

**PENGARUH DISONANSI KOGNITIF ORANG TUA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN GADGET UNTUK ANAK SEKOLAH DASAR  
DI SD NEGERI TAROGONG 1 GENTRA MASEKDAS GARUT**

**Tati Rahayu**

**Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Public Relations**

**Universitas Garut, Garut 44151**

*e-mail : [tatirahayu773@gmail.com](mailto:tatirahayu773@gmail.com)*

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh maraknya anak usia sekolah dasar sudah mempunyai *gadget* sebagian besar dibelikan oleh orang tuanya. teori disonansi kognitif adalah perasaan tidak nyaman yang memotivasi orang untuk mengambil langkah demi mengurangi ketidanyamanan Tujuan penelitian ini untuk menganalisis seberapa besar pengaruh emosional, kebijaksanaan pembelian, dan perhatian setelah transaksi terhadap keputusan pembelian.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu kuesioner, observasi, studi pustaka dan dokumentasi. Responden penelitian ini adalah orang tua siswa/I SD Negeri 1 Tarogong Gentra Masekdas Garut yang berjumlah 75 orang dengan teknik *random sampling*. Penelitian ini menggunakan teori disonansi kognitif bahwa disonansi adalah perasaan tidak nyaman yang memotivasi orang untuk mengambil langkah demi mengurangi ketidanyamanan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1). variabel emosional (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian; 2). variabel kebijaksanaan pembelian (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian; 3). variabel perhatian setelah transaksi (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengujian koefisien regresi X1, X2, X3 terhadap Y diperoleh nilai sebesar  $F\text{-hitung} = 7,846 > F\text{ tabel} (3,127)$  maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel Emosional, Kebijaksanaan Pembelian dan Perhatian Setelah Transaksi terhadap Keputusan Pembelian *gadget* untuk anak sekolah dasar

**Kata kunci: Disonansi Kognitif, Orang Tua, Sikap, Keputusan, Gadget.**

**PENDAHULUAN**

Menurut (Widiawati & Sugiman, (2014:112) Pengguna *gadget* di Indonesia ini tidak hanya digunakan pada kalangan remaja (usia 12-22), dan dewasa atau lanjut usia (usia 22 ke atas), namun juga dikalangan usia anak-anak sekolah dasar (7-12 tahun) yang seharusnya belum menggunakan *gadget*.

Proses komunikasi yang dilakukan antara orang tua dengan anak yang sudah diberikan *gadget* dari mulai kalangan usia anak-anak sekolah dasar (7-12 tahun) tersebut alasannya karena mengikuti perkembangan zaman dan kondisi lingkungan sekitar dimana pada usia anak 7-12 sudah mempunyai keinginan untuk mengikuti apa saja yang dimiliki dan dilakukan oleh kebanyakan

teman sebayanya salah satunya teman-teman yang sudah diberikan fasilitas *gadget*, kondisi ini menuntut orang tua untuk menuruti keinginan anaknya membelikan *gadget* seperti teman-temannya, walaupun tetap saja hal tersebut mengundang kekhawatiran orang tua akan efek negatif dari penggunaan *gadget* terhadap keingintahuan akan semua hal dan terutama efek bagi perkembangan anak baik secara fisik maupun mental sangat besar, berdasarkan Cris Rowan, dalam tulisannya yang berjudul “*10 reasons why handheld devices should be banned for children under the age of 12*” di Huffington Post, menyebutkan beberapa dampak buruk *gadget* terhadap anak yaitu 1) pertumbuhan otak yang terlalu cepat, 2) Hambatan perkembangan, 3) Obesitas, 4) Gangguan tidur, 5) Penyakit mental, 6) Agresif, 7) Pikun digital, 8) Adiksi, 9) Radiasi, 10) Tidak berkelanjutan.

Berdasarkan data hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang menggambarkan bahwa pada tahun 2017, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 143,26 juta jiwa, pengguna internet anak SMP atau sederajat mencapai 48,53 persen dan anak SD atau sederajat mencapai 25,10 persen. Angka tersebut meningkat dibandingkan pada tahun sebelumnya, yakni tahun 2016 yang tercatat mencapai 132,7 juta jiwa.

Adapun alasan memilih anak sekolah dasar karena pada usia sekolah dasar (7-12 tahun) anak sudah dapat merasakan rangsangan intelektual atau melaksanakan tugas-tugas belajar dalam kemampuan kognitif, serta sangat peka terhadap seluruh rangsangan eksternal dimana anak secara khusus mudah menerima berbagai macam stimulus dari lingkungannya. Anak-anak bisa bertindak lebih cepat daripada yang dipikirkan orang dewasa atau orangtuanya sendiri dalam hal mencari informasi. Hubungan antara *gadget* dan internet membuat mereka menjadi lebih mandiri dalam mencari informasi, bahkan anak lebih suka bertanya kepada *gadget* ketimbang berkomunikasi dengan orangtuanya sendiri.

Hasil survei menjelaskan bahwa pada hakikatnya orang tua akan melakukan hal apapun untuk kebahagiaan anaknya, orang tua telah memiliki kesadaran akan dampak negatif dari *gadget* namun mereka masih mengizinkan anaknya menggunakan *gadget* tersebut. Walaupun pada kenyataannya tanpa disadari keputusan yang diambil oleh mereka menimbulkan pertentangan pada dirinya. orang tua mengalami pertentangan atas berlawanannya ide atau kognisi yang disebut disonansi kognitif.

Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan terkait fenomena penggunaan *gadget* pada siswa sekolah dasar maka teori yang digunakan yaitu teori disonansi kognitif. Disonansi Kognitif adalah kondisi di mana seseorang menemukan diri mereka sendiri melakukan sesuatu yang tidak sesuai dengan apa yang mereka ketahui, atau mempunyai pendapat yang tidak sesuai dengan pendapat lain yang mereka pegang (West & Turner, 2008:137).

Berdasarkan perkembangan teori disonansi kognitif dalam pembelian dapat diukur dengan tiga dimensi yaitu Emosional, Kebijakan pembelian, Perhatian setelah transaksi (Sweeney, et all, 2000:380).

Emosional berkaitan dengan situasi psikologi intrapersonal orang tua saat melakukan pembelian, dalam hal ini kondisi psikolog orang tua secara alami mempertanyakan apakah tindakan untuk memberikan gadget bagi anaknya yang berusia anak sekolah dasar itu sudah tepat. Kebijakan pembelian berkaitan dengan keputusan yang telah dilakukan, dalam hal ini orang tua mempertanyakan apakah dia telah memberi *gadget* yang benar-benar sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh anaknya . Perhatian setelah transaksi berkaitan dengan kekecewaan orang tua, pada kondisi ini orang tua cenderung kurang yakin dengan keputusannya membelikan gadget untuk anaknya. Berdasarkan asumsi teori disonansi kognitif maka dalam penelitian ini disonansi kognitif orang tua diasumsikan sebagai salah satu penyebab yang memengaruhi keputusan pembelian gadget untuk usia anak sekolah dasar.(Sweeney, et all, 2000:380).

Melihat bahwa Penggunaan *gadget* pada usia anak sekolah dasar menjadi sangat penting untuk dikaji, karena *gadget* saat ini menjadi salah satu alat komunikasi yang dapat digunakan untuk mendidik anak, maka peran orang tua akan memiliki tanggung jawab yang lebih besar dan bijak dalam mengawasi serta membimbing secara interpersonal dengan anak dalam menggunakan *gadget* yang baik dan sehat untuk mendapatkan pengetahuan sesuai dengan kebutuhan anak. Sehingga hal ini

mempengaruhi keputusan pembelian gadget. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:181) mengatakan bahwa keputusan pembelian pada konsumen adalah membeli merek yang paling disukai berdasarkan alternatif yang tersedia. Ada dua faktor yang bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor yang kedua adalah faktor situasional. Oleh sebab itu, niat prefensi dan niat pembelian tidak selalu menghasilkan pembelian yang aktual.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka permasalahan yang diteliti dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh faktor emosional orang tua terhadap keputusan pembelian gadget untuk anak sekolah dasar ?
2. Seberapa besar pengaruh kebijaksanaan pembelian orang tua terhadap keputusan gadget untuk anak sekolah dasar ?
3. Seberapa besar pengaruh perhatian setelah transaksi orang tua terhadap keputusan pembelian gadget untuk anak sekolah dasar ?

## **KAJIAN PUSTAKA**

Dasar teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori disonansi kognitif dari Leon Festinger (1957), teori ini berasumsi bahwa disonansi adalah perasaan tidak nyaman yang memotivasi orang untuk mengambil langkah demi mengurangi ketidanyamanan. (West dan Turner, 2008:137). Roger Brown (1965) mengatakan dasar dari teori ini mengikuti sebuah prinsip yang cukup sederhana keadaan disonansi kognitif dikatakan sebagai ketidaknyamanan psikologis atau ketegangan yang memotivasi usaha-usaha untuk mencapai konsonansi. Disonansi adalah sebutan untuk ketidakseimbangan dari konsonansi adalah sebutan untuk keseimbangan (West dan Turner, 2008:137). Dalam buku teori komunikasi yang dikemukakan oleh West & Tuner (2008:135) mengemukakan empat asumsi mengenai teori ini yaitu :

1. Manusia memiliki hasrat akan adanya konsistensi pada keyakinan, sikap, dan perilakunya.
2. disonansi diciptakan oleh inkonsistensi psikologis.
3. disonansi adalah perasaan tidak suka yang mendorong orang untuk melakukan tindakan dengan dampak yang dapat diukur.
4. disonansi akan mendorong usaha untuk memperoleh konsonansi dan usaha untuk mengurangi disonansi

### **Metode Penelitian**

Untuk melakukan penelitian ini penulis memilih menggunakan pendekatan kuantitatif, menggunakan jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini terdiri dari dua studi yaitu :

#### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang secara langsung diambil dari objek penelitian perorangan maupun organisasi. Sumber data primer adalah kuesioner, yaitu pengumpulan data melalui data terstruktur, mencakup pertanyaan-pertanyaan tertulis yang akan dibagikan kepada responden

#### **2. Data Sekunder**

Penulis juga membutuhkan data sekunder sebagai pendukung penelitian ini, data sekunder adalah data yang didapat tidak secara langsung dari objek penelitian melainkan data yang bersumber dari studi pustaka yang diperoleh melalui buku-buku, jurnal, dokumen, artikel dan situs internet untuk memperkuat kerangka pemikiran dan menganalisis data. Melakukan observasi serta wawancara dengan perwakilan orang tua siswa sekolah dasar.

Dalam penelitian ini pilihan jawaban yang digunakan dalam kuesioner adalah Sangat Sering (SS), Sering (S), Ragu-ragu (RR), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).

**Tabel 3.3**  
**Bobot/Nilai Alternatif Jawaban**

Alternatif Jawaban	Bobot / Nilai
Sangat Sering/Setuju	5
Sering/Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Dalam penelitian ini yang akan menjadi populasi adalah orang tua siswa/i yang bersekolah di SD Negeri Tarogong 1 Gentra Masekdas Garut dengan kriteria yaitu Orang tua siswa/i Sekolah Dasar dan Anak yang difasilitasi *gadget*

Populasi (N) 100 dengan tingkat kesalahan (e) = 10% maka jumlah sampel (n) adalah :  

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} n = \frac{300}{1+300(0,1)^2} n = \frac{300}{1+3} n = 75 \text{ orang}$$

^Keterangan :

- n : ukuran *sampel*
- N : Ukuran Populasi
- e : tingkat kesalahan

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

**Tabel 4.29**  
**Variabel X1 Emosional**  
**Item-Total Statistics**

	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keputusan
item1	.332	.876	Valid
item2	.696	.823	Valid
item3	.638	.831	Valid
item4	.695	.833	Valid
item5	.644	.831	Valid
item6	.648	.831	Valid
item7	.649	.830	Valid
item8	.654	.831	Valid

Sumber : Olah Data Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.29 menunjukkan bahwa ada 8 butir pernyataan instrumen variabel emosional (X1), Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai r table, dimana nilai r table adalah  $df = 75 - 2 = 73$ , maka  $r \text{ table} = 0,227$ . Jadi, seluruh item pernyataan variabel X1 dinyatakan **Valid**. Dengan demikian kuesioner dapat dijadikan alat ukur yang sah dan layak digunakan untuk penelitian.

**Tabel 4.30**  
**Variabel X2 Kebijakan Orang Tua**  
**Item-Total Statistics**

	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	r tabel (0,05; 73)	Keputusan
item9	.482	.827	0,227	Valid
item10	.800	.645	0,227	Valid
item11	.682	.710	0,227	Valid
item12	.564	.784	0,227	Valid

Sumber : Olah Data Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.30 menunjukkan bahwa ada 4 butir pernyataan instrumen variabel kebijakan pembelian (X2), Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai r table, dimana nilai r table adalah  $df = 75 - 2 = 73$ , maka r table = 0,227. Jadi, seluruh item pernyataan variabel X2 dinyatakan **Valid**.

**Tabel 4.31**  
**Variabel X3 Keputusan Setelah Pembelian**  
**Item-Total Statistics**

	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	r tabel (0,05; 73)	Keputusan
item13	.761	.886	0,227	Valid
item14	.870	.792	0,227	Valid
item15	.768	.881	0,227	Valid

Sumber : Olah Data Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.31 menunjukkan bahwa nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai r table, dimana nilai r table adalah  $df = 75 - 2 = 73$ , maka r table = 0,227. Jadi, seluruh item pernyataan variabel X3 dinyatakan **Valid**

**Tabel 4.32**  
**Variabel Y Keputusan Pembelian Gadget**  
**Item-Total Statistics**

	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	Keputusan
item16	.334	.806	Valid
item17	.726	.647	Valid
item18	.599	.701	Valid
item19	.583	.732	Valid
item20	.574	.714	Valid

Sumber : Olah Data Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.32 menunjukkan bahwa nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai r table, dimana nilai r table adalah  $df = 75 - 2 = 73$ , maka r table = 0,227. Jadi, seluruh item pernyataan variabel Y dinyatakan **valid**

### Uji Reliabilitas

**Tabel 4.33**  
**Variabel X1 Emosional**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items	Keputusan
.854	8	Sangat Reliabel

Sumber : Olah Data Peneliti, 2018

berdasarkan tabel 4.33 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari instrument Emosiional adalah **0.854**. Berdasarkan tabel reliabilitas cronbach alpa, nilai ini berada di antara  $>0,80 - 1,00$  yang berarti instrument variabel emosional **Sangat Reliabel**.

**Tabel 4.34**  
**Variabel X2 Kebijakan Orang Tua**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items	Keputusan
.798	4	Reliabel

Sumber : Olah Data Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.34 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari instrumen kebijakan orang tua adalah **0,798**. Berdasarkan tabel reliabilitas cronbach alpa, nilai ini berada di antara  $>0,60 - 0,80$  yang berarti instrument variabel kebijakan orang tua **Reliabel**.

**Tabel 4.35**  
**Variabel X3 Perhatian setelah Pembelian**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items	Keputusan
.898	3	Sangat Reliabel

Sumber : Olah Data Peneliti, 2018

berdasarkan tabel 4.35 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari instrumen Perhatian setelah Pembelian adalah **0,898**. Berdasarkan tabel reliabilitas cronbach alpa, nilai ini berada di antara  $>0,80 - 1,00$  yang berarti instrument variabel Perhatian setelah Pembelian **Sangat Reliabel**.

**Tabel 4.36**  
**Variabel Y Keputusan Pembelian Gadget**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items	Keputusan
.766	5	Reliabel

Sumber : Olah Data Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.36 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari instrumen Keputusan Pembelian *Gadget* adalah **0,766**. Berdasarkan tabel reliabilitas cronbach alpa, nilai ini berada di antara  $>0,60 - 0,80$  yang berarti instrument variabel Keputusan Pembelian *Gadget* **Reliabel**.

#### 4.5.1. Uji Hipotesis F-Test (Simultan)

**Tabel 4. 41 Hasil Uji F-Test**

ANOVA <sup>a</sup>			
Model	Sum of Squares	F	Sig.
1 Regression	5.796	7.846	.000 <sup>b</sup>
Residual	162.124		
Total	167.920		

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), perhatian setelah transaksi, kebijakan pembelian, Emosiional

Sumber : Olah Data Peneliti, 2018

Dalam penelitian ini pengujian secara simultan menggunakan uji F atau ANOVA (*Analysis Of Variance*). Pengujian ini dilakukan untuk melihat pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen yaitu emosional, kebijaksanaan pembelian, dan perhatian setelah stransaksi. Berdasarkan hasil uji F-Test diperoleh nilai F-hitung = 7,846, F tabel (3,127) dan nilai signifikansi =  $0.000 < 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan dapat disimpulkan bahwa variabel emosional, kebijaksanaan pembelian, dan perhatian setelah stransaksi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga sesuai dengan proses pengambilan hipotesis

**Uji Hipotesis T-Test (Parsial)**

**Tabel 4. 42 Hasil Uji T-Test Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.036	2.250		8.462	.000
	Emosional	.034	.130	.082	.265	.792
	kebijaksanaan pembelian	.014	.132	.033	.107	.915
	perhatian setelah transaksi	.199	.129	.181	1.543	.127

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber : Olah Data Peneliti, 2018

Nilai t-hitung variabel emosional (X1) sebesar (265) dengan taraf signifikan 0, .792. Karena nilai signifikansi lebih besar dari alpha, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini berarti, variabel emosional (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Nilai t-hitung variabel kebijaksanaan pembelian (X2) sebesar (107) dengan taraf signifikan 0,915. Karena nilai signifikansi lebih besar dari alpha, maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima. Hal ini berarti, variabel kebijaksanaan pembelian (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Nilai t-hitung variabel perhatian setelah transaksi (X3) sebesar (1.543) dengan taraf signifikan 0,127. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari alpha, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti, variabel perhatian setelah transaksi (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

## **Pembahasan**

Dari pengamatan peneliti kepada orang tua siswa/I SD Negeri 1 Tarogong Gentra Masekdas Garut berdasarkan tingkat emosionalnya dalam mengambil keputusan membeli *gadget* untuk anaknya, orang tua merasa telah membuat sesuatu yang salah karena sudah membelikan *gadget* untuk anaknya mengingat akan dampak yang ditimbulkan dari *gadget* seperti membahayakan bagi kesehatan anak, sebagian besar orang tua yang diteliti merasakan putus asa, menyesal, kecewa dengan diri sendiri, takut, marah, khawatir, kesal dengan diri sendiri frustrasi, sakit hati, depresi, marah dengan diri sendiri karena telah membuat keputusan membelikan *gadget* untuk anaknya, menurut orang tua bahwa dengan membelikan *gadget* untuk anaknya mereka akan merasa mendapat masalah yang mengancam kesehatan anaknya, meskipun notabennya anak sekolah dasar belum diperbolehkan menggunakan *gadget* karena banyaknya dampak *gadget* tersebut. Akan tetapi disisi lain orang tua ingin memberikan kebahagiaan kepada anaknya dengan menuruti keinginan anaknya. Perilaku orang tua siswa/I SD negeri 1 Tarogong Gentra Masekdas Garut sebagai konsumen tidak hanya sampai pada pembelian *gadget* saja, tetapi perilaku orang tua setelah pembelian bahwa setelah membeli *gadget* untuk anak ada kalanya orang tua dihadapkan pada kondisi dimana perasaan yang diharapkan tidak sesuai dengan yang didapat sehingga menimbulkan disonansi kognitif.

## Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini merupakan sebuah jawaban dari identifikasi masalah sebagaimana yang telah dibuat pada bab sebelumnya. Kesimpulan disusun berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, sehingga dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh variabel emosional (X1) terhadap keputusan pembelian, bahwa nilai t-hitung variabel emosional (X1) sebesar (265) dengan taraf signifikan 0.792. Karena nilai signifikansi lebih besar dari alpha, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini berarti, variabel emosional (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh variabel kebijaksanaan pembelian (X2) terhadap keputusan pembelian, bahwa Nilai t-hitung variabel kebijaksanaan pembelian (X2) sebesar (107) dengan taraf signifikan 0,915. Karena nilai signifikansi lebih besar dari alpha, maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima. Hal ini berarti, variabel kebijaksanaan pembelian (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh variabel perhatian setelah transaksi (X3) terhadap keputusan pembelian, bahwa Nilai t-hitung variabel perhatian setelah transaksi (X3) sebesar (1.543) dengan taraf signifikan 0,127. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari alpha, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti, variabel perhatian setelah transaksi (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Besarnya pengaruh variabel Emosional (X1), Kebijakan Pembelian (X2), dan Perhatian Setelah Transaksi (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dapat diketahui dengan melihat nilai  $R^2$  pada tabel Model Summary. Dalam kasus ini besarnya  $R^2$  adalah  $0,0345 = 3,45\%$ . Artinya pengaruh variabel Emosional (X1), Kebijakan Pembelian (X2), dan Perhatian Setelah Transaksi (X3) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 3,45% dan besarnya variabel lain yang memengaruhi variabel Sikap Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 96.5%. Angka 96.5%. didapat dari  $(100\% - 3,45\%) = 96.5\%$ .

## Saran

### Secara Teoritis

Adapun saran secara teoritis pada penelitian ini adalah :

- a. Disarankan agar dapat melakukan penelitian lebih mendalam terhadap pengaruh disonansi kognitif khususnya studi kasus yang saat ini berkembang dimasyarakat seperti dampak teknologi bagi masa milineal.
- b. Disarankan bagi program studi ilmu komunikasi diharapkan agar memperbanyak literatur mengenai perkembangan teori disonansi kognitif dan efek terhadap psikologi komunikasi, mengingat bahwa hal tersebut penting untuk dikaji bagi ilmu pengetahuan dan wawasan luas.
- c. Disarankan bagi peneliti lain dikarenakan peneliti hanya membatasi pada aspek sikap saja, namun akan berbeda halnya jika tidak terbatas pada area sikap tetapi memasukan jabaran dari sikap manusia atau aspek lainnya ke dalam penelitian yaitu seperti aspek afektif, kognitif dan konatif.
- d. Disarankan bagi peneliti lain agar melakukan penelitian lebih mendalam mengenai disonansi kognitif orang tua khususnya yang berkaitan dengan pengaruh antara kebijaksanaan orang tua terhadap keputusan pembelian gadget untuk anak sekolah dasar.

### Secara Praktis

Adapun saran secara praktis pada penelitian ini adalah :

- a. Bagi Orang Tua

Disarankan bagi orang tua peneliti berharap penelitian tersebut dapat dijadikan bahan masukan untuk meningkatkan kemampuan orang tua dalam membuat pilihan yang lebih cepat dan akurat Terutama bijak dalam proses pengambilan keputusan pembelian gadget untuk anaknya yang masih usia anak sekolah dasar bahwa sebagai orang tua akan dapat



memperkecil dampak negatif *gadget* bagi anak, mengingat sangat penting untuk mengawasi dan membimbing anak dalam memberikan fasilitas seperti *gadget* untuk anak sesuai kebutuhan anak tersebut

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya disarankan dapat menggunakan objek dan subjek lain agar peneliti mendapatkan kajian yang lebih mendalam terhadap pengaruh teori disonansi kognitif agar menjadi bahan referensi atau dasar pijakan bagi penelitian lebih lanjut khususnya dalam bidang public relations komunikasi.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku :

- Ardianto, Elvinaro. (2010). *Metodologi penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Agus M. Hardjana, (2003) komunikasi interpersonal & interpersonal, Yogyakarta Kanisius,
- Devito, Joseph A. 1987. *Komunikasi Antar Manusia*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ilmu SPSS 20*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Wiliam, Nicole, dan Djatmiko, Budi. (2010). *Kamus Kantong Bahasa Inggris Indonesia*. Yogyakarta : Pustaka Widyatama.
- Nazir (2014). *Metode Penelitian*, Bogor:Ghalia indonesia
- Kotler, dan Keller (2008), *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta:Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat.(2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta:Kencana
- (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi cetakan ke 6*. Jakarta:Kencana Prenada Media Group
- Koekasih, H.E.,Hermawan Wawan. (2012). *Bahasa Indonesia Berbasis Kepenulisan Karya Ilmiah dan Jurnal*, Bandung:CV Thursina, 2012
- Nazir, 2014. *Metode Penelitian*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Rachmat, J. (2004), *Psikologi Komunika*s. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Setiadi, Nugroho, 2013 Perilaku Konsumen (Edisi Revisi), Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Siregar. Syofian. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Singarimbun, M & Effendy S.(1995). *Metode Penelitian Survei*, Edisi Revisi. Jakarta : PT.Pustaka LP3ES
- Sugiono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*,Bansung: Remadja Karya
- (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*,Bansung: Remadja Karya
- (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*,Bansung: Remadja Karya
- (2016) *Statistika Untuk Penelitian*. Bansung:Alfabeta.

Yusuf, Syamsu (2008). *Psikologi Perkembangan Anak Dan Remaja*, Bandung: Pt:Remaja Rosdakarya

Gozali Imam (2012) *Aplikasi Analisis Multivariencie Dengan Program Ibm Spss 20*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Syahra R.(2006). *Informatika Sosial Peluang Dan Tantangan*. LIPI, Bandung.

West, R. dan Lynn, T. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi, Edisi 3 :Analisis dan Aplikasi Buku 1*. Jakarta:Salemba Humanika.

#### **Jurnal :**

Festinger LA. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Evanston, IL:Row, Peterson dan Company.

Sweeney, J.C, Hausknecht, D, dan Soutar, G.N.(2000), Cognitive Dissonance after Purchase : A Multidimensional Scale, *Psychology and Marketing*, Vol 17.369-383.

Widiawati Iis, H.S. (2014). Pengaruh Perkembangan Gadget Terhadap Daya Kembang Anak. Prosiding seminar nasional multidisiplin Ilmu, Jakarta 10 Mei, 106-112.

Rahayuningsih, Sri Utami, 2008. Psikologi Umum 2. Bab1 Sikap (Attitude)

Handrianto P. (2013) *Dampak Smartphone (Online)*

Jarot Wijanarko, *Pengaruh Pemakaian Gadget Dan Perilaku Anak Terhadap Kemampuan Anak Taman Kanak-Kanak Happy Holy Kids* Jakarta.

#### **Skripsi :**

Arif Ramadhan 2015 *Hubungan Tingkat Kecanduan Gadget Dengan Gangguan Emosi Dan Perilaku Remaja Usia 11-12 Tahun*, Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Hasanudin, Makassar

Ria Nugraha Waty, 2016. *Pengaruh Sikap Terhadap Produk Fashion dan Disonansi Kognitif pada Pengambilan Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Kota Bandung*, Program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta,

Sandy Alvian, (2016). *Hubungan Antara Dimensi Disonansi Kognitif pada Gambar Peringatan Merokok dalam Keputusan Pembelian dengan Upaya Mengurangi Disonansi*, Universitas Padjadjaran Bandung,

#### **Sumber Internet/Website :**

[https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3834/siaran+pers+no.+17-pih-kominfo-2-2014+tentang+riset+kominfo+dan+unicef+mengenai+perilaku+anak+dan+remaja+dalam+menggunakan+internet+/0/siaran\\_pers](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3834/siaran+pers+no.+17-pih-kominfo-2-2014+tentang+riset+kominfo+dan+unicef+mengenai+perilaku+anak+dan+remaja+dalam+menggunakan+internet+/0/siaran_pers) diakses pada 27 april 2018

<https://edukasi.kompas.com/read/2018/03/13/09110061/ketika-anak-bertanya-gadget-menjawab> diakses pada 27 april 2018

<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/02/19/161115126/tahun-2017-pengguna-internet-di-indonesia-mencapai-14327-juta-orang> diakses pada 27 april 2018