasi Laptop Teknik Industri UII

Spesifikasi Laptop	Uji T			Uji F	Uji R (R Square)
	Dimensi <i>Emotional</i>	Dimensi <i>Wisdom of Purchase</i>	Dimensi <i>Concern Over Deal</i>		
Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 500 GB	0,000	0,001	0,092	43.460	0,850
Intel/AMD/M, RAM 4 GB, 256 GB	0,412	0,011	0,008	136.186	0,990
Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 1 TB	0,800	0,001	0,027	30.437	0,910
Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 500 GB	0,008	0,001	0,000	80.360	0,980
Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 1 TB	0,363	0,022	0,450	13.273	0,850

Hasil uji regresi linier berganda dari masing-masing spesifikasi laptop, dapat dilihat pada tabel dibawah ini, sebagai berikut.

Tabel 5.2 Hasil uji regresi linier berganda masing-masing spesifikasi Laptop

Spesifikasi Laptop	Uji Regresi Linier Berganda
Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 500 GB	$Y = 2.075 - 0.036X_1 + 0,170X_2 - 0,084X_3 + e$

Spesifikasi Laptop	Uji Regresi Linier Berganda
Intel/AMD/M, RAM 4 GB, 256 GB	$Y = 1.921 - 0.012X_1 + 0,179X_2 - 0,126X_3 + e$
Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 1 TB	$Y = 2.091 - 0.005X_1 + 0,160X_2 - 0,195X_3 + e$
Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 500 GB	$Y = -2.768 + 0.105X_1 + 0,352X_2 - 0,265X_3 + e$
Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 1 TB	$Y = 1.709 - 0.057X_1 + 0,204X_2 - 0,058X_3 + e$

Setelah menganalisis data dari setiap spesifikasi laptop, hasil uji F dan uji T dianalisis dengan mempertimbangkan kriteria statistik t (Amin and Yanti 2021):

1. Jika nilai sig. uji t > 0,05, maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, ini menunjukkan bahwa variabel independent tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai sig. uji t < 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, ini menunjukkan bahwa variabel independent memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Dengan demikian, kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 500 GB dan Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 500 GB yang memperlihatkan pengaruh variable dalam setiap dimensi yang diuji, yani dimensi *emotional*, *concern over deal*, dan *Wisdom of Purchase*. Hasil ini juga diperkuat oleh nilai koefisien determinasi (uji  $R^2$ ) masing-masing spesifikasi laptop secara berurutan adalah sebesar 0,850, dan 0,980 yang mengindikasikan bahwa dimensi *emotional*, *concern over deal*, dan *wisdom of purchase* memberikan pengaruh masing-masing sebesar 85% dan 98%.

Berdasarkan hasil dari wawancara, dapat disimpulkan bahwa para mahasiswa Angkatan 2019 Teknik Industri yang membeli laptop merasa bahwa keputusan pembelian tersebut adalah keputusan yang telah mereka pertimbangkan dengan matang. Mereka merasa puas dengan pilihan tersebut dan tidak mengalami keraguan. Beberapa diantara mereka bahkan bahwa jika mereka tidak membeli laptop dengan spesifikasi tersebut, mereka mungkin akan menyesal karena merasa bahwa laptop sangat berguna dalam mendukung studi dan tugas yang dikerjakan. Selain itu, memiliki laptop memberikan

mereka manfaat yang dianggap sangat berharga. Dengan demikian, disonansi kognitif memiliki pengaruh terhadap kepuasan dalam pembelian sebuah laptop.

## 5.6 Rekomendasi Untuk Setiap Spesifikasi Laptop

### 5.6.1 Rekomendasi untuk Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 500 GB

Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 500 GB adalah spesifikasi pada laptop yang digunakan oleh Mahasiswa Teknik Industri Angkatan 2019, yang sangat berguna dalam mendukung studi dan tugas yang dikerjakan. Dapat dilihat Intel/AMD/M, merupakan pilihan prosesor yang merupakan otak dari laptop yang mempengaruhi kinerja dan kecepatan dari komputasi. Ram 8 GB mengindikasikan sejauh mana laptop mampu menangani *software* dan tugas secara bersamaan tanpa mengalami keterlambatan, kapasitas penyimpanan 500 GB mengacu pada jumlah ruang penyimpanan yang tersedia untuk menyimpan file, dokumen, program, dan data lainnya pada laptop.

Jumlah pembelian laptop oleh mahasiswa setiap tahunnya bervariasi, tergantung pada kebutuhan dan preferensi masing-masing mahasiswa. Mahasiswa yang membeli laptop memiliki tujuan dan tugas-tugas yang beragam, seperti memilih laptop yang sesuai dengan kebutuhan akademis mahasiswa tersebut, mengikuti perkembangan teknologi, laptop lama mengalami kerusakan, arahan dari orang tua, dan arahan dari teman.

Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi dalam memilih untuk membeli laptop, berdasarkan analisis faktor, dapat diketahui bahwa faktor yang paling berpengaruh dalam dimensi *emotional* adalah tidak merasa takut. Berdasarkan hasil dari wawancara yang dilakukan secara langsung pada salah satu mahasiswa Angkatan 2019 yang membeli laptop, ia berpendapat bahwa ketika membeli laptop, ia merasa tidak sendiri berdasarkan pilihan yang telah dibuat, merasa sesuai dengan apa yang diharapkan, oleh karena itu tidak merasa takut atau lebih proper saat menggunakan laptop. Namun ada beberapa mahasiswa yang merasa marah karena mahasiswa tersebut merasa terpaksa dalam membeli sebuah laptop dengan alasan laptop lama mengalami kerusakan.

Selanjutnya, dalam hal dimensi *wisdom of purchase*, faktor yang memiliki pengaruh terbesar adalah hal ini berarti bahwa mahasiswa merasa sangat membutuhkan pilihan ini. Para mahasiswa merasa sangat membutuhkan laptop ini dan yakin bahwa pembelian laptop ini adalah keputusan yang tepat. Hal ini juga disebabkan oleh

kebutuhan mahasiswa akan laptop dalam mengerjakan tugas, baik keperluan akademik maupun kehidupan sehari-hari. Mahasiswa merasa bahwa laptop sangat penting dan menjadi pilihan yang sangat diperlukan dalam kehidupan mahasiswa.

Terakhir untuk dimensi, yaitu *Concern Over Deal*, berdasarkan hasil analisis faktor, faktor yang paling mempengaruhi adalah mahasiswa yang membeli laptop merasa tidak tertipu saat memutuskan untuk membeli laptop. Mahasiswa merasa yakin dengan pilihan tersebut, merasa senang dalam proses pembelian, dan merasa puas terhadap keputusan tersebut.

Sistem rekomendasi adalah suatu model aplikasi yang memberikan rekomendasi yang sesuai dengan preferensi mahasiswa dan membantu mahasiswa membuat keputusan yang tepat dalam memilih produk yang akan dibeli, hal ini didasarkan pada pengamatan terhadap kebutuhan dan preferensi mahasiswa (Shodik, Neneng, and Ahmad 2019). Rekomendasi yang dapat diberikan ketika seseorang merasa marah dalam dirinya, itu menunjukkan suatu keadaan emosi yang kurang menyenangkan yang timbul dari pengalaman subjektif seseorang, baik terhadap orang lain maupun terhadap situasi yang tidak menyenangkan (Ahmad 2019). Ketika ada mahasiswa yang merasa marah karena mahasiswa tersebut merasa terpaksa dalam membeli sebuah laptop dengan alasan laptop lama mengalami kerusakan, maka mahasiswa tersebut dapat dikatakan mengalami disonansi kognitif, dimana tindakan yang seharusnya diambil adalah melakukan evaluasi dengan opsi perbaikan laptop lama atau melakukan konsultasi dengan ahli di bidang teknologi atau teman yang berpengalaman untuk mendapatkan saran yang lebih terperinci sebelum membuat keputusan pembelian laptop tersebut.

#### 5.6.2 Rekomendasi untuk Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 4 GB, 256 GB

Intel/AMD/M, RAM 4 GB, 256 GB adalah spesifikasi pada laptop yang digunakan oleh Mahasiswa Teknik Industri Angkatan 2019, yang sangat berguna dalam mendukung studi dan tugas yang dikerjakan. Dapat dilihat Intel/AMD/M, merupakan pilihan prosesor yang merupakan otak dari laptop yang mempengaruhi kinerja dan kecepatan dari komputasi. Ram 4 GB mengindikasikan sejauh mana laptop mampu menangani *software* dan tugas secara bersamaan tanpa mengalami keterlambatan, kapasitas penyimpanan



256 GB mengacu pada jumlah ruang penyimpanan yang tersedia untuk menyimpan file, dokumen, program, dan data lainnya pada laptop.

Jumlah pembelian laptop oleh mahasiswa setiap tahunnya bervariasi, tergantung pada kebutuhan dan preferensi masing-masing mahasiswa. Mahasiswa yang membeli laptop memiliki tujuan dan tugas-tugas yang beragam, seperti memilih laptop yang sesuai dengan kebutuhan akademis mahasiswa tersebut, mengikuti perkembangan teknologi, laptop lama mengalami kerusakan, arahan dari orang tua, dan arahan dari teman.

Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi dalam memilih untuk membeli laptop, berdasarkan analisis faktor, dapat diketahui bahwa faktor yang paling berpengaruh dalam dimensi *emotional* adalah tidak merasa takut. Berdasarkan hasil dari wawancara yang dilakukan secara langsung pada salah satu mahasiswa Angkatan 2019 yang membeli laptop, ia berpendapat bahwa ketika membeli laptop, ia merasa puas dengan pilihan yang telah dibuat, merasa sesuai dengan apa yang diharapkan, oleh karena itu tidak merasa takut atau lebih proper saat menggunakan laptop. Namun ada beberapa mahasiswa yang membenci pilihan sendiri karena laptop tersebut tidak sesuai dengan ekspektasi kebutuhan kuliah atau tidak memumpuni untuk jurusan mahasiswa tersebut, alasan dalam membeli laptop adalah untuk kebutuhan kuliah.

Selanjutnya, dalam hal dimensi *wisdom of purchase*, faktor yang memiliki pengaruh terbesar adalah hal ini berarti bahwa mahasiswa merasa sangat membutuhkan pilihan ini. Para mahasiswa merasa sangat membutuhkan laptop ini dan yakin bahwa pembelian laptop ini adalah keputusan yang tepat. Hal ini juga disebabkan oleh kebutuhan mahasiswa akan laptop dalam mengerjakan tugas, baik keperluan akademik maupun kehidupan sehari-hari. Mahasiswa merasa bahwa laptop sangat penting dan menjadi pilihan yang sangat diperlukan dalam kehidupan mahasiswa.

Terakhir untuk dimensi, yaitu *Concern Over Deal*, berdasarkan hasil analisis faktor, faktor yang paling mempengaruhi adalah mahasiswa yang membeli laptop merasa tidak tertipu saat memutuskan untuk membeli laptop. Mahasiswa merasa yakin dengan pilihan tersebut, merasa senang dalam proses pembelian, dan merasa puas terhadap keputusan tersebut.

Rekomendasi yang dapat diberikan Ketika seorang merasa membenci dalam dirinya, itu menunjukkan suatu ekspresi perasaan yang dapat diungkapkan melalui

ekspresi wajah, Gerakan tubuh, ucapan, dan tindakan (Aprilia and Lestarini 2021). Ketika mahasiswa yang membenci pilihan sendiri karena laptop tersebut tidak sesuai dengan ekspektasi kebutuhan kuliah atau tidak memumpuni untuk jurusan mahasiswa tersebut, alasan dalam membeli laptop adalah untuk kebutuhan kuliah, maka mahasiswa tersebut dapat dikatakan mengalami disonansi kognitif, dimana tindakan yang seharusnya diambil adalah mencari informasi lebih lanjut tentang kebutuhan spesifik untuk laptop yang sesuai dengan jurusan dan kegiatan kuliah, serta mengidentifikasi peluang atau opsi lain yang dapat mendukung kebutuhan akademis tanpa menimbulkan ketidakpuasan yang berkelanjutan.

### 5.6.3 Rekomendasi untuk Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 1 TB

Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 1 TB adalah spesifikasi pada laptop yang digunakan oleh Mahasiswa Teknik Industri Angkatan 2019, yang sangat berguna dalam mendukung studi dan tugas yang dikerjakan. Dapat dilihat Intel/AMD/M, merupakan pilihan prosesor yang merupakan otak dari laptop yang mempengaruhi kinerja dan kecepatan dari komputasi. Ram 8 GB mengindikasikan sejauh mana laptop mampu menangani *software* dan tugas secara bersamaan tanpa mengalami keterlambatan, kapasitas penyimpanan 1 TB mengacu pada jumlah ruang penyimpanan yang tersedia untuk menyimpan file, dokumen, program, dan data lainnya pada laptop.

Jumlah pembelian laptop oleh mahasiswa setiap tahunnya bervariasi, tergantung pada kebutuhan dan preferensi masing-masing mahasiswa. Mahasiswa yang membeli laptop memiliki tujuan dan tugas-tugas yang beragam, seperti memilih laptop yang sesuai dengan kebutuhan akademis mahasiswa tersebut, mengikuti perkembangan teknologi, laptop lama mengalami kerusakan, arahan dari orang tua, dan arahan dari teman.

Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi dalam memilih untuk membeli laptop, berdasarkan analisis faktor, dapat diketahui bahwa faktor yang paling berpengaruh dalam dimensi *emotional* adalah tidak merasa takut. Berdasarkan hasil dari wawancara yang dilakukan secara langsung pada salah satu mahasiswa Angkatan 2019 yang membeli laptop, ia berpendapat bahwa ketika membeli laptop, ia merasa puas dengan pilihan yang telah dibuat, merasa sesuai dengan apa yang diharapkan, dan pengambilan keputusan yang matang, oleh karena itu tidak merasa takut atau lebih proper saat menggunakan

laptop. Namun ada beberapa mahasiswa yang merasa putus asa karena laptop tersebut tidak sesuai dengan ekspektasi, alasan dalam membeli laptop adalah untuk kebutuhan kuliah.

Selanjutnya, dalam hal dimensi *wisdom of purchase*, faktor yang memiliki pengaruh terbesar adalah hal ini berarti bahwa mahasiswa merasa sangat membutuhkan pilihan ini. Para mahasiswa merasa sangat membutuhkan laptop ini dan yakin bahwa pembelian laptop ini adalah keputusan yang tepat. Hal ini juga disebabkan oleh kebutuhan mahasiswa akan laptop dalam mengerjakan tugas, baik keperluan akademik maupun kehidupan sehari-hari. Mahasiswa merasa bahwa laptop sangat penting dan menjadi pilihan yang sangat diperlukan dalam kehidupan mahasiswa.

Terakhir untuk dimensi, yaitu *Concern Over Deal*, berdasarkan hasil analisis faktor, faktor yang paling mempengaruhi adalah mahasiswa yang membeli laptop merasa tidak tertipu saat memutuskan untuk membeli laptop. Mahasiswa merasa yakin dengan pilihan tersebut, merasa senang dalam proses pembelian, dan merasa puas terhadap keputusan tersebut.

Kognisi yang memiliki ketahanan yang rendah terhadap perubahan cenderung lebih mudah berubah dari pada kognisi yang memiliki ketahanan yang tinggi terhadap perubahan, resistensi terhadap perubahan berasal dari respons kognitif terhadap realitas, dan sejauh mana kognisi tersebut sejalan dengan banyak kognisi lainnya (Fadholi et al. 2020). Rekomendasi yang dapat diberikan Ketika seorang merasa putus asa karena laptop tersebut tidak sesuai dengan ekspektasi, alasan dalam membeli laptop adalah untuk kebutuhan kuliah. Dimana cara ini, mahasiswa harus dapat mengubah ekspektasinya karena laptop dengan spesifikasi tersebut sudah dapat membantu mahasiswa dalam mengerjakan tugas kuliah, serta dapat juga dipertimbangkan *upgrade* berupa penambahan kapasitas RAM dan kapasitas penyimpanan laptop.

#### 5.6.4 Rekomendasi untuk Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 500 GB

Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 500 GB adalah spesifikasi pada laptop yang digunakan oleh Mahasiswa Teknik Industri Angkatan 2019, yang sangat berguna dalam mendukung studi dan tugas yang dikerjakan. Dapat dilihat Intel/AMD/M, merupakan pilihan prosesor yang merupakan otak dari laptop yang mempengaruhi kinerja dan kecepatan dari

komputasi. Ram 16 GB mengindikasikan sejauh mana laptop mampu menangani *software* dan tugas secara bersamaan tanpa mengalami keterlambatan, kapasitas penyimpanan 500 GB mengacu pada jumlah ruang penyimpanan yang tersedia untuk menyimpan file, dokumen, program, dan data lainnya pada laptop.

Jumlah pembelian laptop oleh mahasiswa setiap tahunnya bervariasi, tergantung pada kebutuhan dan preferensi masing-masing mahasiswa. Mahasiswa yang membeli laptop memiliki tujuan dan tugas-tugas yang beragam, seperti memilih laptop yang sesuai dengan kebutuhan akademis mahasiswa tersebut, mengikuti perkembangan teknologi, laptop lama mengalami kerusakan, arahan dari orang tua, dan arahan dari teman.

Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi dalam memilih untuk membeli laptop, berdasarkan analisis faktor, dapat diketahui bahwa faktor yang paling berpengaruh dalam dimensi *emotional* adalah tidak merasa takut. Berdasarkan hasil dari wawancara yang dilakukan secara langsung pada salah satu mahasiswa Angkatan 2019 yang membeli laptop, ia berpendapat bahwa ketika membeli laptop, ia merasa puas dengan pilihan yang telah dibuat, merasa sesuai dengan apa yang diharapkan, dan pengambilan keputusan yang matang, oleh karena itu tidak merasa takut atau lebih proper saat menggunakan laptop.

Selanjutnya, dalam hal dimensi *wisdom of purchase*, faktor yang memiliki pengaruh terbesar adalah hal ini berarti bahwa mahasiswa merasa sangat membutuhkan pilihan ini. Para mahasiswa merasa sangat membutuhkan laptop ini dan yakin bahwa pembelian laptop ini adalah keputusan yang tepat. Hal ini juga disebabkan oleh kebutuhan mahasiswa akan laptop dalam mengerjakan tugas, baik keperluan akademik maupun kehidupan sehari-hari. Mahasiswa merasa bahwa laptop sangat penting dan menjadi pilihan yang sangat diperlukan dalam kehidupan mahasiswa.

Terakhir untuk dimensi, yaitu *Concern Over Deal*, berdasarkan hasil analisis faktor, faktor yang paling mempengaruhi adalah mahasiswa yang membeli laptop merasa tidak tertipu saat memutuskan untuk membeli laptop. Mahasiswa merasa yakin dengan pilihan tersebut, merasa senang dalam proses pembelian, dan merasa puas terhadap keputusan tersebut. Namun ada beberapa mahasiswa yang mengalami kebingungan apakah ada yang salah dengan pilihan yang telah dipilih karena terlalu banyaknya pilihan

yang ditawarkan oleh vendor laptop, alasan membeli laptop yaitu adanya spesifikasi laptop terbaru.

ketidaksesuaian antara sikap, pemikiran, dan perilaku yang saling bertentangan sehingga menciptakan kebingungan yang akhirnya menyebabkan disonansi kognitif (Sari 2020). Rekomendasi yang dapat diberikan ketika mahasiswa tersebut mengalami kebingungan adalah menghapus disonansi dengan menggunakan cara mengubah pola berpikir bahwa setelah membeli laptop tidak hanya digunakan selama masa studi kuliah namun juga dapat dimanfaatkan setelah itu contoh digunakan untuk bekerja, sehingga dapat membantuk mengurangi kebingungan yang dirasakan oleh mahasiswa tersebut.

#### 5.6.5 Rekomendasi untuk Spesifikasi Laptop Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 1 TB

Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 1 TB adalah spesifikasi pada laptop yang digunakan oleh Mahasiswa Teknik Industri Angkatan 2019, yang sangat berguna dalam mendukung studi dan tugas yang dikerjakan. Dapat dilihat Intel/AMD/M, merupakan pilihan prosesor yang merupakan otak dari laptop yang mempengaruhi kinerja dan kecepatan dari komputasi. Ram 16 GB mengindikasikan sejauh mana laptop mampu menangani *software* dan tugas secara bersamaan tanpa mengalami keterlambatan, kapasitas penyimpanan 1 TB mengacu pada jumlah ruang penyimpanan yang tersedia untuk menyimpan file, dokumen, program, dan data lainnya pada laptop.

Jumlah pembelian laptop oleh mahasiswa setiap tahunnya bervariasi, tergantung pada kebutuhan dan preferensi masing-masing mahasiswa. Mahasiswa yang membeli laptop memiliki tujuan dan tugas-tugas yang beragam, seperti memilih laptop yang sesuai dengan kebutuhan akademis mahasiswa tersebut, mengikuti perkembangan teknologi, laptop lama mengalami kerusakan, arahan dari orang tua, dan arahan dari teman.

Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi dalam memilih untuk membeli laptop, berdasarkan analisis faktor, dapat diketahui bahwa faktor yang paling berpengaruh dalam dimensi *emotional* adalah tidak merasa takut. Berdasarkan hasil dari wawancara yang dilakukan secara langsung pada salah satu mahasiswa Angkatan 2019 yang membeli laptop, ia berpendapat bahwa ketika membeli laptop, ia merasa puas dengan pilihan yang telah dibuat, merasa sesuai dengan apa yang diharapkan, dan pengambilan keputusan yang matang, oleh karena itu tidak merasa takut atau lebih proper saat menggunakan

laptop. Namun ada beberapa mahasiswa yang merasa frustrasi karena tidak merasa puas dengan alasan pembelian yaitu laptop lama mengalami kerusakan.

Selanjutnya, dalam hal dimensi *wisdom of purchase*, faktor yang memiliki pengaruh terbesar adalah hal ini berarti bahwa mahasiswa merasa sangat membutuhkan pilihan ini. Para mahasiswa merasa sangat membutuhkan laptop ini dan yakin bahwa pembelian laptop ini adalah keputusan yang tepat. Hal ini juga disebabkan oleh kebutuhan mahasiswa akan laptop dalam mengerjakan tugas, baik keperluan akademik maupun kehidupan sehari-hari. Mahasiswa merasa bahwa laptop sangat penting dan menjadi pilihan yang sangat diperlukan dalam kehidupan mahasiswa.

Terakhir untuk dimensi, yaitu *Concern Over Deal*, berdasarkan hasil analisis faktor, faktor yang paling mempengaruhi adalah mahasiswa yang membeli laptop merasa tidak tertipu saat memutuskan untuk membeli laptop. Mahasiswa merasa yakin dengan pilihan tersebut, merasa senang dalam proses pembelian, dan merasa puas terhadap keputusan tersebut.

Apabila merasa tidak puas, hal tersebut dapat menciptakan tekanan salah satunya yaitu frustrasi (Polly, Laan, and Gesi 2019). Rekomendasi yang dapat diberikan ketika mahasiswa tersebut mengalami frustrasi karena tidak puas dengan performa laptop yang didapatkan yaitu dengan eksplorasi fitur-fitur yang belum termanfaatkan sepenuhnya misalkan dengan menyesuaikan mode yang dapat meningkatkan kinerja atau dapat memperpanjang masa pakai dari baterai dan bisa juga bergabung dengan komunitas pengguna sesama, sehingga dapat bertukar pengalaman dengan pengguna lain serta mendapatkan saran atau tips.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis dan pembahasan data, dapat disimpulkan dari penelitian ini sebagai berikut.

1. Terdapat faktor-faktor utama yang dapat menimbulkan disonansi kognitif dalam membeli laptop mahasiswa pada mahasiswa Teknik Industri Angkatan 2019 Universitas Islam Indonesia adalah aspek *Emotional*, *Wisdom of Purchase*, dan *Concern Over Deal*. Berdasarkan pada aspek *emotional* yang paling mempengaruhi mahasiswa adalah merasa takut saat membeli sebuah laptop, *wisdom of purchase* bahwa merasa sangat membutuhkan pilihan ini dan *concern over deal* mahasiswa merasa tertipu dengan pilihan sendiri.
2. Hasil uji menunjukkan bahwa laptop dengan spesifikasi Intel/AMD/M, RAM 8 GB, 500 GB dan laptop spesifikasi Intel/AMD/M, RAM 16 GB, 500 GB yang mengalami pengaruh variabel pada setiap dimensi yang di uji, yakni dimensi *Emotional*, *Concern Over Deal*, dan *Wisdom of Purchase*. Selain itu, temuan ini diperkuat oleh nilai uji R secara berturut-turut yaitu 0,850 dan 0,980, yang menandakan bahwa dimensi-dimensi tersebut memiliki pengaruh sebesar 85% dan 98%

#### **6.2 Saran**

Berikut merupakan saran yang diperuntukkan bagi mahasiswa Program Studi Teknik Industri dalam membeli laptop:

1. Berdasarkan hasil analisis faktor yang telah dilakukan, faktor-faktor pembentuk disonansi kognitif pada mahasiswa Program Studi Teknik Industri Angkatan 2019 Universitas Islam Indoensia adalah *Emotional*, *Wisdom of Purchase*, dan *Concern Over Deal*. Faktor-faktor tersebut dapat dijadikan pertimbangan penting bagi para

mahasiswa dalam membeli laptop. Dengan memahami faktor-faktor tersebut, diharapkan keputusan untuk membeli sebuah laptop dapat diambil dengan lebih bijak dan sesuai dengan harapan, dan untuk produsen laptop dapat menyediakan beragam varian laptop dengan spesifikasi berbeda untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa Teknik Industri, sehingga dapat menghindari terjadinya disonansi kognitif di masa yang akan datang.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Erna Hervina. 2019. "Cognitive-Behavioral Therapy Untuk Menangani Kemarahan Pelaku Bullying Di Sekolah." *JBKI (Jurnal Bimbingan Konseling Indonesia)* 4(1): 14.
- Amanda, Livia, Ferra Yanuar, and Dodi Devianto. 2019. "Uji Validitas Dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang." *Jurnal Matematika UNAND* 8(1): 179.
- Amin, Amirudin M, and Rafiqah Fitri Yanti. 2021. "Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin Dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic." *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi* 2(1): 1–14.
- Aprilia, Oky Yahya, and Noviana Dwi Lestarini. 2021. "Analisis Tindak Tutur Ekspresif Dalam Wacana Stiker Plesetan Grup Whatsapp." *Stilistika: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra* 14(1): 56.
- Bell, Sherry, Martin Van den Berg, and Renato M. Liboro. 2023. "Employing Dissonance-Based Interventions to Promote Health Equity Utilizing a Community-Based Participatory Research Approach and Social Network Analysis." *Social Sciences* 12(10).
- Colloc, Joël. 2020. "Fvsoomm a Fuzzy Vectorial Space Model and Method of Personality, Cognitive Dissonance and Emotion in Decision Making." *Information (Switzerland)* 11(4).
- Cooper, Joel. 2019. "Cognitive Dissonance: Where We've Been and Where We're Going." *International Review of Social Psychology* 32(1): 1–11.
- Fadholi, Fadholi et al. 2020. "Disonansi Kognitif Perokok Aktif Di Indonesia." *Jurnal RAP (Riset Aktual Psikologi Universitas Negeri Padang)* 11(1): 1.
- Gudiño León., Alfonso Ramiro., Ricardo Javier; Acuña López., and Víctor Guillermo Terán Torres. 2021. "Tinjauan Yuridis Pancasila Sebagai Staatfundamentalnorm Dalam Menghadapi Kapitalisme Penyelenggaraan Pendidikan Dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012." 3: 6.

- Hanum, Aliyah Nur'aini, Dewi Utami, and Widha Anistya Suwarso. 2022. "Disonansi Kognitif Masyarakat Kalimantan Barat Akibat Banjir Informasi Covid-19." *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi* 5(1): 39–57.
- Khakim M. Farid, and Imron Much. 2011. "Disonansi Kognitif Mahasiswa Dalam Memilih Progam Studi Manajemen Di Stienu Jepara M. Farid Khakim Much. Imron 1)." *Ejournal.Unisnu.Ac.Id*: 15–28. <http://evaluasi.or.id/map-provinces-recap.php>.
- Kurnianto, D, and I Kharisudin. 2022. "Analisis Jalur Pengaruh Motivasi Kerja, Disiplin Kerja, Kepuasan Kerja, Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Variabel Intervening Organizational ...." *PRISMA, Prosiding Seminar Nasional ...* 5: 740–51. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/prisma/article/view/54614%0Ahttps://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/prisma/article/download/54614/21105>.
- Lian, Bukman. 2019. "Tanggung Jawab Tridharma Perguruan Tinggi Menjawab Kebutuhan Masyarakat." *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Program Pascasarjana Universitas Pgri Palembang*: 100–106.
- Manurung, Monica Mayeni, and Rahmadi Rahmadi. 2017. "Identifikasi Faktor-Faktor Pembentukan Karakter Mahasiswa [Identification of the Factors for the Formation of Student Character]." *JAS-PT Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi* 1(1): 41.
- Marikyan, Davit, Savvas Papagiannidis, and Eleftherios Alamanos. 2023. "Cognitive Dissonance in Technology Adoption: A Study of Smart Home Users." *Information Systems Frontiers* 25(3): 1101–23.
- Mashadi, Mashadi, Edi Nurachmad, and Mumuh Mulyana. 2019. "Analisis Deskriptif Penilaian Website Perguruan Tinggi." *JAS-PT (Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi Indonesia)* 3(2): 97.
- Metzger, Miriam J., Ethan H. Hartsell, and Andrew J. Flanagin. 2020. "Cognitive Dissonance or Credibility? A Comparison of Two Theoretical Explanations for Selective Exposure to Partisan News." *Communication Research* 47(1): 3–28.
- Mudjiyanto, Bambang. 2022. "Disonansi Kognitif Elite Politik Dan Pejabat Publik Dalam Menghadapi Fenomena Kelangkaan Minyak Goreng." *Journal of Political Communication and Media* 1(1): 2.

- Noviansyah, Moch Rosid et al. 2019. "Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Laptop Pada E-Commerce Menggunakan Metode Weighted Product." *Seminar Nasional Teknologi dan Rekayasa (SENTRA) 2019* (5): 43–53. <http://research-report.umm.ac.id/index.php/sentra/article/view/3025>.
- Ploger, Gavin W., Johnanna Dunaway, Patrick Fournier, and Stuart Soroka. 2021. "The Psychophysiological Correlates of Cognitive Dissonance." *Politics and the Life Sciences* 40(2): 202–12.
- Polly, Merryana Damaris, Rahmat Laan, and Burhannudin Gesi. 2019. "Pengaruh Motivasi Intrinsik Dan Ekstrinsik Terhadap Prestasi Kerja Dengan Komitmen Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Manajemen* 3(6): 107–15.
- Purnasari, Pebria Dheni, and Yosua Damas Sadewo. 2021. "Strategi Pembelajaran Pendidikan Dasar Di Perbatasan Pada Era Digital." *Jurnal Basicedu* 5(5): 3089–3100. <https://jbasic.org/index.php/basicedu/article/view/1218>.
- Rizqiansyah, Moch. Zulfiqar Afifuddin, Fattah Hanurawan, and Ninik Setiyowati. 2017. "Hubungan Antara Beban Kerja Fisik Dan Beban Kerja Mental Berbasis Ergonomi Terhadap Tingkat Kejenuhan Kerja Pada Karyawan Pt Jasa Marga (Persero) Tbk Cabang Surabaya Gempol." *Jurnal Sains Psikologi* 6(1): 37.
- Shodik, Nur, Neneng Neneng, and Imam Ahmad. 2019. "Sistem Rekomendasi Pemilihan Smartphone Snapdragon 636 Menggunakan Metode Simple Multi Attribute Rating Technique (Smart)." *Jurnal Nasional Pendidikan Teknik Informatika (JANAPATI)* 7(3): 219.
- Šlégrová, Leontýna, Jan Šlégr, and Filip Studnička. 2020. "Global Warming: Facing Confirmation Bias and Cognitive Dissonance with Hands-on Activities." *International Journal on Research in STEM Education* 2(2): 123–33.
- Widistuti Retno. 2011. "Studi Ergonomi Kognitif Untuk Mengetahui Penurunan Produktivitas Kerja Akibat Kenaikan Tingkat Kebisingan." *Jurnal Teknologi* 4(2): 136–45.
- Wood, Erik, and Sarah K. Miller. 2021. "Cognitive Dissonance and Disaster Risk Communication." *Journal of Emergency Management and Disaster Communications* 02(01): 39–56.

- Xi, Wen, Nigora Baymuminova, Yi Wei Zhang, and Shi Nyu Xu. 2022. "Cognitive Dissonance and Public Compliance, and Their Impact on Business Performance in Hotel Industry." *Sustainability (Switzerland)* 14(22): 1–20.
- Yusuf, Nurvi Apriana, and Indrawati Indrawati. 2019. "Analisis Faktor Yang Memengaruhi Pembentukan Minat Berlangganan Di Industri Video-On-Demand Di Indonesia." *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 3(1): 161–73. <http://journalfeb.unla.ac.id/index.php/almana/article/view/461>.
- Zillich, Arne Freya et al. 2021. "Selective Exposure to Information on the Internet: Measuring Cognitive Dissonance and Selective Exposure with Eye-Tracking." *International Journal of Communication* 15(0): 20. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/14184>.

## LAMPIRAN

### 6.1 Lampiran Kuesioner dari Disonansi Kognitif

**Section 1 of 5**

#### Kuesioner Disonansi Kognitif Mahasiswa Terhadap Pembelian Laptop di Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Indonesia

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Perkenalkan saya Refi Permana Putra dengan NIM 19522290, mahasiswa Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Indonesia. Pada saat ini saya sedang melakukan penelitian **Tugas Akhir** mengenai Disonansi Kognitif. Oleh karena itu, dengan ini saya membutuhkan data pendukung. Saya Memohon kesediaan Saudara/I untuk berkenan meluangkan waktu sejenak untuk mengisi kuesioner dibawah ini sesuai dengan pengalaman yang dirasakan ketika membeli sebuah laptop.

Kriteria dari responden:  
Mahasiswa Angkatan 2019 di Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Indonesia

**Perlu diperhatikan** bahwa pengisian kuesioner ini sama sekali tidak merugikan teman-teman karena murni untuk kepentingan penelitian semata. Data pribadi teman-teman terjamin kerahasiannya. Saya juga menyadari waktu teman-teman sangat terbatas dan berharga. Oleh karena itu, kesediaan teman-teman untuk mengisi kuesioner ini dengan benar merupakan suatu penghargaan bagi saya dan sangat membantu kelancaran dari penelitian ini.

Sebagai upaya ucapan terimakasih atas bantuan teman-teman dalam penelitian ini, akan terdapat **reward** berupa e-wallet (DANA, GoPay, dll) kepada 8 responden terpilih.

Yogyakarta, Oktober 2023

Refi Permana Putra

**Section 2 of 5**

Data Diri

Description (optional)

**Nama \***

Short answer text

**NIM \***

Short answer text

**Jenis Kelamin \***

Laki-Laki

Perempuan

**No Handhone/Nama IG (Keperluan Reward)**

Short answer text

**Umur \* (Ex: 20)**

Short answer text

**Email \***

Short answer text

**Merek Laptop \***

Asus

Acer

Lenovo

HP

Samsung

Apple

Dell

MSI

Other...

**Spesifikasi laptop (Processor, RAM, Hardisk/SSD) \***

Intel/AMD/IM, RAM 4 GB, 256 GB

Intel/AMD/IM, RAM 8 GB, 500 GB

Intel/AMD/IM, RAM 8 GB, 1 TB

Intel/AMD/IM, RAM 16 GB, 500 GB

Intel/AMD/IM, RAM 16 GB, 1 TB

Other...

**Alasan teman-teman membeli laptop untuk kuliah di Program Studi Teknik Industri UII \***

Laptop lama mengalami kerusakan

Adanya spesifikasi laptop terbaru (Misalnya, Jenis Cpu, Kapasitas penyimpanan, Jumlah RAM)

Arahkan dari orang tua

Kebutuhan kuliah

Arahkan dari teman

Section 2 of 5	
<p><b>Faktor Emotional (Emosional)</b></p> <p>Selanjutnya memuatkan untuk membeli laptop untuk kuliah di Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Indonesia, saya merasa</p>	<p>Alasan pemilihan jawaban di atas (Ex: Karena saya suka, tidak merasa puas dll)</p> <p>Short answer test</p>
<p>Saya telah putus asa dengan pilihan saya sendiri Putus asa adalah situasi atau kondisi habis/hilang harapan, tidak ada harapan lagi.</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>Sangat tidak setuju <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Sangat setuju</p>	<p>Saya marah dengan pilihan saya sendiri Marah adalah sangat tidak senang</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>Sangat tidak setuju <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Sangat setuju</p>
<p>Alasan pemilihan jawaban di atas (Ex: Marasa senang, Tidak merasa puas dll)</p> <p>Short answer test</p>	<p>Alasan pemilihan jawaban di atas (Ex: Karena saya suka, tidak merasa puas dll)</p> <p>Short answer test</p>
<p>Saya telah membenci pilihan saya sendiri Membenci adalah merasa tidak suka</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>Sangat tidak setuju <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Sangat setuju</p>	<p>Saya tidak nyaman dengan pilihan saya sendiri Tidak nyaman adalah kondisi dimana kita merasa diri kita tidak dihargai, tidak merasa aman dan ada beban pikiran</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>Sangat tidak setuju <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Sangat setuju</p>
<p>Alasan pemilihan jawaban di atas (Ex: Karena saya suka dll)</p> <p>Short answer test</p>	<p>Alasan pemilihan jawaban di atas (Ex: Karena saya suka, tidak merasa puas dll)</p> <p>Short answer test</p>
<p>Saya telah kecewa dengan diri saya sendiri Kecewa adalah hasil tidak puas (karena tidak terakut/kelngghannya, harapannya, dan sebagainya)</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>Sangat tidak setuju <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Sangat setuju</p>	<p>Saya akan mengecewakan diri saya sendiri Mengecewakan adalah menyebabkan (menjadikan) kecewa dan tidak memuaskan.</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>Sangat tidak setuju <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Sangat setuju</p>
<p>Alasan pemilihan jawaban di atas (Ex: Karena saya suka, tidak merasa puas dll)</p> <p>Short answer test</p>	<p>Alasan pemilihan jawaban di atas (Ex: Karena saya suka, tidak merasa puas dll)</p> <p>Short answer test</p>
<p>Saya takut dengan pilihan saya sendiri Takut adalah merasa gemetar (ngeri) menghadapi sesuatu yang dianggap akan mendatangkan bencana.</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>Sangat tidak setuju <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Sangat setuju</p>	<p>Saya kebal dengan diri saya sendiri Kebal adalah mendongkoki/sebeli/kecewa (menyessal) bercampur jengkel.</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>Sangat tidak setuju <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Sangat setuju</p>
<p>Alasan pemilihan jawaban di atas (Ex: Karena saya suka, tidak merasa puas dll)</p> <p>Short answer test</p>	<p>Alasan pemilihan jawaban di atas (Ex: Karena saya suka, tidak merasa puas dll)</p> <p>Short answer test</p>
<p>Saya hampir dengan pilihan saya sendiri Hampir adalah tidak berarti/kosong</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>Sangat tidak setuju <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Sangat setuju</p>	<p>Saya frustrasi dengan pilihan saya sendiri Frustrasi adalah rasa kecewa yang mendalam karena tujuan yang dikehendaki tidak kunjung terlaksana.</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>Sangat tidak setuju <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Sangat setuju</p>

Alasan pemilihan (jawaban di atas)  
(Ex: Karena saya suka, tidak merasa puas dll)

Short answer test

---

Saya sakit hati dengan pilihan saya sendiri  
Bakit hati adalah perasaan yang membuat hidup kita menjadi sedih dan kurang bahagia.

1   2   3   4   5

Sangat tidak setuju                  Sangat setuju

Alasan pemilihan (jawaban di atas)  
(Ex: Karena saya suka, tidak merasa puas dll)

Short answer test

---

Saya terfakan dengan pilihan saya sendiri  
Terfakan adalah merasa cemas yang muncul ketika merasa tidak nyaman.

1   2   3   4   5

Sangat tidak setuju                  Sangat setuju

Alasan pemilihan (jawaban di atas)  
(Ex: Karena saya suka, tidak merasa puas dll)

Short answer test

---

Saya marah dengan pilihan saya sendiri  
marah adalah emosi pertentangan terhadap perasaan.

1   2   3   4   5

Sangat tidak setuju                  Sangat setuju

Alasan pemilihan (jawaban di atas)  
(Ex: Karena saya suka, tidak merasa puas dll)

Short answer test

---

Saya merasa Muak dengan pilihan saya sendiri.  
Muak adalah merasa sudah jenuh

1   2   3   4   5

Sangat Tidak Setuju                  Sangat Setuju

Alasan pemilihan (jawaban di atas)  
(Ex: Karena saya suka, tidak merasa puas dll)

Short answer test

---

Saya dalam pendirian dengan pilihan saya sendiri  
Pendertian adalah menanggung atau merasakan sesuatu yang tidak menyenangkan

1   2   3   4   5

Sangat tidak setuju                  Sangat setuju

Section 4 of 5

Faktor Wisdom of Purchase/ Decision (Kebijaksanaan)

Setelah saya memutuskan untuk memilih membeli laptop untuk kuliah di Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Indonesia, saya merasa

Saya sangat membutuhkan pilihan ini \*

1   2   3   4   5

Sangat tidak setuju                  Sangat setuju

Alasan pemilihan (jawaban di atas)  
(Ex: Karena saya suka, tidak merasa puas dll)

Short answer test

---

Saya seharusnya memilih pilihan ini \*

1   2   3   4   5

Sangat tidak setuju                  Sangat setuju

Alasan pemilihan (jawaban di atas)  
(Ex: Karena saya suka, tidak merasa puas dll)

Short answer test

---

Saya telah membuat pilihan yang tepat dengan memilih pilihan ini \*

1   2   3   4   5

Sangat tidak setuju                  Sangat setuju

Alasan pemilihan (jawaban di atas)  
(Ex: Karena saya suka, tidak merasa puas dll)

Short answer test

---

Saya telah melakukan hal yang benar dalam memilih pilihan ini \*

1   2   3   4   5

Sangat tidak setuju                  Sangat setuju

Alasan pemilihan (jawaban di atas)  
(Ex: Karena saya suka, tidak merasa puas dll)

Short answer test

---

After section 4   Continue to next section

Faktor Concern Over the Deal (Perhatian) <span style="float: right;">✕ ⋮</span>						
Setelah saya memutuskan untuk memilih membeli laptop untuk kuliah di Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Indonesia, saya merasa						
Setelah saya memilih pilihan ini, saya bertanya-tanya apakah saya akan tertipu dengan pilihan * yang telah saya pilih						
	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju
Alasan pemilihan jawaban di atas * (Ex: Karena saya suka, tidak merasa puas dll)						
Short answer text .....						
Setelah saya memilih pilihan ini, saya telah melakukan suatu kebodohan *						
	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju
Alasan pemilihan jawaban di atas * (Ex: Karena saya suka, tidak merasa puas dll)						
Short answer text .....						
Setelah saya memilih pilihan ini, saya mengalami kebingungan apakah ada yang salah dengan * pilihan yang telah saya pilih						
	1	2	3	4	5	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju
Alasan pemilihan jawaban di atas * (Ex: Karena saya suka, tidak merasa puas dll)						
Short answer text .....						



## 6.2 Lampiran Hasil Data Dari Responden

Kuesioner Disonansi Kognitif Mahasiswa Terhadap Pembelian Laptop di Program Studi Teknik Industri Universitas Isl...

	C	D	E	F	G	H	I	J	K	
1	Nama	NIM	Jenis Kelamin	No Handhone>Nama (Keperluan Reward)	Umur (Ex: 20)	Merek Laptop	Spesifikasi laptop (Processor, RAM, Hz)	Alasan teman-teman	Saya telah putus asa	Alasan pe (Ex: Mera
2	R. HAFIZ YLIAN HARINE	19522286	Laki-Laki	rhafizyuanh		22	Asus	Intel/AMD/M, RAM 8 GB, Kebutuhan kuliah		3 Senang, b
3	Refki	19522398	Laki-Laki			22	HP	Intel/AMD/M, RAM 4 GB, Kebutuhan kuliah		1 Saya puas
4	Daihan M	19522310	Laki-Laki	081315642509		22	Acer	Intel/AMD/M, RAM 8 GB, Arahan dari teman		1 Aman aja
5	Chandra	19522277	Laki-Laki	085872176987		21	Lenovo	Intel/AMD/M, RAM 8 GB, Adanya spesifikasi laptop		1 Senang
6	Muhammad Ramdhani	19522301	Laki-Laki	081389270992		23	Asus	Intel/AMD/M, RAM 16 GB, Kebutuhan kuliah		1 Merasa se
7	Ariq	19522108	Laki-Laki	087710123386		22	HP	Intel/AMD/M, RAM 8 GB, Kebutuhan kuliah		5 Tidak ada
8	Doni Refa	19522241	Laki-Laki	0882005005471		23	Asus	Intel/AMD/M, RAM 8 GB, Kebutuhan kuliah		4 Putus asa
9	Hilmi	19522291	Laki-Laki	081218892516		22	Asus	Intel/AMD/M, RAM 8 GB, Kebutuhan kuliah		1 Oke aja
10	EZ	19522292	Laki-Laki	Lord ewo		19	MSI	Intel/AMD/M, RAM 16 GB, Adanya spesifikasi laptop		1 -
11	Fakhrur Rozi	19522306	Laki-Laki	081389602852		22	MSI	Intel/AMD/M, RAM 8 GB, Kebutuhan kuliah		1 tidak setuju
12	Aminul Mahbubi	19522321	Laki-Laki	081367783432		24	Asus	Intel/AMD/M, RAM 16 GB, Laptop lama mengalami i		1 Keadaan r
13	Yusuf setiawan	19522281	Laki-Laki	085878104724		22	HP	Intel/AMD/M, RAM 8 GB, Kebutuhan kuliah		4 Benar
14	aldimas putra b	19522063	Laki-Laki	085386501251		22	HP	Intel/AMD/M, RAM 8 GB, Laptop lama mengalami i		1 tidak setuju
15	Faiq Arkan Fadhil	19522248	Laki-Laki	arkan fadhil (ig)		22	Asus	Intel/AMD/M, RAM 8 GB, Adanya spesifikasi laptop		1 Saya meri
16	Rasel Timoty	19522263	Laki-Laki	raselltimoty		23	MSI	Intel/AMD/M, RAM 8 GB, Kebutuhan kuliah		3 standar
17	Indra dermawan	19522280	Laki-Laki			22	Asus	Intel/AMD/M, RAM 8 GB, Kebutuhan kuliah		3 Merasa se
18	Muhammad Surya	19522188	Laki-Laki	081395321656		23	Acer	Intel/AMD/M, RAM 8 GB, Kebutuhan kuliah		1 Merasa se
19	Dayia	19522157	Perempuan	082113868334		21	Apple	Macbook Air, MacOS Sise, Kebutuhan kuliah		1 Merasa se
20	Apung Arief Gunawan	19522299	Laki-Laki	081932704169		22	Asus	Intel/AMD/M, RAM 4 GB, Kebutuhan kuliah		1 Merasa se
21	Dhiela Via Astuti	19522278	Perempuan	082178380363	22 Tahun		Asus	Intel/AMD/M, RAM 4 GB, Kebutuhan kuliah		5 Tidak meri
22	javier bayu nugroho	19522098	Laki-Laki	085156411160		21	MSI	Intel/AMD/M, RAM 8 GB, Kebutuhan kuliah		2 senang de
23	Ginayuh Sigit	19522305	Laki-Laki	@gsgit		22	HP	Intel/AMD/M, RAM 4 GB, Kebutuhan kuliah		1 merasa cu
24	shofiyahq	19522308	Perempuan	0823209559924		21	HP	Intel/AMD/M, RAM 4 GB, Kebutuhan kuliah		1 merasa se

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6	5	3	5	2	2	5	5	3	5	5	5	3	3	3	3
7	4	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	1	2
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
9	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11	1	1	1	3	2	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1
12	4	2	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	3	3	4
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
15	3	1	3	3	2	3	4	3	4	3	4	5	3	1	3
16	3	4	4	3	5	2	3	4	2	4	3	4	4	3	5
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
20	5	5	5	2	4	3	5	1	3	3	4	2	4	4	5
21	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
22	1	3	1	2	2	1	3	2	1	2	3	1	1	1	2
23	1	2	2	4	1	2	2	2	3	2	2	2	1	2	1
24	2	2	1	3	1	1	3	3	2	1	1	2	1	1	1
25	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2
26	3	1	4	3	3	3	4	2	2	3	2	2	1	1	1
27	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1
28	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1

29	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1
30	4	1	3	2	1	2	1	1	3	1	4	1	1	1	2
31	4	2	4	3	4	5	4	2	4	4	4	2	2	3	2
32	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
33	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
34	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
35	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
36	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
37	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
38	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
39	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
40	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
41	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1
42	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
43	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
44	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
45	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
46	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
47	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
48	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
49	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
50	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
51	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
52	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
53	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
54	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
55	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
56	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
57	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
58	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

59	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
60	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
61	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1
62	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
63	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
64	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
65	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
66	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
67	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
68	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1

	Disonansi Kognitif <i>Wisdom of Purchase</i>				29	4	5	4	4
	1	2	3	4					
1	4	4	5	4	30	3	3	3	3
2	5	3	3	3	31	4	4	4	4
3	5	1	5	5	32	4	5	5	5
4	5	5	5	5	33	5	5	5	4
5	5	5	5	5	34	4	5	5	4
6	5	2	5	5	35	5	5	4	4
7	4	2	3	4	36	4	5	5	4
8	3	3	3	3	37	3	3	3	3
9	4	4	5	5	38	5	5	5	5
10	3	3	3	4	39	5	5	5	5
11	5	1	5	5	40	4	4	4	4
12	4	5	3	5	41	5	4	4	5
13	3	3	5	5	42	5	4	4	5
14	5	5	5	5	43	4	5	5	5
15	4	4	4	5	44	5	4	5	5
16	4	5	3	4	45	5	5	5	5
17	4	4	5	5	46	4	3	3	3
18	5	5	5	5	47	5	4	5	5
19	5	5	5	5	48	5	4	4	5
20	1	1	1	2	49	4	5	5	4
21	5	5	5	5	50	5	5	5	5
22	4	3	3	2	51	5	5	5	5
23	5	4	4	4	52	5	5	4	5
24	3	4	4	4	53	5	5	5	4
25	2	2	2	2	54	5	5	5	5
26	3	2	3	3	55	4	4	5	4
27	5	4	4	5	56	5	4	5	4
28	4	4	3	4	57	5	5	5	5
					58	4	5	4	5

59	5	5	5	5
60	4	5	5	4
61	4	4	4	4
62	5	5	5	5
63	5	4	4	4
64	4	4	4	4
65	4	4	5	4
66	5	5	5	5
67	4	5	4	4
68	5	4	4	4

Disonansi Kognitif <i>Concern Over the Deal</i>			
	1	2	3
1	2	2	2
2	1	5	5
3	1	1	1
4	3	1	1
5	1	1	1
6	1	1	1
7	2	2	2
8	3	3	3
9	2	2	5
10	3	1	1
11	4	3	4
12	4	4	4
13	1	1	1
14	2	1	1
15	4	5	5
16	2	2	4
17	1	1	1
18	1	1	1
19	1	1	1
20	2	3	5
21	1	1	1
22	1	1	3
23	2	1	1
24	2	2	3
25	2	2	2
26	2	1	1
27	2	1	3
28	2	1	1
29	1	1	1
30	4	3	5
31	4	4	3
32	1	1	1
33	1	1	1
34	2	1	1
35	1	1	1
36	1	1	1
37	3	2	4
38	1	1	1
39	1	1	1
40	1	1	1
41	1	1	1
42	1	1	1
43	1	1	1
44	1	1	1
45	1	1	1
46	2	2	3
47	1	1	1
48	1	1	1
49	1	1	1
50	1	1	1
51	1	1	1
52	1	1	1
53	1	1	1
54	1	1	1
55	1	1	1
56	1	1	1
57	1	1	1
58	1	1	1
59	1	1	2
60	1	1	2
61	2	1	2
62	1	1	1
63	1	1	1
64	1	1	2
65	1	1	1
66	1	1	1
67	1	1	1
68	1	1	2