



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PEMBENTUK DISONANSI KOGNITIF
PADA MAHASISWA PENGGUNA HANDPHONE BLACKBERRY (di
program studi) MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS
JEMBER**

SKRIPSI

**Oleh
Ifa Ika Rahmatushofa
NIM 080810291054**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2013**

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PEMBIMBING	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.3.1 Tujuan Penelitian	5
1.3.2 Manfaat Penelitian	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Prilaku Konsumen.....	6
2.1.2 Sikap.....	7
2.1.3 Disonansi Kognitif.....	11
2.1.5 Keputusan pembelian konsumen	16

2.1.6	Harapan dan Kepuasan Konsumen	21
2.2	Penelitian Terdahulu	24
2.3	Kerangka Konseptual	26
BAB 3.	METODE PENELITIAN	28
3.1	Rancangan Penelitian	28
3.2	Jenis dan Sumber Data	28
3.2.1	Jenis Data	28
3.2.2	Sumber Data	28
3.3	Metode Pengumpulan Data	28
3.4	Populasi dan Sampel	29
3.4.1	populasi	29
3.4.2	Sampel	29
3.5	Identifikasi Variabel	30
3.6	Definisi Operasional Variabel	30
3.7	Teknik Pengukuran	32
3.8	Uji Instrumen	33
3.8.1	Uji Validitas	33
3.8.2	Uji Reliabilitas	33
3.9	Metode Analisis Data	34
3.10	Kerangka Pemecahan Masalah	36
BAB 4.	HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1	Gambaran Umum <i>Handphone</i> BlackBerry.....	38
4.1.1	Profil BlackBerry.....	38
4.1.2	Karakteristik <i>Handphone</i> BlackBerry.....	39
4.1.3	Karakteristik Responden.....	41
4.2	Hasil Analisis Data.....	42
4.2.1	Uji Instrumen Penelitian.....	42
4.2.2	Analisis Faktor.....	44
4.3	Pembahasan.....	49
BAB 5.	KESIMPULAN DAN SARAN	52

5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	54

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman saat ini menjajikan suatu peluang bisnis dan tantangan bisnis baru bagi perusahaan yang ada. Perkembangan ini meliputi di segala bidang yaitu bidang ekonomi, sosial, budaya, politik dan hankam. Selain itu memasuki pasar bebas tahun 2012 ini tentunya akan berdampak disegala bidang didunia pada umumnya dan di Indonesia khususnya. Salah satu aspek yang berpengaruh terhadap perkembangan bangsa adalah pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi berkaitan langsung dan memiliki hubungan timbalbalik dengan tersedianya infrastruktur telekomunikasi yang memadai dan mempermudah kehidupan masyarakat Indonesia dalam era pasar bebas ini, sehingga akan mempermudah dan menarik banyak infestor infestor untuk menanamkan modalnya di indonesia. Hal tersebut dikarenakan keberhasilan perekonomian pada saat ini ditentukan oleh kecepatan dan ketepatan dalam menyampaikan informasi, baik secara tertulis maupun secara lisan(<http://maswig.blogspot.com>).

Saat ini komunikasi telah menjadi bagian yang penting dalam kehidupan manusia. Hal ini dikarenakan komunikasi merupakan sarana utama bagi manusia dalam kehidupan sehari-hari untuk berhubungan antara orang yang satu dengan orang lainnya dengan cepat. Seiring dengan perkembangan tekhnologi dan pembangunan yang ada disegala bidang saat ini, perkembangan sarana komunikasi pun telah berlangsung dengan cepat. Mulai dari sarana komunikasi yang sangat sederhana sampai sarana komunikasi yang mewah yang banyak kita jumpai pada abad 21 ini.

Tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis dapat dipengaruhi lingkungan (Prabu, 2002:4). Sebagai jawaban dalam menghadapi fenomena tersebut diatas, maka pihak marketing atau perusahaan *handphone* harus senantiasa memahami perilaku konsumen secara keseluruhan melalui pemahaman