

**PERBEDAAN PENYESALAN PASCA PEMBELIAN
DITINJAU BERDASARKAN GENDER PADA
SISWA ALIYAH INSAN QUR'ANI**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

**SITI KARIMAH
NIM. 170901031**



**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PERBEDAAN PENYESALAN PASCA PEMBELIAN DITINJAU
BERDASARKAN GENDER PADA SISWA ALIYAH INSAN QUR'ANI**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Psikologi
UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 Psikologi (S.Psi)**

Oleh :

**Siti Karimah
NIM. 170901031**

Disetujui Oleh:

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

Pembimbing I,



**Jasmadi, S.Psi., M.A., Psikolog
NIP. 197609122006041001**

Pembimbing II,



**Aidal Masrura, B.H.Sc (Hons) (Psychology), M. Si
NIP. -**

LEMBAR PENGESAHAN

**PERBEDAAN PENYESALAN PASCA PEMBELIAN DITINJAU BERDASARKAN
GENDER PADA SISWA ALIYAH INSAN QUR'ANI**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Psikologi
UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 Psikologi (S.Psi)**

Diajukan Oleh :

**SITI KARIMAH
NIM. 170901031**

Pada Hari/Tanggal

**Jum'at, 15 Juli 2022 M
15 Zulhijjah 1443 H**

di

**Darussalam – Banda Aceh
Panitia Sidang Munaqasyah**

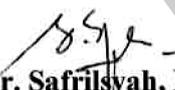
Ketua


**Jasmadi, S.Psi., M.A., Psikolog
NIP. 197609122006041001**

Sekretaris


**Aidah Masrura, B.H.Sc., M.Si
NIP. -**

Penguji I,


**Dr. Safrilsyah, M.Si.
NIP. 197004201997031001**

Penguji II


**Karuniwati, S.Psi., M.psi, Psikolog
NIDN. 0019068202**

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry**




**Dr. Salami, MA
NIP. 196512051992032**

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Dengan ini saya:

Nama : Siti Karimah

NIM : 170901031

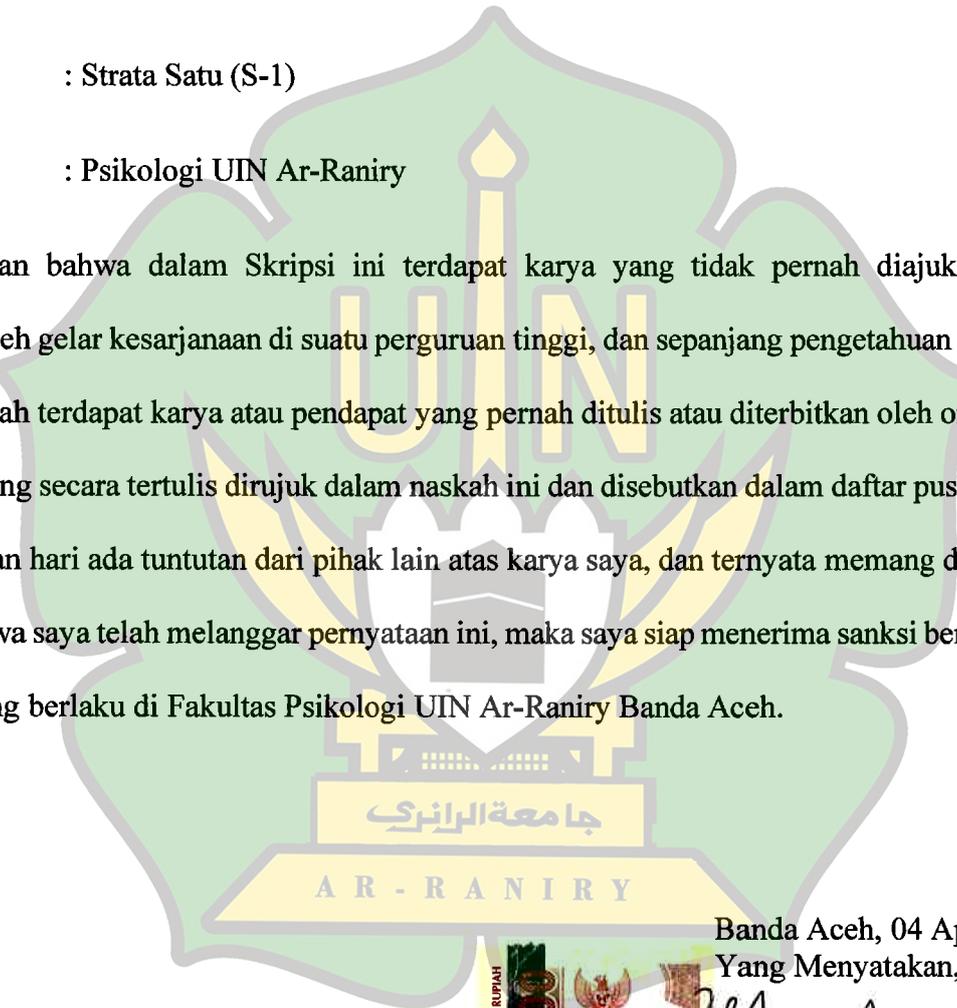
Jenjang : Strata Satu (S-1)

Prodi : Psikologi UIN Ar-Raniry

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini terdapat karya yang tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak pernah terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Banda Aceh, 04 April 2022
Yang Menyatakan,


Siti Karimah
NIM.170901031



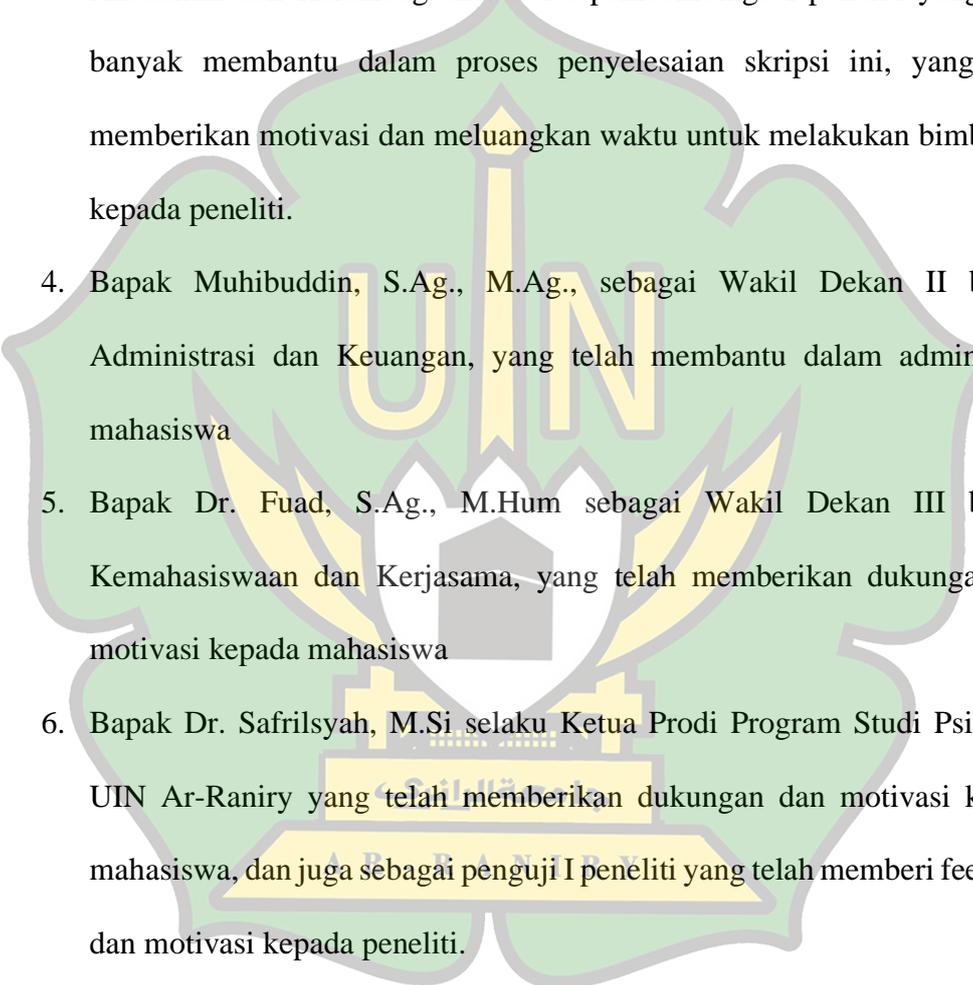

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini. Shalawat dan salam peneliti sanjungkan kepangkuan Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan sahabat beliau yang telah memberikan pencerahan bagi kita hingga dapat merasakan nikmatnya iman dalam Islam, serta nikmat kemuliaan dalam ilmu pengetahuan.

Penelitian Skripsi ini yang berjudul **“Perbedaan Pasca Pembelajaran Ditinjau Berdasarkan Gender Pada Siswa Aliyah Insan Qur’ani”** untuk melengkapi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi pada Program S1 Psikologi di UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam penyusunan Skripsi ini, peneliti mendapat bimbingan, arahan dan bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan ungkapan terima kasih kepada:

1. Teristimewa kepada keluarga besar peneliti, Ayahanda Khairuddin dan Ibunda Ismiati yang sudah memberikan kasih sayang kepada peneliti mulai dari kecil sampai sekarang dan senantiasa mendidik, memberi dukungan dan doa kepada peneliti. Saudari peneliti yaitu adik tercinta saya Raisa Qanita yang telah memberikan dukungan, semangat serta perhatian kepada peneliti. Tanpa cinta dari keluarga mungkin skripsi ini tidak dapat diselesaikan. Saya ingin melakukan yang terbaik untuk setiap kepercayaan yang diberikan. Pencapaian ini adalah persembahan istimewa saya untuk keluarga besar.

- 
2. Ibu Dr. Salami MA sebagai Dekan Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada semua mahasiswa Psikologi.
 3. Bapak Jasmadi, S.Psi., MA., Psikolog sebagai Wakil Dekan I bidang Akademik dan Kelembagaan beserta pembimbing I peneliti yang telah banyak membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini, yang telah memberikan motivasi dan meluangkan waktu untuk melakukan bimbingan kepada peneliti.
 4. Bapak Muhibuddin, S.Ag., M.Ag., sebagai Wakil Dekan II bidang Administrasi dan Keuangan, yang telah membantu dalam administrasi mahasiswa
 5. Bapak Dr. Fuad, S.Ag., M.Hum sebagai Wakil Dekan III bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada mahasiswa
 6. Bapak Dr. Safrilsyah, M.Si selaku Ketua Prodi Program Studi Psikologi UIN Ar-Raniry yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada mahasiswa, dan juga sebagai penguji I peneliti yang telah memberi feedback dan motivasi kepada peneliti.
 7. Ibu Aidal Masrura, B.H.Sc (Hons) (Psychology), M.Si selaku pembimbing II yang telah banyak membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini, yang telah memberikan motivasi dan meluangkan waktu untuk melakukan bimbingan kepada peneliti.

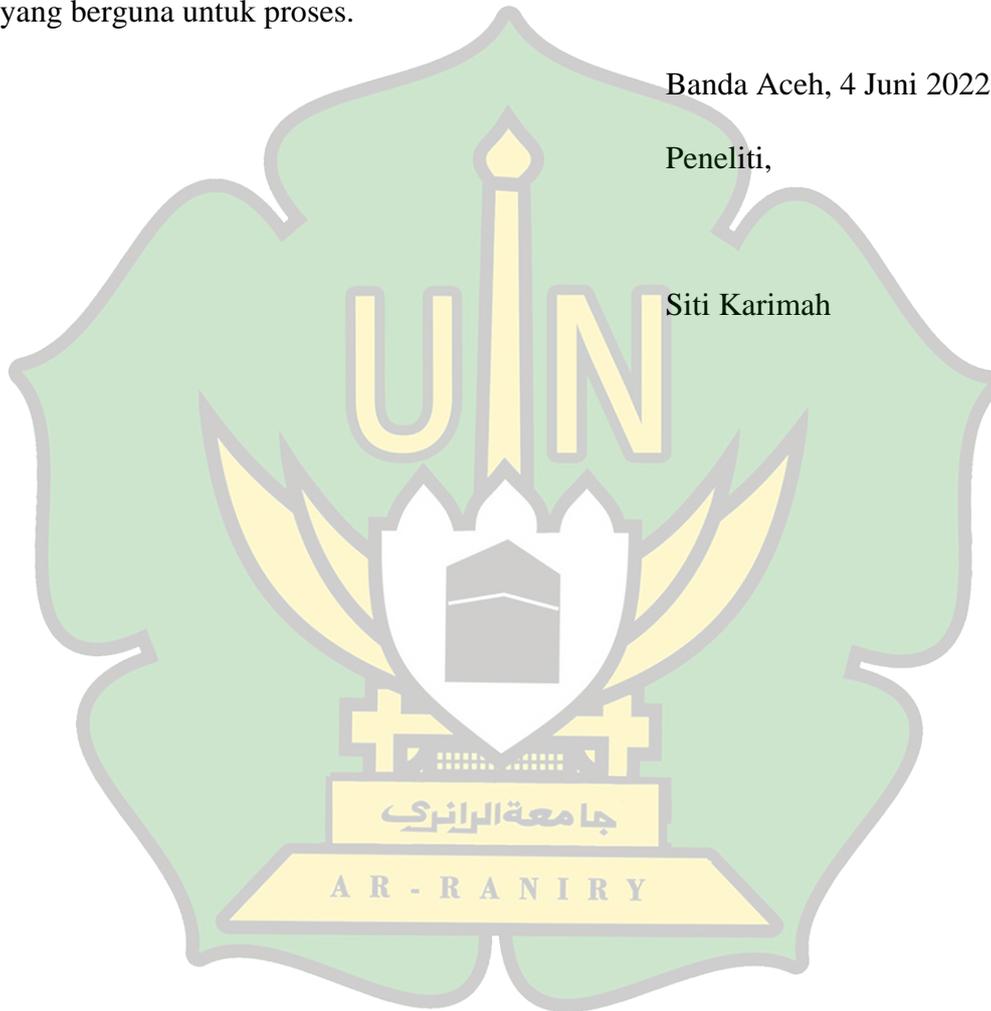
8. Ibu Karjuniwati, S.Psi., M.Psi., Psikolog selaku penguji II yang telah memberi feedback dan motivasi kepada peneliti.
9. Kepada seluruh responden peneliti, adik-adik Aliyah Insan Qur'ani yang telah meluangkan waktu mengisi angket peneliti.
10. Kepada teman saya, Khairan Nabila Yoza S.Psi dan Khayratus Sara S.Ap. yang telah mendukung saya selama proses perkuliahan hingga selesainya skripsi ini.
11. Kepada Teman Aliyah peneliti Nafilah Afrach Shanty beserta Geng Andalusia yang telah menyemangati peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
12. Kepada Budiadari Zahratul Jannah, Rahmi Najla, dan Miskiyya Nadhifa yang selalu menyemangati dan memberi moral *support* kepada peneliti.
13. Kepada teman *second account* yang setia mendengar keluh kesah dan menyemangati peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
14. Seluruh mahasiswa/i Psikologi angkatan 2017 yang telah kebersamaian peneliti semasa menempuh studi di jurusan Psikologi.
15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu kelancaran proses penyusunan skripsi.
16. *“Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off I wanna thank me to take a little step and be in a progress. I wanna thank me for still being in earth and made it through at this point. I wanna thank me for all.”*

Peneliti tidak dapat membalas semua kebaikan yang telah mereka berikan. Hanya kepada Allah SWT peneliti serahkan, semoga semua kebaikan mereka mendapat balasan pahala terbaik darinya. Selanjutnya, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka dari itu, segala kritikan dan saran yang berguna untuk proses.

Banda Aceh, 4 Juni 2022

Peneliti,

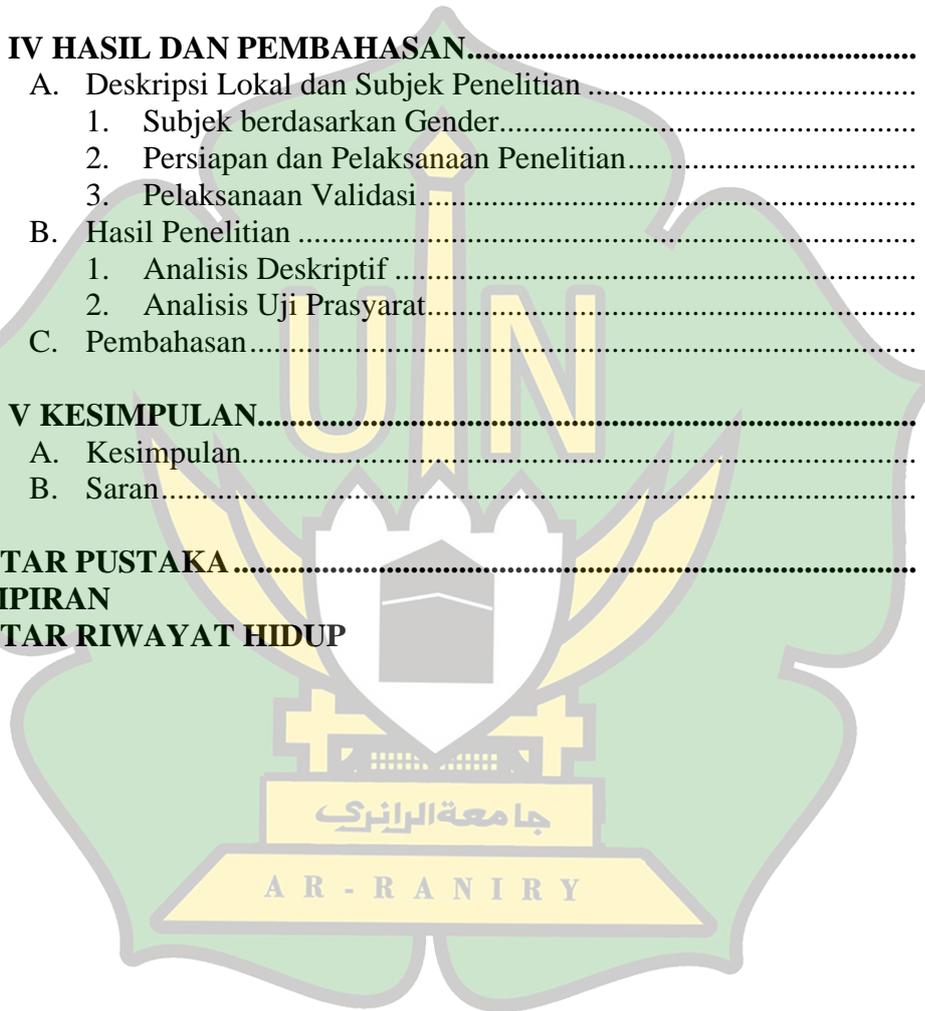
Siti Karimah



DAFTAR ISI

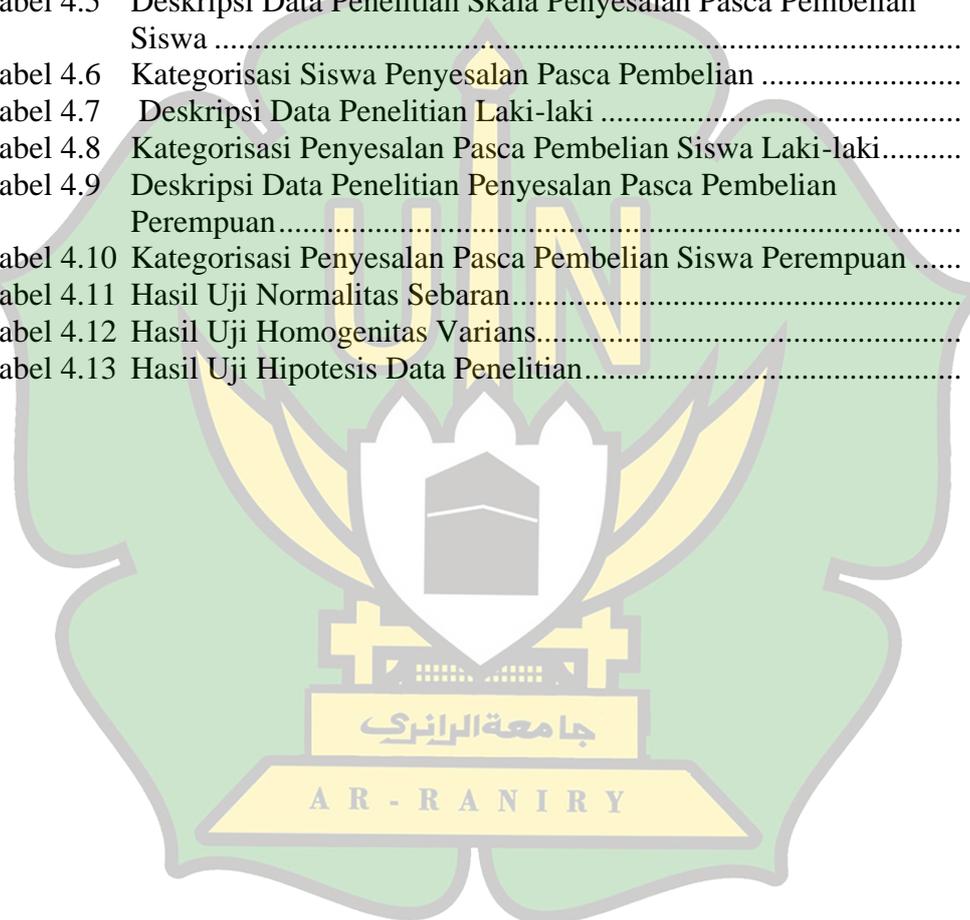
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
1. Manfaat Teoritis	5
2. Manfaat Praktis	6
E. Keaslian Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Penyesalan Pasca Pembelian.....	9
1. Pengertian Penyesalan Pasca Pembelian.....	9
2. Aspek-Aspek Penyesalan Pasca Pembelian.....	10
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penyesalan Pasca Pembelian.....	13
B. Gender	17
1. Pengertian Gender.....	17
C. Perbedaan Penyesalan Pasca Pembelian Ditinjau Berdasarkan Gender.....	17
D. Hipotesis.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
A. Pendekatan dan Metode Penelitian	20
B. Identifikasi Variabel Penelitian.....	20
1. Variabel Bebas (X) : Gender.....	21
2. Variabel Terikat (Y) : Penyesalan Pasca Pembelian.....	21
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	21
1. Penyesalan Pasca Pembelian.....	21
2. Gender.....	21
D. Subjek Penelitian.....	21
1. Populasi	21
2. Sampel.....	22
E. Teknik Pengumpulan Data.....	22

1. Persiapan Alat Ukur Penelitian	22
2. Pelaksanaan Uji Coba (Try Out) dan Penelitian	25
3. Uji Validitas Aitem	25
4. Uji Daya Beda Aitem	26
5. Uji Reliabilitas	26
F. Teknik Analisis Data	27
1. Uji Asumsi	27
2. Uji Hipotesis	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	29
A. Deskripsi Lokal dan Subjek Penelitian	29
1. Subjek berdasarkan Gender	29
2. Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian	29
3. Pelaksanaan Validasi	29
B. Hasil Penelitian	33
1. Analisis Deskriptif	33
2. Analisis Uji Prasyarat	36
C. Pembahasan	38
BAB V KESIMPULAN.....	40
A. Kesimpulan	40
B. Saran	40
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Populasi Siswa Wilayah Insan Qur'ani	22
Tabel 3.2	Skala Likert	23
Tabel 3.3	Blue Print Skala Penyesalan Pasca Pembelian.....	24
Tabel 3.4	Tabel Pengkodean Jenis Kelamin	25
Tabel 4.1	Data Demografi Subjek Penelitian Kategori Gender.	29
Tabel 4.2	Koefisien Penyesalan Pasca Pembelian	30
Tabel 4.3	Koefisien Daya Beda Item Skala Penyesalan Pasca Pembelian ...	31
Tabel 4.4	Blue Print Akhir Penyesalan Pasca Pembelian	32
Tabel 4.5	Deskripsi Data Penelitian Skala Penyesalan Pasca Pembelian Siswa	33
Tabel 4.6	Kategorisasi Siswa Penyesalan Pasca Pembelian	34
Tabel 4.7	Deskripsi Data Penelitian Laki-laki	34
Tabel 4.8	Kategorisasi Penyesalan Pasca Pembelian Siswa Laki-laki.....	35
Tabel 4.9	Deskripsi Data Penelitian Penyesalan Pasca Pembelian Perempuan.....	35
Tabel 4.10	Kategorisasi Penyesalan Pasca Pembelian Siswa Perempuan	35
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas Sebaran.....	36
Tabel 4.12	Hasil Uji Homogenitas Varians.....	37
Tabel 4.13	Hasil Uji Hipotesis Data Penelitian.....	37



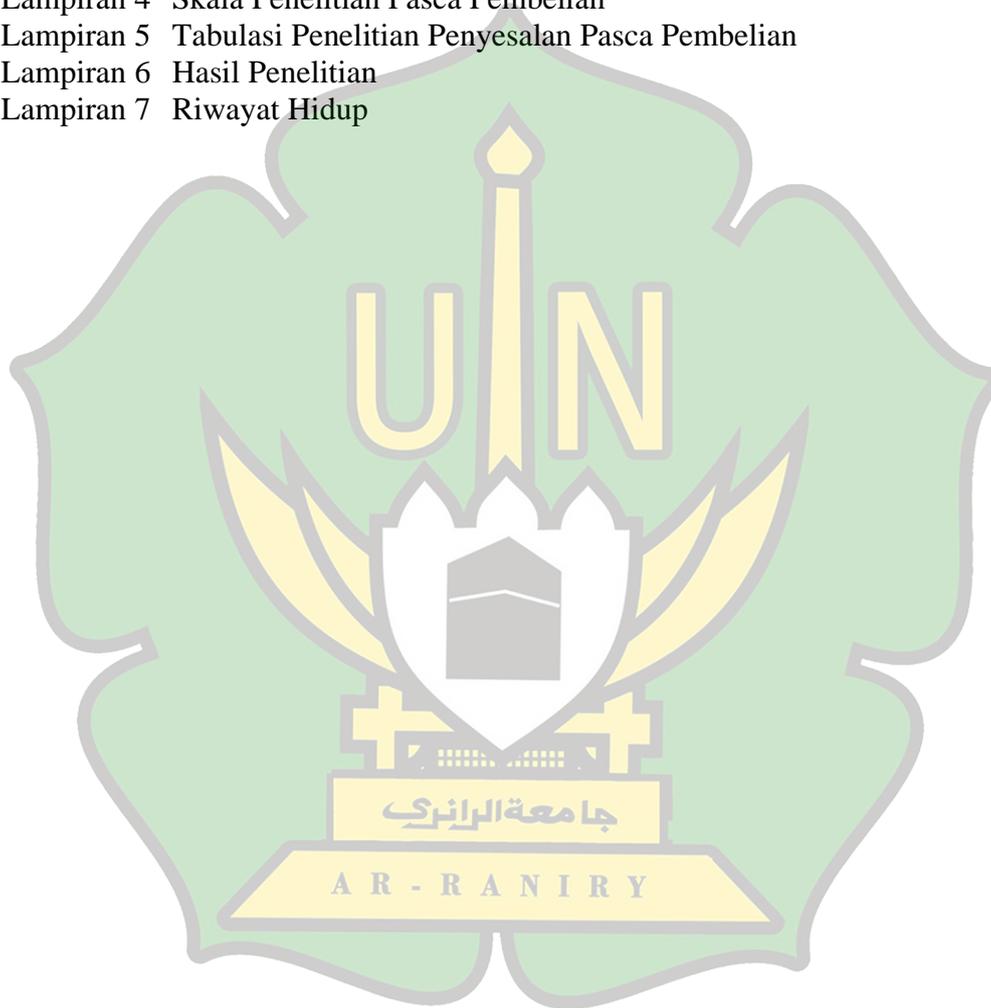
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	19
--------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Keputusan Dekan Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry tentang Pembimbing Skripsi
- Lampiran 2 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 3 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian dari Dayah Insan Qur'Ani
- Lampiran 4 Skala Penelitian Pasca Pembelian
- Lampiran 5 Tabulasi Penelitian Penyesalan Pasca Pembelian
- Lampiran 6 Hasil Penelitian
- Lampiran 7 Riwayat Hidup

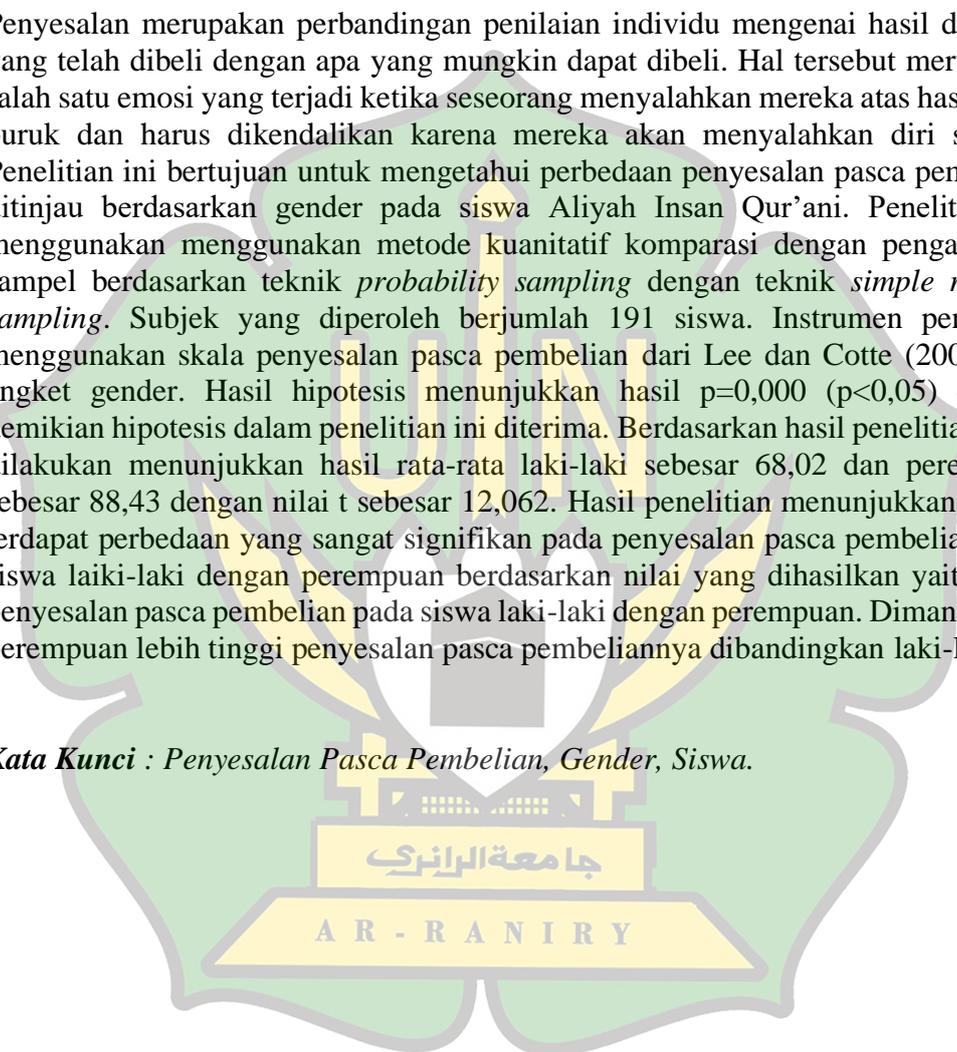


**PERBEDAAN PENYESALAN PASCA PEMBELIAN
DITINJAU BERDASARKAN GENDER PADA
SISWA ALIYAH INSAN QUR'ANI**

ABSTRAK

Penyesalan merupakan perbandingan penilaian individu mengenai hasil dari apa yang telah dibeli dengan apa yang mungkin dapat dibeli. Hal tersebut merupakan salah satu emosi yang terjadi ketika seseorang menyalahkan mereka atas hasil yang buruk dan harus dikendalikan karena mereka akan menyalahkan diri sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan penyesalan pasca pembelian ditinjau berdasarkan gender pada siswa Aliyah Insan Qur'ani. Penelitian ini menggunakan menggunakan metode kuantitatif komparasi dengan pengambilan sampel berdasarkan teknik *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*. Subjek yang diperoleh berjumlah 191 siswa. Instrumen penelitian menggunakan skala penyesalan pasca pembelian dari Lee dan Cotte (2009) dan angket gender. Hasil hipotesis menunjukkan hasil $p=0,000$ ($p<0,05$) dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini diterima. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan hasil rata-rata laki-laki sebesar 68,02 dan perempuan sebesar 88,43 dengan nilai t sebesar 12,062. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang sangat signifikan pada penyesalan pasca pembelian pada siswa laki-laki dengan perempuan berdasarkan nilai yang dihasilkan yaitu pada penyesalan pasca pembelian pada siswa laki-laki dengan perempuan. Dimana siswa perempuan lebih tinggi penyesalan pasca pembelianya dibandingkan laki-laki.

Kata Kunci : *Penyesalan Pasca Pembelian, Gender, Siswa.*



**THE DIFFERENCES IN POST-PURCHASE REGRET
IN TERMS OF GENDER IN ALIYAH
INSAN QUR'ANI STUDENTS**

ABSTRACT

Regret is a comparison of an individual's judgment about the outcome of what was purchased with what might have been purchased. It is one of those emotions that occurs when someone blames them for a bad result and must be controlled because they will blame themselves. This study aims to determine the differences in post-purchase regret in terms of gender in Aliyah Insan Qur'ani students. This study uses a comparative quantitative method with sampling based on probability sampling technique with simple random sampling technique. The subjects obtained were 191 students. The research instrument uses a post-purchase regret scale and a gender questionnaire. The results of the hypothesis showed $p = 0.000$ ($p < 0.05$) thus the hypothesis in this study was accepted. Based on the results of the research conducted, it was concluded that there was a very significant difference in post-purchase regret between men and women, with an average of 68.02 for men and 88.43 for women with a t-value of 12,062. The results showed that there was a very significant difference in post-purchase regret in male and female students based on the resulting value, namely post-purchase regret in male and female students. Where female students have higher post-purchase regret than boys.

Keywords: *Post Purchase Regret, Gender, Students*



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja dan memungkinkan berbagai kegiatan dapat dilaksanakan dengan cepat, tepat dan akurat, sehingga akhirnya akan meningkatkan produktivitas. Perkembangan teknologi informasi memperlihatkan bermunculannya berbagai jenis kegiatan yang berbasis pada teknologi ini, seperti *e-government*, *e-commerce*, *e-education*, *e-medicine*, *e-laboratory*, dan lainnya, yang semua itu berbasiskan elektronika (Wardiana, 2002). Teknologi di zaman sekarang sudah sangat berkembang, hampir seluruh masyarakat memanfaatkan kecanggihan teknologi yang ada, salah satunya dengan memiliki ponsel pintar. Teknologi ini sangat berkembang pesat, sehingga saat ini kita bisa mengetahui berita di seluruh dunia dan dapat mengakses apapun yang kita inginkan hanya dengan menggunakan ponsel pintar. Dengan berkembangnya teknologi ini banyak orang di seluruh dunia mengiklankan produk mereka melalui sosial media.

Sosial media adalah wadah atau media untuk bersosialisasi antar sesama. Sosial media ini sangat banyak digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Sebagian besar penduduk dunia telah menjadikan media sosial sebagai salah satu kebutuhan hidup yang boleh dikatakan primer, tercatat saat ini di Indonesia pengguna media sosial mencapai kurang lebih 62.56 juta orang, 43.06 juta pengguna Facebook dan 19.5 orang pengguna Twitter, dan itu dinyatakan sebagai

pengguna aktif, dan pengguna aktif tersebut di dominasi oleh kalangan remaja milenial (Ainiyah, 2018)

Munculnya media sosial telah membuka peluang baru bagi merek untuk terhubung dengan konsumen secara langsung dan lebih organik. Saat ini perusahaan harus mengevaluasi dan mengubah strategi pemasaran mereka terkait periklanan melalui media sosial. Pemasaran melalui *influencer* di media sosial terus meningkat dan bahkan merupakan salah satu tren pemasaran terbesar di tahun 2017 (Adha et al., 2020). Iklan di media sosial juga dirancang untuk menarik pengguna aktif media sosial dan menjangkau pasar yang lebih luas, sehingga produk juga dapat lebih dikenal luas.

Hurlock (2004) percaya bahwa selama masa remaja, individu cenderung mengikuti kelompoknya dan ingin meniru apa yang sedang populer di kelompoknya, sehingga remaja sering membeli apa yang diinginkan dan bukan sesuai dengan kebutuhan mereka. Remaja mudah dibujuk oleh iklan, iklan model yang dimainkan oleh *entertainer*, bentuk iklan dibuat semenarik mungkin. Dikarenakan sifat remaja yang kurang hemat, kurang realistis dan impulsive membuat mereka mudah dibujuk di pasar. (Ernawati dan Indriyati, 2011).

Pada saat remaja timbul keinginan untuk kebutuhan terhadap suatu produk baik itu fashion, *skincare* dan brand-brand yang sedang populer, maka para remaja akan melalui proses pembelian. Dalam proses melakukan pembelian, tidak jarang individu menyesal membeli suatu barang. Penyesalan terjadi ketika ada ketidaksesuaian atau ketidaksesuaian antara apa yang diinginkan dan apa yang di beli (Tsiros & Mittal, 2000).

Menurut Zeelenberg dan Pieters (2006) penyesalan adalah emosi kognitif dimana orang termotivasi untuk menghindari, menghambat, menyangkal, dan mengatur pengalaman mereka agar tidak terjadi (Lee & Cotte, 2009). Mengenai proses pembelian, penyesalan mungkin muncul ketika konsumen membandingkan hasil yang telah diperoleh dengan hasil yang mungkin lebih baik jika mereka memilih opsi yang berbeda (Zeelenberg, Dijk, Manstead, & Plight, 1998). Jika seorang individu mempertimbangkan semua pilihan dan hasilnya tidak ideal, maka individu tersebut akan menyesalinya (Lee & Cotte, 2009).

Penyesalan merupakan perbandingan penilaian individu mengenai hasil dari apa yang telah dibeli dengan apa yang mungkin dapat dibeli (Lee & Cotte, 2009). Zeelenberg dan Pieters menyatakan penyesalan terjadi ketika tidak adanya pertimbangan dan ketika terlalu banyak pertimbangan dalam membeli suatu produk (Iskandar 2013).

Penyesalan adalah salah satu emosi yang terjadi ketika seseorang menyalahkan mereka atas hasil yang buruk dan harus dikendalikan karena mereka akan menyalahkan diri sendiri (Leo & Ginting, 2012). Oleh karena itu untuk meminimalisir terjadinya penyesalan, seseorang harus memiliki tanggung jawab dan kontrol atas perilaku dirinya (Leo & Ginting, 2012). Kontrol diri berfungsi membuat individu dapat menahan dan mengatur perilakunya dengan kuat yang pada akhirnya menuju pada konsekuensi positif (Lazarus, 1976; Diba, 2014).

Hung, Ku, Liang dan Lee (2006) menyatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi penyesalan pasca pembelian adalah gender. Menurut Landman (dalam Hung, Ku, Liang dan Lee, 2006) laki-laki cenderung lebih menyesal

dibandingkan perempuan. Sedangkan menurut M'Barek & Gharbi (2011) wanita lebih cenderung menyesal dibandingkan laki-laki, karena wanita lebih sering membandingkan produk yang mereka beli dengan orang lain.

Fenomena yang terjadi saat ini berdasarkan hasil observasi dan wawancara peneliti dari beberapa siswa perempuan dan laki-laki mengenai penyesalan pasca pembelian.

“iya kak, saya sering belanja online, betul kak saya suka sering checkout barang-barang yang rupanya ga perlu, iya kak saya juga nyesal kadang barang ga sesuai deskripsi, iya menyesal sih kadang-kadang sama keputusan yang diambil, kadang setelah checkout baru mikir, jeh kan ngapain checkout padahal udah ada, menyesal juga kak kadang barangnya perlu tapi datang ga sesuai deskripsi. Oh iya kak kalo memang barangnya datang sesuai deskripsi terus emang butuh itu ga akan menyesal sih, iya kak, saya lebih sering belanja online sih kak, kalo belanja offline tu biasa kalo belanja bareng sama orang tua, gitu aja sih kak.” (JS, Perempuan, 13 Maret 2022)

“Sedikit menyesal kalo beli barang tapi pas udah dirumah rupanya ga kepahe, beli karena ngeliat keren gitu. Tapi kak, saya kalo barangnya murah sih gapapa, yang lebih menyesal lagi kalo beli mahal tapi cepat rusak, beuhh itu bisa galau kali saya.” (AN, Perempuan, 13 Maret 2022)

“gimana kak?, oh iyaiya saya biasa aja sih kalo beli barang ga sesuai. Iya kak, saya lebih sering belanja di toko-toko gitu di pasar aceh atau kaya urlv tu, soalnya barang bisa diliat dan saya ga suka tunggu-tunggu kalo beli di shopee tu. Saya biasa kalo barangnya gak lama bisa tahan waktu dah saya beli baru saya nyesal kak, kenapa gak saya beli yang mahal tapi tahan lama, hehe biasalah kak, saya cari barang-barang tu biasa sesuai budget saya kak. Oh yaya ngerti, kalo nyesal karena beli gada fungsi tu jarang sih kak. Udh gitu aja sih kak.” (RZ, Laki-laki, 13 Maret 2022)

“Ana beli barang biasa karena butuh sih kak, kalo beli karena ga butuh tu jarang. Kalo ke toko pasti udah ada list di otak ana mau beli apa. Man menyesal kalo beli barang mahal, hahaha.. karena biasa pas udah beli jumpa di toko laen kan, dan harganya lebih murah. Kalo ana gitu sih kak.” (MV, Laki-Laki, 13 Maret 2022)

Berdasarkan wawancara di atas perempuan lebih sering membeli produk yang bukan dibutuhkan, membeli produk hanya karena lucu, sehingga ketika membeli suatu produk perempuan seringkali menyesal. Adapun laki-laki jarang

menyesal ketika membeli suatu produk dikarenakan laki-laki membeli barang apa yang dibutuhkan, sehingga terjadinya penyesalan lebih sedikit dibandingkan perempuan.

Berdasarkan latar belakang masalah dan wawancara diatas, peneliti tertarik meneliti apakah ada perbedaan penyesalan pasca pembelian antara laki-laki dan perempuan. Oleh karena itu peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “Perbedaan Penyesalan Pasca Pembelian Ditinjau Berdasarkan Gender Pada Siswa Aliyah Insan Qur’ani.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada perbedaan penyesalan pasca pembelian ditinjau berdasarkan gender pada siswa Aliyah Insan Qur’ani?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan penyesalan pasca pembelian ditinjau berdasarkan gender pada siswa Aliyah Insan Qur’ani.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap bidang keilmuan Psikologi Organisasi dan Industri, khususnya bidang psikologi konsumen dan memperkaya kajian ilmiah yang berkaitan dengan psikologi konsumen. Selain

itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi mahasiswa yang ingin mengkaji tema-tema yang berkenaan dengan masalah pembelian yang dilakukan secara daring, seperti penyesalan pasca pembelian. Serta dalam pengembangan penelitian mengenai faktor-faktor lain yang mempengaruhi penyesalan pasca pembelian.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat melihat perbedaan penyesalan pasca pembelian pada siswa Madrasah Aliyah di Insan Qur'ani, serta menjadi bahan pertimbangan konsumen remaja dalam meminimalisir penyesalan pasca pembelian.

E. Keaslian Penelitian

Untuk mendukung penelitian ini peneliti menemukan beberapa kajian penelitian yang berkaitan dengan variabel penyesalan pasca pembelian yang dijadikan pedoman dan rujukan dalam penelitian ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Saphira Della (2021) Mahasiswa Psikologi UIN ar-Raniry yang berjudul “Hubungan Kecenderungan Impulsive Buying Dengan Penyesalan Pasca Pembelian Secara Online Pada Siswa SMA Negeri Di Kecamatan Kota Juang Kabupaten Bireuen”. Subjek penelitiannya adalah siswa SMA di kota Juang Bireuen sebanyak 238 sampel. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode probability sampling dengan teknik *simple random sampling*. Alat ukur dalam penelitian ini yaitu skala *impulsive buying* dan skala penyesalan pasca pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan koefisien korelasi $r = 0,601$ dengan $p = 0,000$ yang menandakan bahwa terdapat hubungan positif yang

sangat signifikan antara kecenderungan *impulsive buying* dengan penyesalan pasca pembelian pada siswa SMA Negeri di Kecamatan Kota Juang.

Penelitian Iskandar, Lila, dan Zulkarnain (2013) berjudul “Penyesalan Pasca Pembelian ditinjau dari *big five personality*”. Subjek penelitian ini adalah 207 mahasiswa di salah satu universitas di Medan. Menggunakan kuesioner dan teknik pengumpulan data menggunakan dua variabel yaitu *Big Five* (x) dan penyesalan pasca pembelian (y). Hasil analisis *product-moment* Pearson menghasilkan korelasi (r) sebesar 0,238, $p < 0,05$.

Sebuah studi oleh M'Barek dan Gharbi (2011) berjudul "The Moderators of Post Purchase Regret". M'Barek dan Gharbi melakukan studi kualitatif penyesalan pasca pembelian pada sampel 15 orang menggunakan wawancara, asosiasi bebas, situasi, kalimat lengkap, dan teknik bercerita, dari mana mereka mengungkapkan dampak penyesalan pasca pembelian.

Penelitian yang dilakukan oleh Afghan dan Rudyard (2019) yang berjudul “Penyesalan Pasca Pembelian Smartphone Ditinjau Dari Jenis Kelamin Dan Sifat Ekstraksi”. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode skala yang digunakan adalah Skala Sifat *Extraversion* dan Skala Penyesalan Pasca Pembelian yang dibuat oleh peneliti. Hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: (1) Terdapat hubungan positif antara kepribadian ekstrasversi dengan penyesalan pasca pembelian, dan hasil uji korelasi *product moment* adalah 0,975 $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Tingkat kontribusi efektif kepribadian ekstrovert terhadap penyesalan pasca

pembelian adalah 95,4%. (2) Perbedaan penyesalan pasca pembelian antara wanita dan pria -12,963, $p = 0,000$ ($p < 0,05$).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa persamaan topik penelitian terdahulu dengan topik penelitian yang akan dilakukan memiliki kesamaan variabel penelitian yang terletak pada penggunaan variabel penyesalan pasca pembelian. Apakah penelitian itu kualitatif, eksperimental, atau kuantitatif. Namun, ada perbedaan dalam penelitian yang akan dilakukan peneliti.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Penyesalan Pasca Pembelian

1. Pengertian Penyesalan Pasca Pembelian

Menurut Zeelenberg (1999), perilaku pasca pembelian adalah tindakan yang dilakukan oleh seorang individu setelah melakukan pembelian. Menurut Hawkins, Mothersbaugh, dan Best (2007), perilaku pasca pembelian adalah waktu ketika seorang konsumen memilih produk atau merek di sebuah toko, melakukan transaksi pembayaran, dan kemudian menggunakan produk tersebut sesuai dengan tujuan penggunaannya. Pasca pembelian adalah tahap akhir dari proses pengambilan keputusan (Nasiry & Popescu, 2009).

Perilaku pasca pembelian merupakan respon yang ditunjukkan individu yang memberikan gambaran tentang suka atau tidak sukanya individu tersebut, pilihan, perilaku, dan kepuasan individu terhadap suatu produk. Ini menunjukkan apakah motif pembelian mereka terpenuhi. Menurut Inman, Dyer dan Jianmin (2007), penyesalan muncul dari hasil kognitif individu, dimanifestasikan sebagai upaya untuk mempertimbangkan opsi yang dipilih daripada ditolak (yaitu, jika opsi sebelumnya dianggap lebih baik daripada opsi saat ini), maka individu tersebut mungkin merasa menyesal atas tindakan mereka.

Hoyer dan MacInnis (2010) menunjukkan bahwa penyesalan pasca pembelian terjadi ketika konsumen merasakan perbandingan yang tidak adil antara kinerja produk yang dibeli dan kinerja produk yang tidak dibeli. Penyesalan pasca pembelian adalah perasaan menyakitkan yang muncul setelah membeli suatu produk karena tidak seimbang perbandingan antara hasil yang diharapkan

dengan hasil yang diperoleh setelah membeli dan menggunakan produk tersebut (Lee & Cotte, 2009). Penyesalan pasca pembelian dapat terjadi ketika pilihan yang dibuat memiliki hasil yang lebih buruk daripada pilihan yang tidak dibuat (Zeelenberg, Van Dijk, Manstead, & Van der Plight, 2000).

Berdasarkan berbagai definisi di atas, peneliti menggunakan konsep Lee dan Cotte (2009) yang menyatakan bahwa penyesalan pasca pembelian adalah perasaan menyakitkan yang muncul setelah membeli suatu produk karena bergerak antara yang diharapkan dan hasil yang diperoleh, setelah membeli dan menggunakan produk.

2. Aspek-Aspek Penyesalan Pasca Pembelian

Aspek dari penyesalan pasca pembelian didasarkan pada komponen penyesalan pasca pembelian menurut Lee dan Cotte (2009), yaitu:

a. Penyesalan akibat evaluasi pada hasil produk yang dibeli (*outcome regret*)

Outcome regret merupakan perbandingan dari penilaian konsumen terhadap hasil dari apa yang telah dibeli dan apa yang bisa dibeli. *Outcome regret* terbagi atas dua, yaitu:

- 1) Penyesalan karena alternatif produk yang tidak terpilih (*regret due to foregone alternatives*) Penyesalan karena alternatif produk yang tidak terpilih terjadi ketika konsumen merasa menyesal telah membeli suatu produk dan bukan produk lainnya. Konsumen mengevaluasi hasil dengan cara membandingkan apa yang telah mereka dapatkan dengan apa yang seharusnya bisa mereka dapatkan (Sugden, 1985). Mereka menyesal ketika hasil yang seharusnya bisa didapatkan lebih baik dari pada hasil yang telah didapatkan (Zeelenberg dan Pieters, 2006). Bell

(1982) berasumsi bahwa hasil dari alternatif yang ditolak harus diketahui oleh konsumen untuk memunculkan penyesalan. Namun menurut, Ritov dan Baron (1995) konsumen dapat merasa menyesal meskipun tidak memiliki pengetahuan tentang alternatif lainnya dengan hanya membayangkannya.

2) Penyesalan karena perubahan yang signifikan (*Regret due to change in significance*) Penyesalan karena perubahan yang signifikan terjadi ketika konsumen menilai berkurangnya atau menurunnya kegunaan dari produk tersebut. Hal ini disebabkan karena menurunnya fungsi atau performa produk tersebut dari waktu pembelian terhadap titik tertentu pada waktu setelah pembelian. Ketika seseorang membeli suatu barang, terdapat harapan tertentu dalam penggunaannya. Namun, jika terjadi suatu hal yang menyebabkan berkurangnya fungsi produk tersebut, maka konsumen dapat merasa menyesal (Lee dan Cotte, 2009).

b. Penyesalan akibat evaluasi pada proses pembelian barang (*process regret*) *Process regret* terjadi ketika individu membandingkan proses pengambilan keputusan yang telah dilakukan dengan proses pengambilan keputusan alternatif yang lebih baik. *Process regret* terbagi atas dua, yaitu:

1) Penyesalan karena kurangnya pertimbangan (*Regret due to under consideration*) Individu menilai kualitas dari keputusan yang mereka lakukan dengan memeriksa bagaimana keputusan itu dibuat dan dilaksanakan serta jumlah informasi yang telah mereka kumpulkan

(Janis dan Mann, 1977). Individu dapat merasa menyesal apabila mereka merasa gagal dalam melaksanakan keputusan sesuai dengan yang mereka inginkan. Individu juga dapat merasa menyesal apabila mereka yakin bahwa mereka kekurangan informasi baik dari segi kualitas maupun kuantitas untuk membuat keputusan yang baik.

- 2) Penyesalan karena pertimbangan berlebihan (*Regret due to over consideration*) Penyesalan karena pertimbangan berlebihan terjadi karena individu merasa telah menghabiskan waktu dan usaha yang berlebihan dalam proses membeli. Selain itu, individu juga dapat menyesali beban emosional, *cognitive overload*, dan stress yang dialami selama proses pengambilan keputusan (Lee dan Cotte, 2009).

Connolly & Zeelenberg (2002) mengungkapkan terdapat 2 (dua) komponen penyesalan, yaitu :

- 1) Evaluasi (perbandingan) dari hasil keputusan. Ketika konsumen membeli suatu produk, konsumen tersebut akan membandingkan produk yang dibelinya dengan produk pembanding yang tidak dibelinya. Konsumen tersebut akan merasa menyesal apabila produk pembanding yang tidak dibeli ternyata lebih bagus dari pada produk yang di belinya.
- 2) Perasaan bersalah pada diri (*self-blame*). *Self blame* merupakan cara seseorang mengatasi masalah dengan mengakui bahwa masalah yang ada merupakan akibat dari apa yang dilakukannya sendiri. Menurut Connolly & Zeelenberg (2009) ketika konsumen membeli suatu

produk dan produk tersebut tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, konsumen tersebut akan menyalahkan dirinya sendiri atas keputusan membeli produk tersebut.

Peneliti memilih menggunakan komponen penyesalan pasca pembelian dari Lee dan Cotte (2009) untuk menyusun alat ukur skala penyesalan pasca pembelian.

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penyesalan Pasca Pembelian

Menurut Hung, Ku, Liang & Lee, (2006) didalam penyesalan pasca pembelian terdapat beberapa faktor yang dianggap dapat mempengaruhi penyesalan yang dirasakan oleh seseorang, diantaranya adalah:

- a. Tanggung Jawab pekerjaan (Gilovich & Medvec, 1995) menyatakan seseorang akan lebih merasakan penyesalan ketika mereka memiliki tanggung jawab yang tinggi terhadap hasil yang dihasilkan.
- b. Gender Menurut Landman (1987) gender merupakan faktor lain yang juga mempengaruhi munculnya penyesalan. Laki-laki dilaporkan cenderung lebih mudah menyesal dibandingkan perempuan. Gender merupakan faktor lain yang juga dapat mempengaruhi *decision regret*. M'Barek dan Gharbi (2011) menyatakan bahwa wanita cenderung merasa lebih menyesal dibandingkan pria dikarenakan wanita cenderung lebih sensitif dan emosional daripada pria. Selain itu, wanita lebih cenderung terlibat dalam melakukan perbandingan yang mengakibatkan munculnya perasaan menyesal.
- c. Kepribadian adalah karakteristik psikologis seseorang yang menentukan dan merefleksikan bagaimana seseorang merespon lingkungannya (Schiffman & Kanuk, 2000). Berdasarkan definisi ini maka bisa

disimpulkan bahwa yang ditekankan adalah karakter. karakter internal termasuk didalamnya berbagai atribut, sifat, tindakan yang membedakannya dengan orang lain. Menurut Schiffman & Kanuk (2000), kepribadian bisa dijelaskan dengan menggunakan ciri-ciri seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi, ketaatan, kemampuan bersosialisasi, daya tahan dan kemampuan beradaptasi. Dalam kepribadian orang tersebut terdapat nilai-nilai positif yang selalu memberikan energi positif terhadap paradigma dalam menghadapi tantangan dan cobaan kehidupan. Sebaliknya, seseorang dengan kepribadian yang rendah adalah seseorang yang selalu dilingkupi dengan kegagalan. Sebab pada diri seseorang tersebut mengalir energi-energi negatif yang terhadap paradigma dalam menghadapi tantangan dan cobaan kehidupan.

M'Barek dan Gharbi (2011) mengungkap beberapa faktor yang mempengaruhi penyesalan pasca pembelian, diantaranya adalah:

- a. Valensi, Valensi sering dikaitkan dengan pengertian kesenangan-ketidaksenangan. Dimulai dari gagasan bahwa kinerja dan ketidakpatuhan terhadap harapan mempengaruhi kepuasan individu mungkin dihadapkan pada dua situasi ketika menilai pasca pengambilan keputusan: valensi negatif atau positif. Tsiros dan Mittal (2000) telah menunjukkan bahwa orang yang membeli produk yang kinerjanya bagus jarang membayangkan alternatif dari kenyataan. Namun, ketika konsumen membeli produk yang kinerjanya tidak memuaskan, ia akan memiliki kecenderungan yang lebih besar untuk menghasilkan pemikiran kontrafaktual.

- b. Tanggung jawab yang dirasakan : jumlah upaya yang diinvestasikan dalam keputusan penyesalan itu unik dalam hubungannya dengan pengambilan keputusan dan disinilah letak tanggung jawabnya (Zeelenberg dan Pieters, 2007). Sugden (1985) menyimpulkan bahwa intensitas penyesalan seringkali dipengaruhi oleh tingkat tanggung jawab individu dan menyalahkan diri sendiri. Menyalahkan diri sendiri dan tanggung jawab terbukti menjadi komponen utama penyesalan. Ketika individu merasa bahwa keputusan mereka tidak masuk akal dan tidak dapat dijelaskan, mereka cenderung merasa bertanggung jawab karena telah membuat keputusan yang salah (Van Dijk et al, 1999).
- c. Keabsahan Keputusan Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa keputusan yang mengarah pada perubahan status quo cenderung mendapatkan respons emosional dan kognitif yang lebih kuat daripada keputusan untuk mempertahankan status quo (Kahneman dan Tversky, 1982; Landman 1987). Keputusan untuk mengubah status quo sering disertai dengan tingkat tanggung jawab yang lebih tinggi, dan oleh karena itu menghasilkan lebih banyak penyesalan jika terjadi kegagalan daripada keputusan untuk mempertahankan status quo.
- d. Keterbalikan Keputusan Tingkat penyesalan yang dialami, terlepas dari kenyataan atau antisipasinya, juga dapat dipengaruhi oleh "kebalikan hasil". Sebuah hasil dapat secara dramatis membalikkan tingkat penyesalan sedang yang dialami. Memang, penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa alternatif ireversibel dapat menghasilkan lebih

banyak penyesalan daripada yang reversibel (Tsiros dan Mittal, 2000). Misalnya, sebagian besar konsumen cenderung menyesali keputusan mereka karena tidak adanya jaminan dalam hal pembelian dengan jaminan (Tsiros dan Mittal, 2000).

- e. Waktu Pengambilan Keputusan Sangat sedikit penelitian yang berfokus pada mempelajari dampak faktor ini pada intensitas penyesalan pasca pembelian. Penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen cenderung menyesali pembelian mereka ketika mereka merasa bahwa produk yang sama yang dibeli ditawarkan dalam kesempatan terbaik di kemudian hari. Jika konsumen memutuskan untuk menunggu waktu terbaik untuk bertindak, akan ada kemungkinan penyesalan jika kesempatan yang hilang itu lebih menarik dari yang diharapkan (Simonson, 1992).
- f. Jumlah Alternatif Efek moderasi dari jumlah alternatif di pasar pada penyesalan sedikit dieksplorasi oleh tinjauan literatur. Pekerjaan di bidang psikologi dan ekonomi telah menunjukkan bahwa tingginya jumlah alternatif di pasar menguntungkan karena memungkinkan orang untuk mencocokkan preferensi pribadi mereka dengan pilihan terbaik. Schwartz (2000) menunjukkan bahwa keragaman dan keragaman pilihan (*options*) memiliki beberapa efek negatif pada kesejahteraan karena tidak mampu mengatur preferensi konsumen dan satu-satunya cara untuk tidak merasa menyesal adalah memilih opsi terbaik.

Peneliti memilih faktor gender yang dikemukakan oleh Hung, Ku, Liang & Lee, (2005) dikarenakan penelitian-penelitian sebelumnya sangat sedikit membahas faktor gender.

B. Gender

1. Pengertian Gender

Gender diartikan sebagai konstruksi sosiokultural yang membedakan karakteristik maskulin dan feminim. Istilah gender dikemukakan oleh ilmuwan sosial dengan maksud untuk menjelaskan perbedaan perempuan dan laki-laki yang mempunyai sifat bawaan (ciptaan Tuhan) dan bentukan budaya (konstruksi sosial). Gender adalah perbedaan peran, fungsi, dan tanggung jawab antara laki-laki dan perempuan yang merupakan hasil konstruksi sosial dan dapat berubah sesuai dengan perkembangan zaman. (Santoso, F. G. I.,2015).

Berdasarkan uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pengertian gender adalah karakteristik laki-laki dan perempuan berdasarkan dimensi laki-laki dan perempuan berdasarkan dimensi sosial-kultural yang tampak dari nilai dan tingkah laku.

C. Perbedaan Penyesalan Pasca Pembelian Ditinjau Berdasarkan Gender

Bakewell dan Mitchell (2003) menunjukkan bahwa banyak peneliti mengatakan bahwa gender berdampak pada pasar, terutama dalam hal perilaku pembelian. Dalam majalah disebutkan bahwa terdapat perbedaan persepsi gender yang signifikan terhadap produk antara perempuan dan laki-laki

Mitchell dan Walsh (2004) mengatakan bahwa pria dan wanita menginginkan produk yang berbeda dan mereka memiliki jalan pikiran yang berbeda untuk mendapatkan produk atau barang yang mereka inginkan. Sebuah penelitian dilakukan untuk mengetahui bagaimana jenis kelamin mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan.

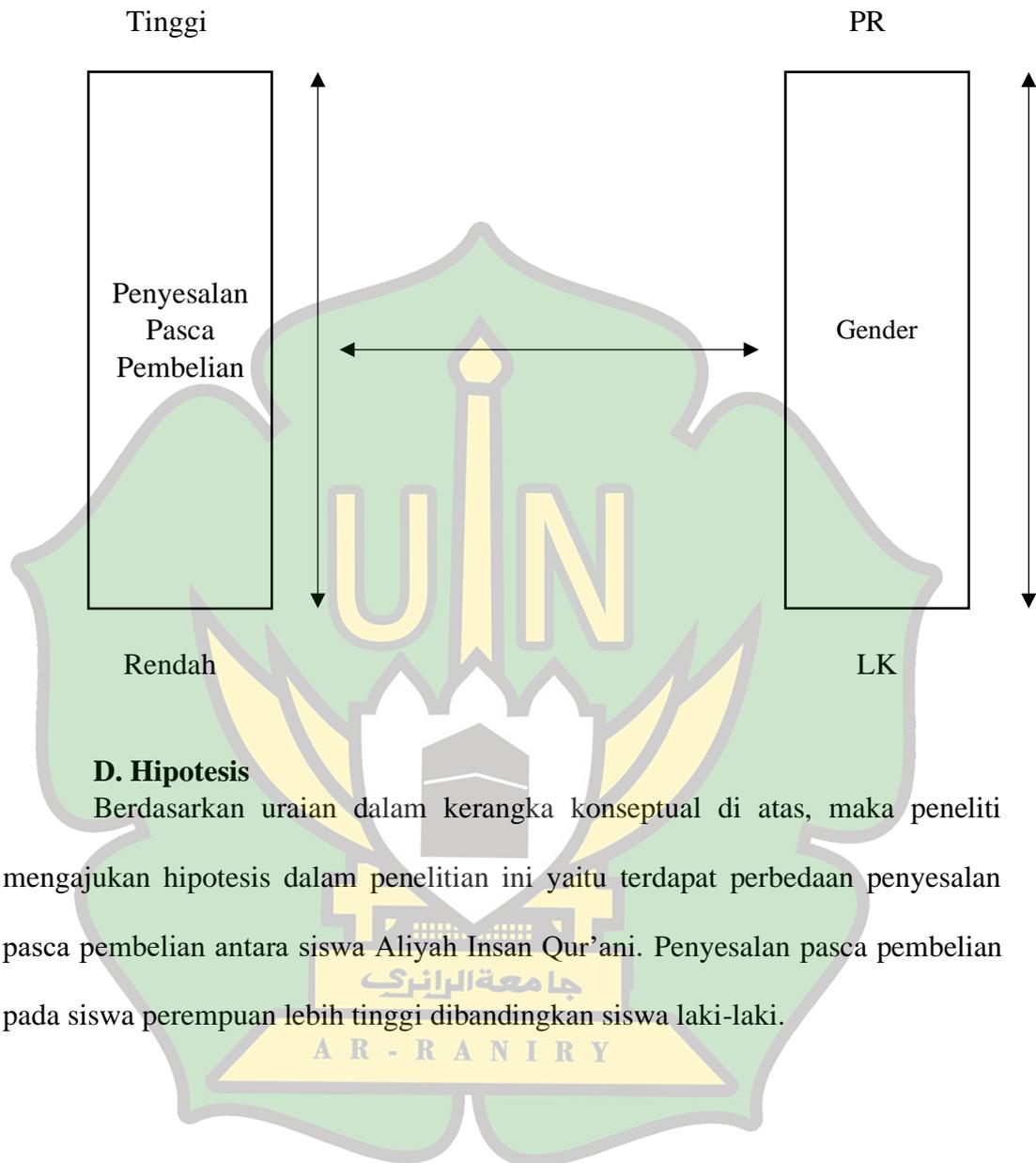
M'Barek dan Gharbi (2011) menyatakan bahwa wanita cenderung merasa lebih menyesal dibandingkan pria dikarenakan wanita cenderung lebih sensitif dan emosional daripada pria. Selain itu, wanita lebih cenderung terlibat dalam melakukan perbandingan yang mengakibatkan munculnya perasaan menyesal.

Penelitian yang dilakukan oleh Afghan dan Rudyard (2019) yang berjudul "Penyesalan Pasca Pembelian Smartphone Ditinjau Dari Jenis Kelamin Dan Sifat Ekstraksi" menyatakan perempuan lebih menyesal dibandingkan laki-laki.

Sebagian besar konsumen pasti pernah merasa menyesal setelah membeli suatu produk. Menurut Zeelenberg dan Pieter (2007), penyesalan adalah keadaan kognitif yang ingin dihindari, dihambat, disangkal, dan diatur oleh konsumen. Menurut Sugden (1985), penyesalan adalah perasaan menyakitkan yang muncul ketika membandingkan masa kini dengan yang seharusnya (Lila & Zulkarnain, 2013).

Berdasarkan uraian di atas tampak ada perbedaan penyesalan pasca pembelian ditinjau berdasarkan gender dimana penyesalan pasca pembelian pada siswa perempuan lebih tinggi dibandingkan siswa laki-laki. Agar lebih jelas perbedaan penyesalan pasca pembelian dapat dilihat dari kerangka konseptual gambar berikut.

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



D. Hipotesis

Berdasarkan uraian dalam kerangka konseptual di atas, maka peneliti mengajukan hipotesis dalam penelitian ini yaitu terdapat perbedaan penyesalan pasca pembelian antara siswa Aliyah Insan Qur'ani. Penyesalan pasca pembelian pada siswa perempuan lebih tinggi dibandingkan siswa laki-laki.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Metode Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang sistematis, terencana, serta terstruktur dengan jelas sejak awal hingga akhir pembuatan desain penelitian (Siyoto, 2015). Pendekatan penelitian kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini dirancang sebagai sebuah penelitian komparasi. Penelitian komparasi pada pokoknya adalah penelitian yang berusaha untuk menemukan persamaan dan perbedaan tentang benda, orang, prosedur kerja, ide, kritik terhadap orang, kelompok, terhadap suatu ide, atau suatu prosedur kerja. Dapat juga dilaksanakan dengan maksud membandingkan kesamaan pandangan dan perubahan pandangan orang, grup, atau negara terhadap kasus, peristiwa, atau ide (Arikunto, 2010). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan pasca pembelian ditinjau berdasarkan jenis kelamin pada siswa Aliyah Insan Qur'ani. \

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel merupakan atribut penelitian yang menjadi objek pengamatan dalam penelitian, sering juga disebut sebagai faktor yang berperan dalam penelitian (Siyoto, 2015). Variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua macam yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas merupakan variabel yang memberikan pengaruh atau yang menjadi sebab berubahannya atau timbulnya variabel terikat. Sedangkan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi

atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Pada penelitian ini yang menjadi variabel penelitian, yaitu:

1. Variabel Bebas (X) : Gender
 - a. Jalur 1 : Laki-Laki
 - b. Jalur 2 : Perempuan
2. Variabel Terikat (Y) : Penyesalan Pasca Pembelian

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Penyesalan Pasca Pembelian

Penyesalan pasca pembelian adalah perasaan menyakitkan yang muncul setelah membeli suatu produk karena memiliki perbandingan yang tidak seimbang antara apa yang Anda harapkan dengan hasil yang Anda dapatkan setelah membeli dan menggunakan produk tersebut.

Dalam penelitian ini penyesalan pasca pembelian akan diukur menggunakan aspek-aspek penyesalan pasca pembelian menurut Lee & Cotte (2009), yaitu penyesalan akibat evaluasi pada hasil produk yang dibeli dan penyesalan akibat evaluasi pada proses pembelian barang.

2. Gender

Gender adalah sifat dan perilaku yang dilekatkan pada laki-laki dan perempuan dan ada pembedaan peran, atribut, sifat, sikap dan perilaku yang tumbuh dan berkembang dalam masyarakat.

D. Subjek Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk

dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Siyoto, 2015). Populasi pada penelitian ini yaitu siswa Aliyah Insan Qur'ani berdasarkan data tanggal 8 April 2022 sebanyak 422 siswa dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3.1 Populasi Siswa Wilayah Insan Qur'ani

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-Laki	216
Perempuan	206
Total	422

2. Sampel

Sampel adalah bagian kecil dari jumlah populasi yang diambil berdasarkan prosedur tertentu (Siyoto, 2015). Sampel harus benar-benar mewakili populasi yang ada. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*. Teknik *simple random sampling* adalah teknik penentuan sampel secara sederhana karena pengambilan anggota sampel populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi (Siyoto, 2015).

Dalam penelitian ini, perhitungan sampel menggunakan rumus yang dikembangkan oleh *Isaac* dan *Michael* dengan toleransi kesalahan sebesar 5% dan tingkat kepercayaan sebesar 95%, sehingga dari 422 populasi didapatkan sampel sebesar 191 siswa.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Persiapan Alat Ukur Penelitian

Pada penelitian ini tahap pertama yang harus dilakukan yaitu mempersiapkan alat ukur berupa skala psikologi. Skala dalam penelitian ini disusun dengan menggunakan skala *Likert*. Azwar (2015) menyatakan skala *Likert*

digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang kemudian disebut sebagai variabel penelitian. Variabel yang akan diteliti kemudian dijabarkan menjadi indikator penelitian, maka indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun aitem-aitem instrumen berupa pernyataan.

Tabel 3. 2 Skala Likert

	Alternatif Jawaban	Pernyataan	
		Favourable	Unfavourable
1.	Sangat Setuju (SS)	4	1
2.	Setuju (S)	3	2
3.	Tidak Setuju (TS)	2	3
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

Setiap skala terdiri dari dua bentuk pernyataan yaitu *favourable* dan *unfavourable*. Pernyataan *favourable* adalah pernyataan yang mendukung variabel yang diteliti, sedangkan pernyataan *unfavourable* adalah pernyataan yang tidak mendukung atau memihak pada variabel yang diteliti (Azwar, 2012). Jawaban dalam skala ini mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif dengan empat pilihan jawaban yaitu Sangat Sesuai, Sesuai, Tidak Sesuai, dan Sangat Tidak Sesuai.

Berikut ini penjelasan terkait skala yang akan digunakan dalam penelitian ini:

a. Skala Penyesalan Pasca Pembelian

Penelitian ini menggunakan skala penyesalan pasca pembelian oleh Lee dan Cotte (2005) yang terdiri dari penyesalan akibat evaluasi pada hasil produk yang dibeli (*outcome regret*) dan penyesalan akibat evaluasi pada proses pembelian barang (*process regret*).

Adapun *blue print* dalam penelitian ini:

Tabel 3. 3 *Blue Print Skala Penyesalan Pasca Pembelian*

No	Sub Aspek	Nomor Aitem		Jumlah Aitem	Bobot
		<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>		
1.	Penyesalan karena alternatif produk yang tidak terpilih (<i>regret due to forgone alternatives</i>)	1, 41, 15, 23, 34, 37	7, 12, 17, 26, 29, 42	12	25%
2.	Penyesalan karena perubahan yang signifikan (<i>regret due to change in significance</i>)	4, 13, 25, 32, 38	6, 10, 21, 35, 28	10	25%
3.	Kurangnya pertimbangan (<i>regret due to under consideration</i>)	2, 14, 9, 30, 31	5, 20, 24, 18, 36	10	25%
4.	Penyesalan karena pertimbangan berlebihan (<i>regret due to over consideration</i>)	3, 27, 19, 16, 22	8, 33, 39, 40, 11	10	25%
		21	21	42	100%

b. Angket Jenis Kelamin

Angket penelitian berisi satu pertanyaan, yaitu pertanyaan tentang jenis kelamin. Alternatif pilihan jawaban yang digunakan dalam angket penelitian ini adalah laki-laki dan perempuan.

Tabel 3. 4 Tabel Pengkodean Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Kode
Laki-Laki	2
Perempuan	1

2. Pelaksanaan Uji Coba (Try Out) dan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti melakukan uji coba alat ukur untuk mengetahui kelayakan alat ukur berupa skala yang telah disusun dengan menguji tingkat validitas, indeks daya beda, dan reliabilitasnya.

3. Uji Validitas Aitem

Validitas adalah sejauh mana kebenaran suatu alat ukur dalam mengukur sesuai dengan tujuan ukurnya. Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan uji validitas isi (*content validity*) melalui *expert judgement* (para ahli) yaitu validitas yang biasa dibuat berdasarkan pendapat seorang ahli di bidangnya (Kaplan dan Saccuzzo, 2017). Apabila sebagian besar ahli sepakat bahwa suatu aitem adalah relevan, maka aitem tersebut dapat dinyatakan sebagai aitem yang layak mendukung validitas isi skala.

Komputasi penyesalan pasca pembelian (*Content Validity Ratio*), yang diperoleh dari hasil penilaian *expert judgement* (para ahli) yang disebut SME (*Subject Matter Expert*). SME menilai dan menentukan apakah isi suatu aitem dikatakan esensial untuk mendukung tujuan apa yang hendak diukur. Suatu aitem dapat dikatakan esensial apabila aitem tersebut dapat mempresentasikan dengan baik tujuan pengukuran (Azwar, 2012).

Para SME diminta menilai apakah suatu item esensial dan relevan atau tidak dengan tujuan pengukuran skala, dengan menggunakan tiga tingkatan skala mulai

dari 1 (yaitu tidak esensial dan tidak relevan) sampai dengan 3 (yaitu esensial dan relevan) (Azwar, 2016).

Adapun statistik penyesalan pasca pembelian dirumuskan dengan sebagai berikut:

$$\text{Penyesalan Pasca Pembelian} = 2ne / n - 1$$

Keterangan :

ne = Banyaknya SME yang menilai suatu item “esensial”

n = Banyaknya SME yang melakukan penilaian

4. Uji Daya Beda Aitem

Sebelum melakukan uji reliabilitas, terlebih dahulu peneliti melakukan uji daya beda aitem. Pengujian daya beda aitem dilakukan untuk mengetahui sejauh mana aitem mampu membedakan antara individu atau kelompok individu yang memiliki dan yang tidak memiliki atribut yang diukur (Azwar, 2012). Uji beda aitem dilakukan dengan menggunakan koefisien korelasi *product moment* dari Pearson. Proses pengolahan data dibantu dengan program *Statistical Package for Social Science (SPSS) version 24.0 for Windows*.

5. Uji Reliabilitas

Kaplan dan Saccuzzo (2017) mendefinisikan reliabel sebagai pengukuran yang relatif bebas dari kesalahan sehingga dapat dipercaya. Uji reliabilitas adalah pengujian yang dilakukan untuk melihat konsistensi hasil ukur yang mengandung makna seberapa tinggi kecermatan pengukuran. Azwar (2012) menjelaskan bahwa pengukuran yang tidak cermat berarti tidak konsisten dari waktu ke waktu dan tidak dapat dipercaya (Siyoto, 2015). Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan

teknik *Alpha Cronbach* dengan dibantu program *Statistical Package for Social Science (SPSS) version 24.0 for Windows*.

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini data yang diperoleh di lapangan akan diolah secara kuantitatif dengan menggunakan rumus statistik, yang merupakan suatu teknik untuk menganalisis data yang diperoleh dalam penelitian dan untuk menguji hipotesis. Pengolahan data yang dilakukan setelah mendapatkan semua data dengan melakukan tabulasi data ke dalam excel. Setelah itu, data dipindahkan ke program SPSS 24.0 dan dilakukan pengeditan untuk diuji secara statistik.

Uji Prasyarat Langkah pertama yang harus dilakukan untuk menganalisis data yaitu terlebih dahulu dilakukan uji prasyarat (Priyatno, 2011). uji prasyarat yang dilakukan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Uji Asumsi

Uji asumsi adalah suatu uji syarat yang dilakukan sebelum melakukan uji hipotesis. Uji asumsi pada penelitian ini yaitu uji normalitas dan uji homogenitas.

- a. Uji Normalitas

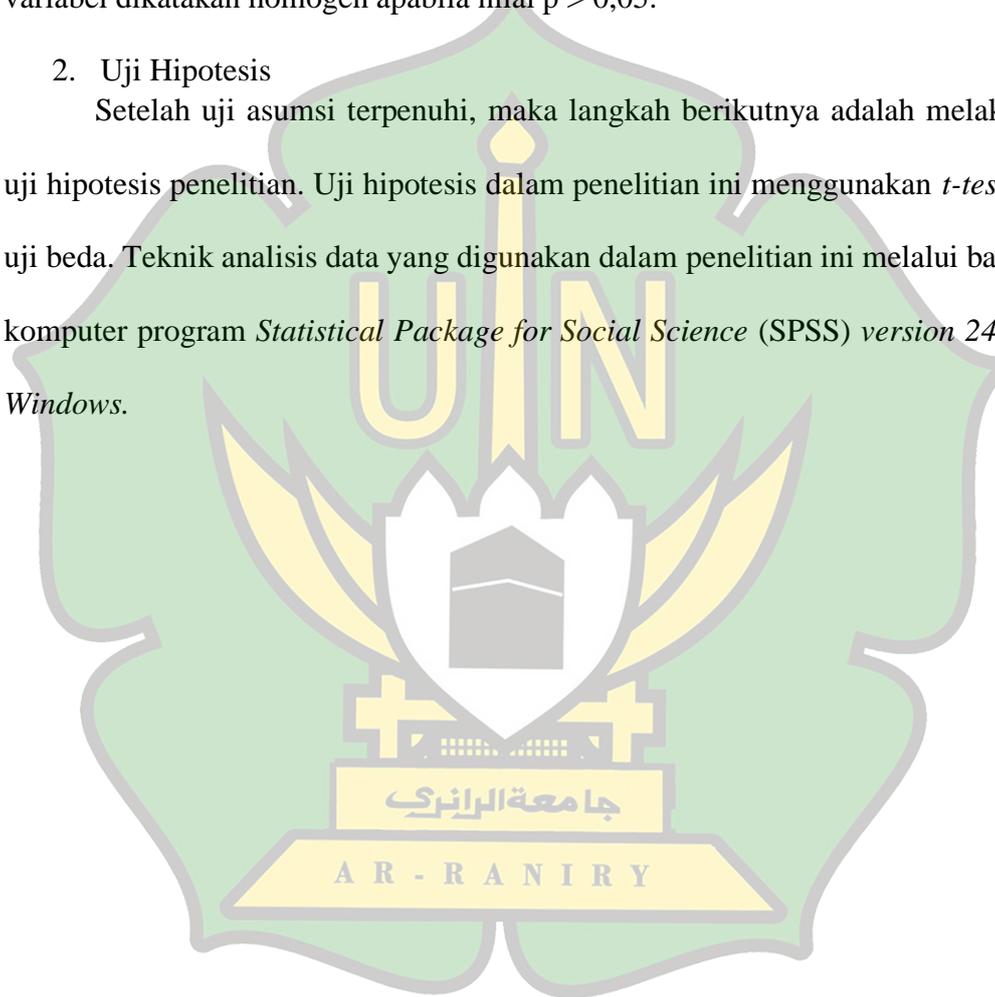
Uji normalitas merupakan salah satu uji asumsi yang bertujuan untuk melihat distribusi data normal atau tidak. Uji normalitas menggunakan teknik *Kolmogorov Smirnov* dengan bantuan *Statistical Package for Social Science (SPSS) version 24.0 for windows*. Suatu data dapat dikatakan berdistribusi normal apabila signifikansi $p > 0,05$. Sebaliknya, apabila signifikansi $< 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal.

b. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk melihat varian populasi sama atau tidak. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *Homogeneity of Variance* pada program *Statistical Package for Social Science (SPSS) version 24.0 for Windows*. Varian variabel dikatakan homogen apabila nilai $p > 0,05$.

2. Uji Hipotesis

Setelah uji asumsi terpenuhi, maka langkah berikutnya adalah melakukan uji hipotesis penelitian. Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan *t-test* atau uji beda. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini melalui bantuan komputer program *Statistical Package for Social Science (SPSS) version 24.0 for Windows*.



BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokal dan Subjek Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa/I Aliyah Insan Qur'ani sebanyak 422 dengan jumlah sampel 191. Adapun penelitian ini merupakan dilakukan langsung pada tanggal 22 Juni 2022. Data demografi sampel yang diperoleh dari penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah:

1. Subjek berdasarkan Gender

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, menunjukkan bahwa jumlah sampel gender laki-laki berjumlah 111 orang (58%) dan gender perempuan berjumlah 80 orang (42%), sebagaimana pada tabel 4.1. berikut ini:

Tabel 4. 1 Data Demografi Subjek Penelitian Kategori Gender.

Deskripsi Sampel	Kategori	Jumlah (n)	Persentase (%)
Gender	Laki-Laki	110	58%
	Perempuan	80	42%
	Jumlah	191	100%

2. Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian

a. Administrasi Penelitian

Sebelum melakukan penelitian, peneliti mempersiapkan surat permohonan izin penelitian yaitu di bagian akademik Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry. Selanjutnya peneliti mengirimkan surat permohonan izin tersebut kepada pihak kantor Tata Usaha Aliyah Insan Qur'ani pada tanggal 4 Juli 2022. Peneliti juga dibantu oleh kakak OSDIQ untuk membagikan angket kepada seluruh responden.

3. Pelaksanaan Validasi

Pelaksanaan validasi skala penelitian dilakukan pada saat ujian komprehensif pada tanggal 20 Mei 2022 tepat setelah diadakannya seminar

proposal. Ujian komprehensif dilakukan secara langsung di ruang sidang Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry.

a. Hasil Validasi Alat Ukur

Validasi ini menggunakan komputasi content validity ratio skala yang diestimasi dan dikuantifikasikan lewat pengujian terhadap isi skala melalui expert judgment dari beberapa orang expert untuk memeriksa apakah masing-masing aitem mencerminkan ciri perilaku yang ingin diukur. Oleh karena itu, untuk mencapai validitas tersebut, maka skala yang disusun akan dinilai oleh dua orang expert judgment. Hasil penyesalan pasca pembelian dapat dilihat pada tabel 4.2 di bawah ini;

Tabel 4. 2 Koefisien Penyesalan Pasca Pembelian

No	Koefisien PPP	No	Koefisien PPP	No	Koefisien PPP
1	1	17	1	33	1
2	1	18	1	34	1
3	1	19	1	35	1
4	1	20	1	36	1
5	1	21	1	37	1
6	1	22	1	38	1
7	1	23	1	39	1
8	1	24	1	40	1
9	1	25	1	41	1
10	1	26	1	42	1
11	1	27	1		
12	1	28	1		
13	1	29	1		
14	1	30	1		
15	1	31	1		
16	1	32	1		

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penilaian SME, dapat disimpulkan bahwa semua koefisien penyesalan pasca pembelian menunjukkan nilai diatas nol (0), sehingga semua aitem adalah esensial dan dinyatakan valid.

b. Hasil Analisis Daya Beda Item Alat Ukur

Setelah memperoleh hasil, semua data tersebut dilakukan uji daya beda aitem terlebih dahulu dan selanjutnya IBM *SPSS Statistics* versi 24.0 *for windows*. Hasil analisis daya beda aitem pada skala penyesalan pasca pembelian dapat dilihat pada tabel 4.3 di bawah ini:

Tabel 4. 3 Koefisien Daya Beda Item Skala Penyesalan Pasca Pembelian

No	Rix	No	Rix	No	Rix
1	0,029	17	0,382	33	0,475
2	0,354	18	0,305	34	0,521
3	0,491	19	0,241	35	0,521
4	0,572	20	0,700	36	0,492
5	0,322	21	0,448	37	0,153
6	0,195	22	0,547	38	0,472
7	0,227	23	0,603	39	0,523
8	0,134	24	0,468	40	0,554
9	0,562	25	0,413	41	0,361
10	0,428	26	0,087	42	0,264
11	0,025	27	0,420		
12	0,442	28	0,469		
13	0,372	29	0,292		
14	0,443	30	0,474		
15	0,432	31	0,214		
16	0,514	32	0,654		

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, maka dari 42 aitem diperoleh nilai koefisien korelasi atau beda daya aitem *try out* di bawah 0,3 sebanyak 11 aitem, yaitu aitem 1, 6, 7, 8, 11, 19, 26, 29, 31, 37 dan 42. Aitem tersebut tidak terpilih atau gugur dan 31 aitem lain dilanjutkan ke tahap uji reliabilitas.

Berdasarkan hasil analisis daya beda aitem dan reliabilitas di atas, maka peneliti memaparkan *blue print* terakhir dari skala tersebut seperti yang dipaparkan pada tabel 4.4

Tabel 4. 4 Blue Print Akhir Penyesalan Pasca Pembelian

No	Sub Aspek	Nomor Aitem		Jumlah Aitem	Bobot
		<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>		
1.	Penyesalan karena alternatif produk yang tidak terpilih (<i>regret due to forgone alternatives</i>)	41, 15, 23, 34,	12, 17	6	25%
2.	Penyesalan karena perubahan yang signifikan (<i>regret due to change in significance</i>)	4, 13, 25, 32, 38	10, 21, 35, 28	9	25%
3.	Kurangnya pertimbangan (<i>regret due to under consideration</i>)	2, 14, 9, 30,	5, 20, 24, 18, 36	9	25%
4.	Penyesalan karena pertimbangan berlebihan (<i>regret due to over consideration</i>)	3, 27, 16, 22	33, 39, 40	7	25%
		17	14	31	100%

c. Hasil Analisis Reliabilitas Alat Ukur

Hasil uji reliabilitas pada skala penyesalan pasca pembelian pada tahap pertama try out diperoleh nilai $\alpha = 0,900$ selanjutnya peneliti melakukan analisis tahap kedua dan hasil yang diperoleh adalah $\alpha = 0,915$.

d. Pelaksanaan Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan uji coba *try out* terpakai dimana skala psikologi diberikan langsung dalam satu tahap, yang dilakukan pada tanggal

22 Juni 2022 dengan jumlah sampel 191 orang. Subjek dalam penelitian ini merupakan siswa/I Aliyah Insan Qur'ani menggunakan angket kuesioner yang diserahkan secara langsung setelah jam belajar malam. Setelah data terkumpul, peneliti melakukan skoring dan analisis data secara manual dan dengan bantuan SPSS versi 24 *for windows*.

B. Hasil Penelitian

1. Analisis Deskriptif

Pembagian kategorisasi sampel yang digunakan peneliti adalah kategorisasi berdasarkan model distribusi normal dengan kategorisasi jenjang (ordinal). Menurut Azwar (2012), kategorisasi yang menempatkan individu ke dalam kelompok-kelompok yang posisinya berjenjang menurut suatu kontinum berdasarkan atribut yang diukur. Pengkategorisasian ini akan diperoleh dengan membuat kategori skor subjek berdasarkan besarnya satuan deviasi standar populasi. Karena kategorisasi ini bersifat relatif, maka luasnya interval yang mencakup setiap kategori yang diinginkan dapat ditetapkan secara subjektif selama penetapan itu berada dalam pengkategorisasian sampel penelitian yang terdiri dari tiga kategori, yaitu rendah, sedang, dan tinggi.

Analisis data deskriptif berguna untuk mengetahui deskripsi data hipotetik (yang mungkin terjadi) dan data empiris (berdasarkan data di lapangan) dari variabel penyesalan pasca pembelian. Deskripsi data hasil penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 5 Deskripsi Data Penelitian Skala Penyesalan Pasca Pembelian Siswa

Variabel	Data Hipotetik				Data Empirik			
	Xmaks	Xmin	Mean	SD	Xmaks	Xmin	Mean	SD
PPP	124	31	77,5	15,5	117	41	76,57	15,306

Keterangan Rumus Skor Hipotetik:

X_{min} (Skor minimal) = Hasil perkalian jumlah butir skala dengan nilai terendah dari pembobotan pilihan jawaban.

X_{maks} (Skor maksimal) = Hasil perkalian jumlah butir skala dengan nilai tertinggi dari pembobotan pilihan jawaban.

M (Mean) = Dengan rumus μ (skor maks+skor min) / 2

SD (Standar Deviasi) = Dengan rumus $s = (\text{skor maks}-\text{skor min}) / 6$

Berdasarkan uji coba data statistik di atas

Rendah = $X < M - 1SD$

Sedang = $M - 1SD \leq X < M + 1SD$

Tinggi = $M + 1SD \leq X$

Keterangan :

X = Rentang butir pernyataan

M = Mean (rata rata)

SD = Standar Deviasi

Berdasarkan rumus kategorisasi ordinal yang digunakan, maka didapat hasil kategorisasi skala adalah sebagaimana tabel 4.6 berikut :

Tabel 4. 6 Kategorisasi Siswa Penyesalan Pasca Pembelian

Kategorisasi	Interval	Jumlah	Persentase (%)
Rendah	$X < 61,264$	30	15,70%
Sedang	$61,624 \leq X < 91,876$	125	65,44%
Tinggi	$91,876 \leq X$	36	18,85%
Jumlah		191	100%

Hasil kategorisasi penyesalan pasca pembelian pada siswa/i Aliyah Insan Qur'ani secara keseluruhan di atas menunjukkan bahwa, siswa yang memiliki penyesalan pasca pembelian pada kategori rendah yaitu sebanyak 30 orang (15,70%) sedangkan pada kategori sedang yaitu sebanyak 125 orang (65,44%), dan kategori tinggi sebanyak 36 orang (18,85%).

Tabel 4. 7 Deskripsi Data Penelitian Laki-laki

Variabel	Data Hipotetik				Data Empirik			
	X_{maks}	X_{min}	Mean	SD	X_{maks}	X_{min}	Mean	SD
PPP	124	31	77,5	15,5	98	41	68,02	11,300

Berdasarkan rumus kategori ordinal yang digunakan, maka hasil yang didapatkan pada kategorisasi skala penyesalan pasca pembelian pada laki-laki adalah sebagaimana di tabel berikut:

Tabel 4. 8 Kategorisasi Penyesalan Pasca Pembelian Siswa Laki-laki

Kategorisasi	Interval	Jumlah	Persentase (%)
Rendah	$X < 56,72$	17	15,31%
Sedang	$56,72 \leq X < 79,32$	72	64,86%
Tinggi	$79,32 \leq X$	22	19,82%
Jumlah		111	99,99%

Hasil kategorisasi penyesalan pasca pembelian pada siswa/i Aliyah Insan Qur'ani di atas menunjukkan bahwa, siswa laki-laki memiliki tingkat penyesalan pasca pembelian pada kategori rendah sebanyak 17 orang (15,31%), selanjutnya pada kategori sedang sebanyak 72 orang (64,86%), dan pada kategori tinggi sebanyak 22 orang (19,82%).

Tabel 4. 9 Deskripsi Data Penelitian Penyesalan Pasca Pembelian Perempuan

Variabel	Data Hipotetik				Data Empirik			
	Xmaks	Xmin	Mean	SD	Xmaks	Xmin	Mean	SD
PPP	124	31	77,5	15,5	117	68	88,43	11,856

Berdasarkan rumus kategorisasi ordinal yang digunakan, maka didapat hasil kategorisasi skala penyesalan pasca pembelian pada perempuan adalah sebagaimana pada tabel berikut:

Tabel 4. 10 Kategorisasi Penyesalan Pasca Pembelian Siswa Perempuan

Kategorisasi	Interval	Jumlah	Persentase (%)
Rendah	$X < 76,574$	17	21,25%
Sedang	$76,574 \leq X < 100,286$	54	67,5%
Tinggi	$100,286 \leq X$	9	11,25%
Jumlah		80	100%

Hasil kategorisasi penyesalan pasca pembelian pada siswa perempuan di atas menunjukkan bahwa, siswa perempuan pada kategori rendah sebanyak 17 orang (21,25%), selanjutnya pada kategori sedang sebanyak 54 orang (67,5%), dan sisanya pada kategori tinggi sebanyak 9 orang (11,25%).

2. Analisis Uji Prasyarat

Langkah pertama yang dilakukan untuk menganalisa data penelitian yaitu dengan cara uji prasyarat terlebih dahulu. Uji prasyarat yang dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas Sebaran

Uji normalitas sebaran digunakan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi yang terdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji normalitas sebaran menggunakan nilai kolmogorov smirnov. Batas toleransi kolmogorov smirnov yang masih dianggap normal apabila signifikansi $p > 0,05$. Sebaliknya, apabila signifikansi $< 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal.

Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas Sebaran

Variabel Penelitian	Koefisien K-SZ	<i>p</i>
Penyesalan Pasca Pembelian	0,063	0,063

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji normalitas sebaran variabel Penyesalan Pasca Pembelian menunjukkan nilai 0,063 dengan nilai signifikansi diperoleh dari *kolmogorov smirnov* yaitu $p = 0,063$ ($p > 0,05$) yang kemudian data tersebut terdistribusi normal. Dengan demikian uji normalitas sebaran penelitian ini telah terpenuhi.

b. Uji Homogenitas Varians

Hasil Uji homogenitas yang dilakukan terhadap variabel penelitian ini diperoleh sebagaimana yang tertera pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 12 Hasil Uji Homogenitas Varians

Variabel Penelitian		<i>F Levene Statistic</i>	<i>P</i>
Penyesalan Pembelian	Pasca	0,910	0,341

Berdasarkan data tabel di atas, diperoleh, *F Levene Statistic Variabel* di atas yaitu $F = 0,910$ dengan $p = 0,341$ ($p > 0,05$), maka sebagaimana pengujian dasar pengambilan keputusan dalam uji homogenitas, sehingga data tersebut dapat dinyatakan homogen atau sama.

1. Uji Hipotesis

Setelah terpenuhi uji prasyarat, maka langkah selanjutnya yang dilakukan adalah melakukan uji hipotesis menggunakan uji independent sample *t-test*. Metode ini digunakan untuk menganalisis perbedaan penyesalan pasca pembelian ditinjau dari gender pada siswa/I Aliyah Insan Qur'ani Aceh Besar. Hasil analisis hipotesis dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 13 Hasil Uji Hipotesis Data Penelitian

Variabel Penelitian		<i>t-test</i>	<i>p</i>
Penyesalan Pembelian	Pasca	12,062	0,000

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai *t-test* yaitu 12,062 dengan nilai signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,05$) yang artinya bahwa terdapat perbedaan penyesalan Pasca Pembelian yang sangat signifikan pada siswa Aliyah Insan Qur'ani. Berdasarkan uji hipotesis di atas, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang peneliti ajukan sebelumnya, yaitu “terdapat perbedaan penyesalan pasca pembelian antara siswa Aliyah Insan Qur'ani”. Dengan demikian hipotesis diterima.

C. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan penyesalan pasca pembelian ditinjau berdasarkan gender yaitu pada siswa/i Aliyah Insan Qur'ani. Berdasarkan pada hasil keseluruhan yang telah dijabarkan di atas, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu ada Perbedaan Penyesalaan Pasca Pembelian Berdasarkan Gender Pada Siswa Aliyah Insan Qur'ani dapat diterima. Hasil uji *t-test* pada penelitian ini menunjukkan bahwa perempuan lebih menyesal dibandingkan laki-laki.

Selain itu juga diperoleh hasil penyesalan pasca pembelian dengan nilai hasil kategorisasi penyesalan pasca pembelian pada siswa/i Aliyah Insan Qur'ani secara keseluruhan menunjukkan bahwa siswa yang memiliki penyesalan pasca pembelian pada kategori rendah yaitu sebanyak 30 orang (15,70%) sedangkan pada kategori sedang yaitu sebanyak 125 orang (65,44%), dan kategori tinggi sebanyak 36 orang (18,85%). Artinya penyesalan pasca pembelian pada siswa/i Aliyah Insan Qur'ani mayoritas tergolong ke dalam kategori sedang.

Sementara hasil kategorisasi penyesalan pasca pembelian pada siswa/i Aliyah Insan Qur'ani di atas menunjukkan bahwa, siswa laki-laki memiliki tingkat penyesalan pasca pembelian pada kategori rendah sebanyak 17 orang (15,31%), selanjutnya pada kategori sedang sebanyak 72 orang (64,86%), dan pada kategori tinggi sebanyak 22 orang (19,82%). Artinya penyesalan pasca pembelian pada siswa laki-laki Aliyah Insan Qur'ani mayoritas tergolong ke dalam kategori sedang.

Hasil kategorisasi penyesalan pasca pembelian pada siswa perempuan menunjukkan bahwa, siswa perempuan pada kategori rendah sebanyak 17 orang (21,25%), selanjutnya pada kategori sedang sebanyak 54 orang (67,5%), dan

sisanya pada kategori tinggi sebanyak 9 orang (11,25%). Artinya penyesalan pasca pembelian pada siswa perempuan tergolong ke dalam kategori sedang.

Menurut beberapa penelitian terdahulu terdapat perbedaan penyesalan pasca pembelian ditinjau dari gender di mana perempuan memiliki tingkat penyesalan pasca pembelian yang lebih tinggi daripada laki-laki. M'Barek dan Gharbi (2011) menyatakan bahwa wanita cenderung merasa lebih menyesal dibandingkan pria dikarenakan wanita cenderung lebih sensitif dan emosional daripada pria. Selain itu, wanita lebih cenderung terlibat dalam melakukan perbandingan yang mengakibatkan munculnya perasaan menyesal.

Hal ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan dari Afghan dan Rudyard (2019) yang berjudul "Penyesalan Pasca Pembelian Smartphone Ditinjau Dari Jenis Kelamin Dan Sifat Ekstraksi" didapatkan hasil bahwa perbedaan penyesalan pasca pembelian perempuan lebih tinggi dibandingkan laki laki.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yaitu memakai try out terpakai dikarenakan pengambilan data berdekatan dengan waktu responden pulang liburan

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang sangat signifikan terhadap penyesalan pasca pembelian berdasarkan gender pada siswa/I Aliyah Insan Qur'ani. Dengan nilai siswa laki-laki (Mean = 68,02; SD = 11,300) dan pada siswa perempuan (Mean = 88,43; SD = 11,856), dengan nilai $t = 12,062$ dan $p = 0,000$. Perbedaan tersebut mengindikasikan ada perbedaan penyesalan pasca pembelian yang sangat signifikan pada siswa laki-laki dan perempuan, dimana tingkat penyesalan pasca pembelian yang dimiliki siswa perempuan lebih tinggi dibandingkan laki-laki dan sebaliknya penyesalan pasca pembelian yang dimiliki pada siswa laki-laki cenderung lebih rendah dibandingkan perempuan.

B. Saran

Beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan untuk kepentingan praktis dan teoritis bagi yang akan meneliti dengan variabel yang serupa adalah:

1. Bagi siswa Aliyah Insan Qur'ani agar dapat lebih bisa mengendalikan keinginan membeli suatu produk sehingga meminimalisir terjadinya penyesalan pasca pembelian.

2. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengembangkan penelitian mengenai penyesalan pasca pembelian disarankan untuk mempertimbangkan faktor-faktor lain yang berpengaruh pada penyesalan pasca pembelian. Menggunakan metode kualitatif dan sebaiknya memakai *try out* tidak terpakai.

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, S., Fahlevi, M., Siti Rabiah, A., & Dhyana Parashakti, R. (2020). *Pengaruh Sosial Media Influencer Terhadap Pengaruh Minat Kerja Antar Brand*. <https://doi.org/10.7777/jiemar.v1i1>
- Afghan, R. (2019). *Penyesalan Pasca Pembelian Smartphone Ditinjau Dari Jenis Kelamin Dan Sifat Ekstraksi*. Universitas Mercu Buana.
- Ainiyah, N. (2018). Remaja Millennial dan Media Sosial: Media Sosial Sebagai Media Informasi Pendidikan Bagi Remaja Millennial. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia*, 2(2), 221–236. <https://doi.org/10.35316/jpii.v2i2.76>
- Arikunto, S. (2010). *Metode penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. (2016). *Reliabilitas dan validitas aitem*. *Buletin Psikologi*, 3(1), 19-26.
- Azwar, S. 2012. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bakewell, C., & Mitchell, V. (2003). Generation Y female consumer decision-making styles. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 31(2), 95–106. <https://doi.org/10.1108/09590550310461994>
- Bell, D. E. (1982). *Regret in Decision Making under Uncertainty*. *Operations Research*, 30(5), 961–981. <https://doi.org/10.1287/opre.30.5.961>
- Connolly, T., & Zeelenberg, M. (2002). *Regret in Decision Making*. *Current Directions in Psychological Science*, 11(6), 212–216. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.00203>
- Diba, S. (2014). Pemanfaatan Kontrol Diri terhadap Pembelian Impulsif pada Remaja Berdasarkan Perbedaan Jenis Kelamin di Samarinda. *e Journal Psikologi*, 1 (3), 313-323.
- Ermawati, E., & E.P, I. (2011). Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di SMP N 1 Piyungan . *Jurnal Spirits*, 2(1), 1–12.
- Gilovich, T., & Medvec, V. H. (1995). *The experience of regret: what, when, and why*. *Psychological review*, 102(2), 379.
- Hawkins, M., Motherbaugh, D. L., & Roger, J. Best. (2007). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. (10th ed.). Boston: McGraw-Hill
- Hung, S. Y., Ku, Y. C., Liang, T. P., & Lee, C. J. (2005). *Regret avoidance as a measure of DSS success*. *9th Pacific Asia Conference on Information Systems: I.T. and Value Creation, PACIS 2005, Gelderman 1998*.
- Hurlock. (2004). *Psikologi Perkembangan* (Istiwidayanti, Soedjarwo, & R. M. Sijabat, Eds.; Kelima). Erlangga.

- Inman, J. Jeffrey, James S. Dyer, and Jianmin Jia (1997), "A Generalized Utility Model of Disappointment and Regret Effects on Post-Choice Valuation," *Marketing Science*, 16 (Spring), 97–111.
- Iskandar, L. M. (2013). *Penyesalan pasca pembelian ditinjau dari big five personality. Jurnal psikologi*, 40(1), 81-91.
- Janis, I. L., & Mann, L. (1977). *Decision making: A psychological analysis of conflict, choice, and commitment*. Free Press.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1982). *Variants of uncertainty. Cognition*, 11(2), 143-157.
- Kaplan, R. M., & Saccuzzo, D. P. (2017). *Psychological testing: Principles, applications, and issues*. Cengage Learning.
- Landman, J. (1987). Regret: A theoretical and conceptual analysis.
- Lazarus, A. A. (1976). Multimodal therapy. *Handbook of Psychotherapy Integration*, 105.
- Lee, S. H., & Cotte, J. (2009). Post-purchase consumer regret: Conceptualization and development of the PPCR scale. *Advances in Consumer Research*, 36, 456–462.
- Leo, L. A., & Ginting, E. D. J. (2012). Conscientiousness Personality Type As A Predictor Of Post Purchase. *Proyeksi: Jurnal Psikologi*, 7(1), 67-78.
- M'Barek, M. B., & Gharbi, A. (2011). The moderators of post purchase regret. *Journal of marketing research & Case Studies*, 1, 1-16.
- Mitchell, V. W., & Walsh, G. (2004). Gender differences in German consumer decision-making styles. *Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review*, 3(4), 331-346.
- Nasiry, J., & Popescu, I. (2009). The price of consumer regret. *Social Science Research Network*, 42.
- Priyatno. (2011). *Buku Saku Analisis Statistik Data SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Ritov, I., & Baron, J. (1995). Outcome Knowledge, Regret, and Omission Bias. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 64(2), 119–127. <https://doi.org/10.1006/obhd.1995.1094>
- Santoso, F. G. I. (2015). *Pengaruh Gender Terhadap Motivasi Berprestasi Siswa SMP Kelas VIII Dalam Pembelajaran Berdasarkan Masalah*. 2(39).
- Saphira, D. (2021). *Hubungan Kecenderungan Implusive Buying Dengan Penyesalan Pasca Pembelian Secara Online Pada Siswa SMA Negeri Di Kecamatan Kota Juang Kabupaten Bireun*. Uin Ar-Raniry.
- Schiffman, G. and Kanuk, L. (2000) *Consumer Behavior*. Prentice Hall, Inc., Englewood Cliff.

- Schwartz, B. (2000). Self-determination: The tyranny of freedom. *American psychologist*, 55(1), 79.
- Simonson, I. (1992). The Influence of Anticipating Regret and Responsibility on Purchase Decisions. *Journal of Consumer Research*, 19(1), 105. <https://doi.org/10.1086/209290>
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. literasi media publishing.
- Sugden, R. (1985). Regret, recrimination and rationality. *Theory and Decision*, 19(1), 77–99. <https://doi.org/10.1007/BF00134355>
- Tsiros, M., & Mittal, V. (2000). Regret: A Model of Its Antecedents and Consequences in Consumer Decision Making. *Journal of Consumer Research*, 26(4), 401–417. <https://doi.org/10.1086/209571>
- Van der Pligt, J., Zeelenberg, M., van Dijk, W. W., de Vries, N. K., & Richard, R. (1997). Affect, attitudes and decisions: Let's be more specific. *European review of social psychology*, 8(1), 33-66.
- Wardiana, W. (2002). Perkembangan Teknologi Informasi di Indonesia. *Perkembangan Teknologi Informasi Di Indonesia*, 1–6. <https://doi.org/10.1007/BF02191578>
- Wayne D. Hoyer, & Deborah J. MacInnis. (2010). *Consumer Behavior*. Cengage Learning.
- Zeelenberg, M. (1999). Anticipated regret, expected feedback and behavioral decision making. *Journal of behavioral decision making*, 12(2), 93-106.
- Zeelenberg, M., & Pieters, R. (2006). Looking backward with an eye on the future: Propositions toward a theory of regret regulation. In L. J. Sanna, & E. C. Chang (Eds.), *Judgments over time: The interplay of thoughts, feelings, and behaviors* (pp. 210-229). Oxford University Press.
- Zeelenberg, M., van Dijk, W. W., Manstead, A. S. R., & van der Pligt, J. (2000). On bad decisions and disconfirmed expectancies: The psychology of regret and disappointment. *Cognition & Emotion*, 14(4), 521–541. <https://doi.org/10.1080/026999300402781>





Lampiran 1

**Surat Keputusan Dekan Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry
tentang Pembimbing Skripsi**

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS PSIKOLOGI UIN AR-RANIRY

Nomor : B-1533/Un.08/FPsi/Kp.00.4/10/2021

TENTANG

PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2021/2022
PADA FAKULTAS PSIKOLOGI UIN AR-RANIRY

DEKAN FAKULTAS PSIKOLOGI

Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi Mahasiswa Semester Ganjil Tahun Akademik 2021/2022 pada Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry, dipandang perlu menetapkan pembimbing skripsi;
b. Bahwa nama yang tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap diberi tugas sebagai Pembimbing Skripsi.

Mengingat : 1. Undang-Undang No.20 tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;
10. Keputusan Menteri Agama No.89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;
11. Keputusan Menteri Agama No. 40 Tahun 2008 tentang Statuta IAIN Ar-Raniry;
12. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry Nomor: 01 Tahun 2015, tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs di lingkungan UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
13. Hasil Penetapan Ketua Prodi Psikologi tanggal 25 Oktober 2021.

MEMUTUSKAN

Menetapkan : Surat Keputusan Dekan Fakultas Psikologi tentang Pembimbing Skripsi.

Pertama : Menunjuk Saudara 1. Jasmadi, S.Psi., MA., Psikolog Sebagai Pembimbing Pertama
2. Aidal Masura, B.H.Sc (Hons) (Psychologi), M.Si Sebagai Pembimbing Kedua

Untuk membimbing Skripsi:

Nama : Siti Karimah
NIM/Prodi : 170901031 / Psikologi
Judul : Perbedaan Penyesalan Pasca Pembelian Ditinjau Berdasarkan Gender pada Siswa Aliyah Insan Qurani

Kedua : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;

Ketiga : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2021.

Keempat : Surat Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan, sesuai dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya, apabila kemudian ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan Surat Keputusan ini.

Kelima : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

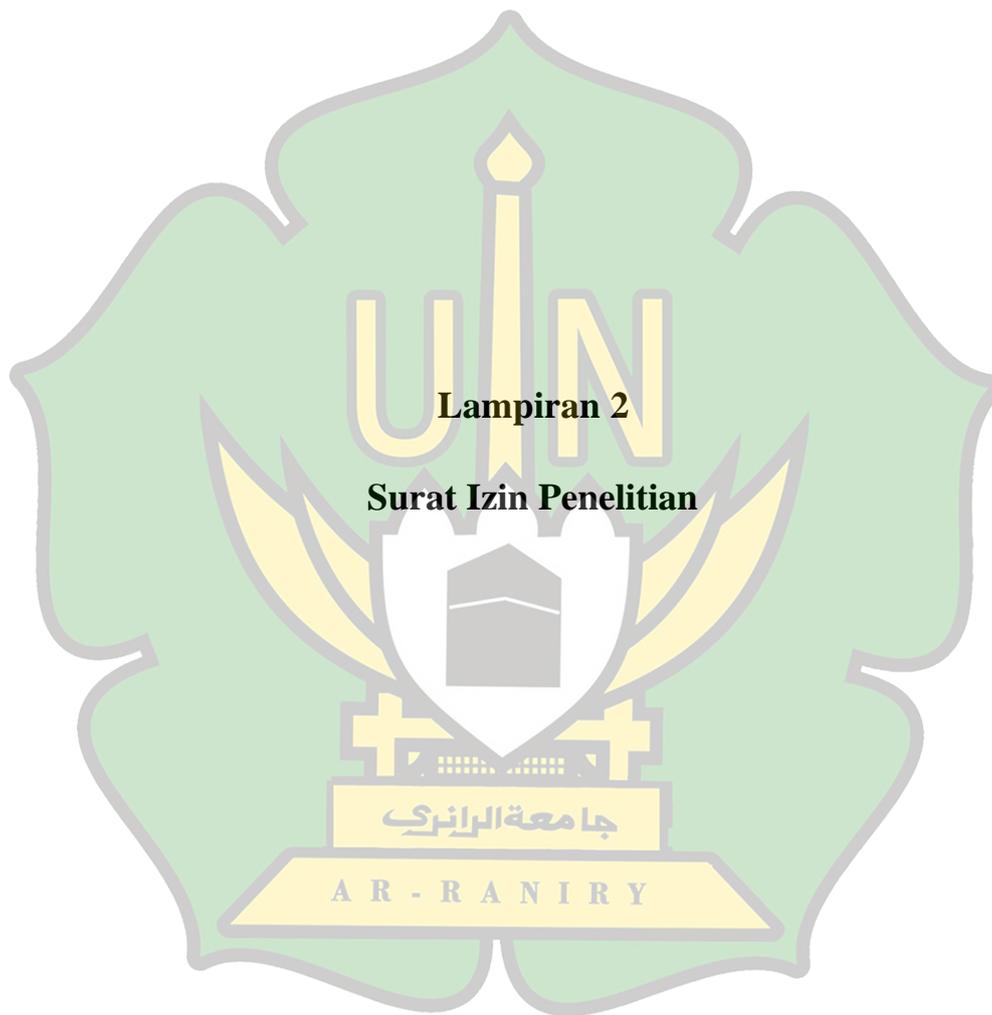
Ditetapkan di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 27 Oktober 2021 M
20 Rabiul Awal 1443 H

Dekan Fakultas Psikologi,


Salami

Tembusan :

1. Rektor UIN Ar-Raniry;
2. Kabag. Keuangan dan Akuntansi UIN Ar-Raniry;
3. Pembimbing Skripsi;
4. Yang bersangkutan.



Lampiran 2

Surat Izin Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
FAKULTAS PSIKOLOGI**

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telepon : 0651- 7557321, Email : uin@ar-raniry.ac.id

Nomor : B-748Un.08/FPsi/Ks.02/07/2022
Lamp : -
Hal : **Penelitian Ilmiah Mahasiswa**

Kepada Yth,
Pimpinan Dayah Insan Qur'ani

Assalamu'alaikum Wr.Wb.
Pimpinan Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama/NIM : **SITI KARIMAH / 170901031**
Semester/Jurusan : X / Psikologi
Alamat sekarang : Peunyerat

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Psikologi bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul **Perbedaan Penyesalan Pasca Pembelian Ditinjau Berdasarkan Gender pada Siswa Aliyah Insan Qur'ani**

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Banda Aceh, 04 Juli 2022

an. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan,



Berlaku sampai : 18 Juli 2022

Jasmadi, S.Psi., M.A., Psikolog.

AR - RANIRY



Lampiran 3

**Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian
dari Dayah Insan Qur'ani**



YAYASAN PENDIDIKAN ULUMUL QUR'AN ANEUK BATEE
DAYAH INSAN QUR'ANI

Jln. Banda Aceh – Medan Km. 12,5 Komplek Masjid Baitul 'Adhim
Desa Aneuk Batee Kec. Suka Makmur – Aceh Besar
Telp: 0811 671 4748 Email: insanqurani.ypuq@gmail.com Situs: www.insanqurani.com



SURAT KETERANGAN

Nomor : B- 164/D.IQ-YPUQ/VI/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muzakkir Zulkifli, S.Ag
Jabatan : Pimpinan Dayah
Alamat : Jalan Banda Aceh-Medan Km. 12,5 Komplek Masjid Baitul Adhim,
Desa Aneuk Batee, Kec. Suka Makmur, Kab. Aceh Besar

Menerangkan bahwa;

Nama : **Siti Karimah**
NIM : 170901031
Universitas : Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
Program Studi : Psikologi

Yang bersangkutan benar telah melakukan penelitian untuk penulisan skripsi di Dayah Insan Qurani dengan judul **“Perbedaan Penyesalan Pasca Pembelian Ditinjau Berdasarkan Gender Pada Siswa Aliyah Insan Qurani”**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Aneuk Batee, 23 Juni 2020

Pimpinan Dayah,

Ust. Muzakkir Zulkifli, S.Ag.





Lampiran 4

Skala Penelitian Pasca Pembelajaran

SKALA PENELITIAN PASCA PEMBELIAN

PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb.

Saya Siti Karimah, mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry angkatan 2017 akan melakukan survei kepada teman-teman Madrasah Aliyah Insan Qur'ani. Survei ini bertujuan untuk mengetahui kebiasaan teman-teman dalam membeli. Teman-teman dimohon untuk mengisi skala yang telah disediakan. Besar harapan saya bahwa teman-teman bersedia untuk membantu saya.

Survei ini tidak ada benar atau salah dan tidak ada hubungannya dengan penilaian dari pihak Sekolah, sehingga diharapkan teman-teman dapat mengisi dengan jujur dan apa adanya sesuai gambaran keadaan teman-teman saat ini. Sebelum memulai pengisian skala, silakan mengisi lembar identitas terlebih dahulu. Terima kasih atas kesediannya.

LEMBAR IDENTITAS

Nama : (boleh inisial)

Usia :tahun

Jenis kelamin : Laki-laki / Perempuan (coret yang tidak perlu)

Kelas :

Aceh Besar,.....

AR - RANIRY

(.....)

PETUNJUK PENGISIAN SKALA

Bacalah setiap pernyataan dengan seksama. Setiap pernyataan dalam skala dilengkapi empat pilihan jawaban: sangat sesuai (SS), sesuai (S), tidak sesuai (TS), dan sangat tidak sesuai (STS).

1. STS berarti teman-teman merasa **sangat tidak sesuai** dengan pernyataan yang disajikan
2. TS berarti teman-teman merasa **tidak sesuai** dengan pernyataan yang disajikan
3. S berarti teman-teman merasa **sesuai** dengan pernyataan yang disajikan
4. SS berarti teman-teman merasa **sangat sesuai** dengan pernyataan yang disajikan

KETERANGAN SKALA

Berilah tanda centang (√) pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan keadaan diri teman-teman.

Contoh:

No.	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Saya sering izin ke toilet ketika jam pelajaran berlangsung.				

Jawaban:

Bila pernyataan di atas **sangat tidak sesuai** dengan diri teman-teman, maka berilah tanda centang (√) pada kolom STS seperti berikut:

No.	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Saya sering izin ke toilet ketika jam pelajaran berlangsung.	√			

Apabila teman-teman ingin mengganti jawaban, berilah dua garis horizontal pada jawaban pertama (=) kemudian centang (√) jawaban kedua.

Contoh:

No.	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Saya sering izin ke toilet ketika jam pelajaran berlangsung.	√			

Jawaban:

Teman-teman ingin mengganti jawaban menjadi **sesuai**, maka berilah dua garis horizontal pada jawaban pertama (=) kemudian centang jawaban S seperti berikut:

No.	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Saya sering izin ke toilet ketika jam pelajaran berlangsung.	√		√	

Skala

No.	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Saya menyesal telah membeli produk baru yang tidak biasa saya beli.				
2.	Saya menyesal mengambil keputusan membeli suatu produk.				
3.	Biasanya ketika saya terlalu banyak mempertimbangkan untuk membeli suatu barang, saya akan menyesal.				
4.	Saya sangat menyesal mengetahui kegunaan suatu produk sudah menurun.				
5.	Saya tidak menyesal meskipun telah mengambil keputusan yang salah setelah membeli produk.				
6.	Meskipun kegunaan suatu produk sudah menurun, saya tidak menyesal telah membelinya.				
7.	Perasaan saya biasa saja saat tidak mendapatkan produk yang saya inginkan.				
8.	Saya tidak menyesal mempertimbangkan suatu produk sebelum membelinya.				
9.	Saya menyesal membeli produk yang tidak saya inginkan.				
10.	Saya tidak menyesal setelah menilai bahwa kegunaan suatu produk sudah tidak maksimal.				
11.	Saya tidak merasa stress meskipun harus mempertimbangkan banyak hal sebelum saya membeli suatu produk.				

12.	Meskipun saya tidak mendapatkan produk yang saya inginkan, saya tidak akan menyesal.				
13.	Saya menyesal produk yang saya beli tidak bertahan lama seperti iklan promosi yang ditampilkan.				
14.	Setelah membeli produk tersebut, saya menyesal telah salah mengambil keputusan.				
15.	Menurut saya produk yang telah saya beli tidak lebih bagus daripada produk lainnya.				
16.	Saya merasa banyak waktu terbuang hanya untuk memikirkan produk yang telah saya beli.				
17.	Menurut saya produk yang saya beli sesuai dengan yang saya harapkan.				
18.	Meskipun saya tidak membandingkan harga barang di satu toko dengan toko lainnya, saya tidak menyesal.				
19.	Karena pertimbangan yang berlebihan membuat saya menyesal sudah membeli suatu produk.				
20.	Walaupun memilih produk yang tidak sesuai dengan keinginan saya tidak menyesal				
21.	Meskipun produk yang saya beli sudah tidak berguna lagi, saya tidak menyesal.				
22.	Seringkali saya menyesal karena sudah terlalu stress dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu barang.				
23.	Saya menyesal telah memilih suatu produk, seharusnya saya memilih produk lain yang lebih bagus.				

24.	Saya tidak menyesal telah mengambil keputusan yang salah memilih produk.				
25.	Saya menyesal melihat berkurangnya kegunaan produk tersebut.				
26.	Saya merasa biasa saja jika produk yang saya pilih tidak terlalu penting.				
27.	Saya menyesal terlalu banyak pertimbangan sebelum membeli produk.				
28.	Saya tidak peduli produk yang sudah saya beli dapat bertahan lama atau tidak.				
29.	Saya tidak menyesal membeli suatu produk meskipun mungkin ada produk yang lebih berkualitas.				
30.	Saya menyesal tidak membandingkan harga di beberapa toko, sehingga saya kekurangan informasi.				
31.	Kekurangan informasi suatu produk membuat saya menyesal membelinya.				
32.	Saya menyesal membeli produk yang tidak berfungsi padahal baru sekali pemakaian.				
33.	Bagi saya produk yang mau dibeli harus dipikirkan terlebih dahulu.				
34.	Saya menyesal telah memilih suatu produk, karena sepertinya produk lain lebih baik.				
35.	Meskipun barang yang baru saya beli rusak, saya tidak akan menyesal.				
36.	Meskipun saya tidak mendapat banyak informasi suatu produk, saya tidak menyesal telah membelinya.				
37.	Membayangkan produk lain membuat saya menyesal memilih suatu produk.				

38.	Saya menyesal melihat produk yang baru saya beli sudah tidak bagus lagi.				
39.	Saya selalu harus lebih lama mempertimbangkan ketika ingin membeli suatu produk.				
40.	Saya menghabiskan banyak waktu untuk memikirkan produk yang telah saya beli.				
41.	Saya sangat menyesal membeli suatu produk, bukan produk yang lain.				
42.	Saya tidak menyesal meskipun membayangkan produk lain lebih bagus daripada produk yang saya beli.				

TERIMA KASIH ATAS KESEDIAAN WAKTUNYA ☺





Lampiran 5

Tabulasi Penelitian Penyesalan Pasca Pembelian

47	4	2	4	2	1	4	4	3	2	1	4	2	1	3	1	3	1	4	4	2	1	2	1	1	1	3	1	1	1	2	1	1	1	4	1	1	2	2	2	84							
48	3	2	3	1	2	2	4	3	2	2	2	3	3	3	2	2	1	1	3	3	2	1	1	3	3	2	1	3	3	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3	91						
49	1	3	4	2	1	3	4	4	1	1	2	4	4	3	2	2	1	2	2	4	4	4	3	1	1	3	2	1	1	1	3	2	3	2	2	2	3	3	1	2	3	98					
50	4	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	1	3	2	1	3	2	4	4	2	2	1	2	2	2	4	3	1	3	2	4	3	1	3	3	1	3	3	4	3	3	1	107				
51	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	4	1	2	3	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	2	4	3	2	1	4	2	1	3	1	3	3	1	1	1	86			
52	2	2	1	3	4	3	3	4	1	2	2	4	3	3	4	3	3	1	2	2	2	4	3	3	4	3	3	3	2	4	3	3	2	1	1	2	2	2	2	4	1	2	2	108			
53	4	4	4	4	3	1	1	3	1	1	4	1	2	4	1	4	4	4	4	4	2	2	1	1	3	3	2	3	2	1	1	1	2	2	1	2	3	2	2	4	2	3	3	1	101		
54	3	2	3	1	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	1	2	3	2	2	1	2	1	2	3	3	3	2	1	3	1	3	2	1	1	2	2	3	2	2	2	2	3	90				
55	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	1	1	2	2	3	2	3	2	2	3	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	89			
56	4	2	4	1	4	3	3	2	2	2	4	2	4	2	3	1	2	4	3	1	3	1	2	2	2	4	2	3	4	1	4	2	1	2	3	1	3	2	1	2	4	3	105				
57	3	2	3	4	4	4	4	2	4	4	2	4	3	4	2	2	2	4	3	4	4	2	3	4	4	3	2	3	3	3	4	4	4	1	3	4	2	2	3	3	4	2	3	130			
58	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	108				
59	4	2	3	1	2	4	3	2	1	3	4	3	3	2	1	4	2	3	4	2	2	1	2	1	2	4	2	1	4	1	4	2	1	1	1	3	4	2	2	2	1	3	99				
60	3	1	3	2	2	4	4	4	2	3	4	4	4	3	1	2	2	4	4	2	3	2	2	2	4	4	1	2	4	1	4	2	1	2	2	1	4	2	2	3	3	4	113				
61	1	1	2	1	4	4	4	1	1	3	4	4	4	1	1	1	3	4	1	4	1	1	1	1	1	4	1	1	4	1	1	1	3	1	4	1	4	2	1	1	1	3	88				
62	1	1	1	1	4	4	4	4	1	4	4	4	1	1	1	1	4	4	1	4	4	1	4	4	1	4	1	4	1	4	4	1	4	4	1	1	4	4	1	4	4	4	111				
63	3	3	2	2	3	2	3	2	2	1	2	2	1	1	2	3	2	2	1	1	2	1	1	2	3	2	1	3	2	1	2	2	1	2	3	2	1	2	1	1	3	2	80				
64	3	1	3	2	3	3	4	2	2	1	4	3	3	1	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	3	2	2	3	2	2	3	2	91			
65	4	4	3	1	1	3	3	2	2	3	3	4	3	4	1	2	4	4	2	3	1	1	1	1	4	4	1	4	4	2	1	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	1	2	1	118		
66	1	3	3	4	2	2	2	1	4	2	2	2	1	3	4	3	3	4	4	3	3	1	2	2	1	3	2	1	2	2	4	2	1	3	1	4	3	3	1	1	1	4	100				
67	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	4	1	4	1	1	2	4	2	3	2	2	1	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	1	2	2	2	2	3	1	1	2	3	3	101			
68	3	2	2	2	3	3	2	3	2	1	3	2	2	2	1	3	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	3	2	2	2	1	2	81		
69	2	3	2	4	1	4	4	3	1	2	3	1	2	3	1	1	3	2	1	1	3	2	4	1	1	3	2	4	1	3	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	3	1	2	2	1	86	
70	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	3	1	2	1	2	4	2	1	1	1	2	1	1	80			
71	3	1	2	1	4	3	2	2	1	2	1	2	3	1	1	2	2	3	1	2	1	2	3	2	4	1	2	2	2	3	1	1	2	3	1	1	3	1	1	3	1	2	2	2	82		
72	2	4	3	3	3	4	4	2	4	3	3	3	1	2	2	1	3	3	4	3	4	3	3	1	2	2	1	4	2	2	1	4	2	2	1	2	3	3	4	4	2	1	2	4	2	111	
73	1	3	2	2	3	3	2	2	1	3	3	2	4	1	1	3	1	2	3	4	2	2	1	3	2	4	1	2	1	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	90		
74	1	4	3	2	3	4	4	2	3	3	3	3	4	1	2	1	4	3	2	2	1	2	2	3	2	3	4	4	2	2	3	2	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	2	115		
75	3	2	3	2	4	4	4	2	2	3	3	2	3	3	1	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	1	2	2	3	1	4	2	3	3	3	3	108			
76	3	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	3	4	1	4	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	4	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	99	
77	4	2	3	2	1	4	4	3	2	2	3	2	4	2	2	4	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	1	1	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	4	4	1	3	2	111	
78	4	2	3	2	3	4	2	3	2	3	3	2	4	2	1	1	1	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	1	2	1	1	2	3	3	2	3	3	3	3	101			
79	2	3	2	2	4	4	4	4	3	3	4	1	2	3	1	2	3	4	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	4	2	2	3	1	3	3	3	3	3	3	1	1	2	1	3	102		
80	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	1	2	2	3	2	4	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	1	2	3	3	2	3	2	99		
81	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	92	
82	4	4	2	4	4	4	1	1	2	3	1	1	4	1	3	4	4	4	4	4	2	4	1	4	1	2	1	2	4	2	2	4	1	4	3	3	2	3	3	2	2	4	1	112			
83	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	95		
84	3	3	2	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	108		
85	3	2	3	3	2	3	2	4	2	2	3	3	3	3	3	2	4	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	1	4	2	3	4	3	2	2	2	1	3	3	2	2	1	1	1	1	3	99
86	4	1	2	1	4	4	4	1	2	4	3	1	3	4	4	2	4	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	1	1	1	2	1	3	2	2	2	2	3	2	102			
87	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	97		
88	4	2	3	2	3	4	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	1	1	1	2	3	3	2	3	3	3	104			
89	4	3	2	1	4	4	4	1	1	1	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	3	2	4	3	3	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	95			
90	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	1	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	94		
91	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1																																

96	4	1	4	2	4	2	4	4	4	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	3	4	2	3	2	2	3	2	2	2	2	4	2	4	3	2	2	2	3	3	1	4	115			
97	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	1	2	1	2	1	3	3	2	2	1	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	1	1	1	2	3	2	2	3	2	2	93			
98	4	2	2	2	3	4	1	2	1	3	4	2	4	1	1	2	1	3	4	1	2	1	2	1	2	2	3	1	3	1	1	2	3	3	3	2	1	2	2	2	89				
99	2	3	1	2	4	3	3	3	2	3	3	3	1	1	1	2	1	3	3	2	1	1	1	2	3	2	1	1	3	1	3	1	1	2	3	3	3	2	1	2	2	2	87		
100	4	2	2	2	2	3	4	2	1	3	4	3	4	3	1	1	1	3	3	1	2	1	1	2	2	3	1	3	4	2	1	2	1	1	3	2	3	2	1	2	2	4	94		
101	3	1	1	2	2	2	4	3	2	2	3	2	1	3	1	1	1	2	2	2	2	1	1	3	2	3	1	3	3	2	4	2	1	1	3	1	2	2	1	1	1	3	83		
102	4	2	1	2	1	4	2	2	1	3	3	2	2	2	1	2	1	3	4	1	2	1	2	1	1	1	2	3	3	1	3	2	1	2	3	2	3	2	1	1	1	2	83		
103	4	3	1	1	2	4	4	1	2	2	4	4	4	1	1	1	1	4	4	1	3	1	1	2	4	4	1	2	4	1	4	1	1	1	1	2	1	4	2	1	1	1	4	95	
104	4	3	2	1	4	4	4	1	1	1	4	3	2	1	1	1	1	3	4	3	4	1	1	1	1	4	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	4	82
105	3	2	3	2	2	3	3	4	3	3	3	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	3	2	3	2	4	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	1	3	2	2	1	1	2	3	96
106	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	4	3	2	1	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	90	
107	3	2	2	2	3	4	2	2	2	2	3	2	3	2	1	1	2	2	3	1	2	1	2	2	2	4	1	3	3	2	3	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	87	
108	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	1	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	89	
109	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	1	2	2	3	2	3	2	3	99	
110	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	96	
111	1	2	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	4	2	3	4	2	3	3	3	2	3	3	4	2	3	4	3	2	3	2	2	3	3	116		



Skala Penyesalan Pasca Pembelian Perempuan

Subjek	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	A16	A17	A18	A19	A20	A21	A22	A23	A24	A25	A26	A27	A28	A29	A30	A31	A32	A33	A34	A35	A36	A37	A38	A39	A40	A41	A42			
1	2	3	3	3	3	2	2	1	3	2	1	2	4	3	2	3	2	2	4	2	2	2	4	3	2	4	1	4	2	3	3	4	1	3	4	3	4	4	4	1	3	2	2	110	
2	3	2	3	3	3	2	3	3	4	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	106	
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	159	
4	4	4	3	4	4	4	3	3	2	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	1	4	4	4	3	3	4	3	4	2	3	3	3	3	4	4	3	2	4	3	140
5	4	2	3	4	4	4	3	2	3	4	3	4	4	2	2	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	120	
6	4	2	2	2	4	3	3	2	3	3	4	3	4	2	4	4	2	2	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	1	3	4	2	4	4	2	1	4	4	133		
7	4	3	4	3	4	4	4	1	2	4	4	2	4	3	4	1	4	2	2	2	4	2	2	2	1	4	4	1	1	4	1	4	1	1	4	2	1	3	3	2	2	2	114		
8	3	3	4	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	4	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	112	
9	3	1	3	2	1	1	3	1	1	4	3	2	4	3	4	4	2	2	2	2	3	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	4	4	1	1	4	3	3	2	3	2	3	97		
10	3	3	2	2	2	4	3	3	1	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	4	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	104		
11	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	4	4	3	4	2	3	4	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	4	2	3	3	2	4	2	3	2	2	117		
12	2	1	3	2	3	3	2	3	2	4	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	1	2	4	2	2	2	2	2	2	4	3	2	1	4	4	3	2	3	4	3	110	
13	4	1	1	1	3	4	1	2	2	3	4	1	2	3	4	4	2	1	2	2	1	3	2	3	2	1	2	1	4	1	3	2	2	3	1	4	4	3	2	4	3	3	101		
14	2	1	3	2	3	3	3	4	2	4	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	4	2	2	2	3	2	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	4	110		
15	2	2	3	2	3	3	3	2	4	3	2	3	3	2	2	4	2	3	3	4	2	3	4	2	2	1	3	4	3	1	2	3	4	4	3	2	2	3	3	2	2	112			
16	1	1	2	2	4	4	1	2	4	4	2	2	2	2	4	1	4	2	1	2	4	1	2	4	1	2	4	1	1	3	4	4	4	1	3	1	4	2	4	3	4	3	4	111	
17	2	4	3	4	3	4	4	4	1	2	4	4	2	4	3	4	1	4	2	2	2	4	2	2	2	1	4	4	1	1	4	1	4	4	1	1	4	3	3	3	3	2	117		
18	2	3	3	4	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	4	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	4	4	1	1	109		
19	2	3	1	3	2	1	1	3	1	1	4	3	2	4	3	4	4	2	2	2	2	3	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	4	4	1	1	4	3	1	2	2	3	94		
20	3	3	3	2	2	1	3	3	3	1	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	4	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	4	1	2	2	2	104	
21	3	2	3	3	4	3	1	2	4	3	2	2	4	3	4	4	3	4	2	4	3	4	4	4	2	4	4	4	2	1	2	3	1	3	4	3	2	4	1	4	2	4	125		
22	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	3	4	154	
23	3	3	3	3	3	3	4	4	3	1	4	4	4	3	3	4	3	4	2	3	3	3	3	4	4	3	2	4	3	3	4	4	3	1	4	4	3	3	3	3	3	2	133		
24	3	4	4	3	3	3	3	1	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	150	
25	3	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	148
26	3	2	3	3	2	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	1	4	4	4	3	3	4	3	4	2	3	3	3	3	4	4	135	
27	3	2	4	4	4	3	3	2	4	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	1	4	4	4	4	4	4	1	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	3	4	135
28	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	3	1	4	4	3	3	3	3	3	2	148		
29	3	3	3	3	4	4	3	1	4	4	4	3	3	4	3	4	2	3	3	3	3	4	4	3	2	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	1	3	136		
30	3	2	2	3	2	3	4	4	4	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	2	4	2	3	4	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	1	118		
31	4	4	4	4	1	3	4	4	4	4	2	4	3	4	3	4	4	2	4	3	2	3	3	3	2	2	3	4	3	3	4	2	4	4	4	3	3	4	2	4	4	3	135		
32	4	4	4	4	2	4	4	3	1	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	4	4	3	3	2	4	4	3	4	4	126	
33	3	2	3	3	3	3	2	2	4	4	2	2	3	2	2	3	4	4	4	4	4	1	3	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	3	2	3	4	3	4	4	2	133	
34	2	2	2	3	4	3	2	4	4	3	4	4	3	3	2	4	4	3	4	4	4	4	3	3	1	4	4	3	3	3	3	2	3	4	3	2	3	4	3	2	2	2	129		
35	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	3	4	4	4	2	2	4	4	3	3	4	2	3	4	4	3	3	3	1	3	4	3	4	2	137			
36	4	4	4	3	2	4	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	118		
37	2	2	3	2	2	3	2	2	4	3	3	2	3	3	2	4	3	3	2	4	4	2	2	4	4	3	3	3	3	3	2	4	3	2	4	4	3	4	3	3	2	3	122		
38	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	2	3	1	1	1	4	4	4	3	4	3	4	4	4	2	1	4	2	1	3	1	2	1	2	2	1	3	4	4	1	1	119		
39	3	3	3	3	4	4	3	1	4	4	3	2	4	4	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	1	4	3	2	3	3	2	3	3	2	3	4	3	3	2	3	2	3	125		
40	3	3	3	3	4	4	2	4	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	4	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	110		
41	4	3	4	3	4	3	4	3	3	2	2	3	3	3	2	2	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	118	
42	2	2	3	4	4	4	4	1	3	4	4	4	4	4	2	4	3	4	3	4	4	2	2	4	4	3	3	3	3	2	4	3	2	4	4	3	1	3	3	2	3	132			
43	2	2	2	4	4	4	4	2	4	4	3	1	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	1	1	2	2	2	1	3	4	4	3	3	2	4	4	3	4	4	4	3	2	2	121	
44	2	2	1	3	4	4	3	1	2	3	4	4	3	4	4	3	3	2	4	3	4	4	3	4	4	3	1	4	4	4															

47	3	3	3	3	2	3	2	4	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	4	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	2	2	2	114							
48	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	1	4	1	4	4	4	1	1	4	4	2	3	4	3	4	3	3	3	1	1	2	128						
49	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	4	1	3	4	2	3	3	3	3	2	3	2	3	113							
50	3	2	2	1	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	1	3	2	2	1	4	4	3	3	2	3	3	2	2	2	1	1	4	2	3	1	2	3	3	2	3	3	99						
51	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	4	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	100								
52	2	2	3	3	3	1	3	3	3	2	2	2	4	3	3	1	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	4	2	2	3	3	3	2	2	2	2	104							
53	2	4	4	3	3	2	4	2	2	2	3	3	4	3	2	3	4	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	1	4	2	2	2	3	3	2	2	1	2	108							
54	3	4	4	4	3	2	3	4	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	1	2	3	1	3	2	3	2	3	4	2	3	3	2	1	1	111					
55	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	4	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	4	2	3	3	3	3	2	2	3	2	101						
56	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	4	2	3	3	3	3	2	2	2	2	102						
57	3	3	3	3	4	4	4	2	3	3	4	3	3	2	3	1	3	3	3	2	1	2	3	2	1	2	3	3	2	2	1	2	4	2	2	3	3	2	3	2	2	1	2	107					
58	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	1	3	3	3	2	2	3	2	2	2	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	137						
59	3	3	3	3	4	4	3	1	4	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	4	4	2	2	4	2	4	2	3	2	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	123						
60	3	3	3	3	2	3	2	4	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	137						
61	4	3	4	3	4	3	4	3	3	2	2	2	4	3	2	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3	2	3	122					
62	2	2	3	3	4	4	3	2	4	4	3	3	3	2	1	4	1	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	1	1	2	3	1	1	4	4	4	4	3	4	2	1	121						
63	3	3	2	2	2	4	3	3	1	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	4	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	1	1	2	2	100						
64	2	2	2	3	3	4	3	2	3	4	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	1	4	2	2	2	3	3	2	2	1	2	3	3	3	2	2	2	2	1	102						
65	4	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	1	2	3	1	2	3	1	3	2	2	1	1	3	3	3	2	2	2	2	3	106							
66	2	2	2	3	3	4	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	4	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	4	3	4	109				
67	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	4	3	1	1	3	102		
68	2	3	3	4	3	3	2	3	1	3	3	3	2	1	2	3	3	2	1	2	3	3	2	2	1	2	4	2	2	3	3	2	3	2	3	2	1	2	4	2	1	2	4	3	4	103			
69	3	3	3	3	2	3	2	4	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	2	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	116			
70	4	3	4	3	4	3	4	3	3	2	2	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	1	4	4	1	4	4	1	3	3	4	3	1	2	2	3	3	129					
71	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	98					
72	3	3	3	4	3	4	3	2	3	4	3	2	4	3	3	3	1	3	2	4	3	1	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	136					
73	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	128				
74	4	4	4	4	3	1	2	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	2	1	4	2	3	3	1	3	2	3	137						
75	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	1	4	4	1	1	4	4	1	4	1	4	127				
76	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	1	1	2	2	4	2	2	3	2	2	4	3	3	2	1	111						
77	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2	4	2	2	2	4	3	2	2	4	2	2	2	2	3	4	3	3	4	1	3	4	3	2	4	3	4	1	3	129				
78	1	3	3	3	1	3	2	4	1	1	3	2	3	2	4	3	1	3	2	3	4	2	4	4	2	4	4	2	3	4	1	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	2	4	117					
79	2	1	3	3	3	3	4	3	4	3	2	3	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	2	137			
80	1	1	1	3	4	4	3	3	3	3	1	3	4	3	4	3	1	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	3	2	126





**Uji Daya Beda Aitem dan Reliability Penyesalan Pasca Pembelian Sebelum
Aitem Tidak Valid Dibuang**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,900	42

	Item-Total Statistics			Cronbach's Alpha if Item Deleted
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	
VAR00001	104,1885	288,501	,029	,902
VAR00002	104,5969	278,968	,354	,898
VAR00003	104,4869	275,051	,491	,896
VAR00004	104,5602	272,321	,572	,895
VAR00005	104,2461	279,186	,322	,899
VAR00006	104,0838	283,867	,195	,900
VAR00007	104,2304	282,105	,227	,900
VAR00008	104,5707	285,099	,134	,901
VAR00009	104,6335	271,507	,562	,895
VAR00010	104,3455	276,480	,428	,897
VAR00011	104,1675	288,688	,025	,902
VAR00012	104,5654	276,279	,442	,897
VAR00013	104,1099	278,414	,372	,898
VAR00014	104,5183	275,977	,443	,897
VAR00015	104,8691	274,914	,432	,897
VAR00016	104,5864	272,644	,514	,896
VAR00017	104,6545	276,090	,382	,898
VAR00018	104,3403	281,289	,305	,899
VAR00019	104,3298	282,033	,241	,900
VAR00020	104,6597	267,920	,700	,893
VAR00021	104,4974	276,136	,448	,897
VAR00022	104,8429	270,880	,547	,895
VAR00023	104,7749	271,649	,603	,895
VAR00024	104,5393	274,450	,468	,897
VAR00025	104,6283	277,214	,413	,897
VAR00026	104,2356	286,592	,087	,902
VAR00027	104,6545	276,248	,420	,897
VAR00028	104,5183	275,230	,469	,897
VAR00029	104,4031	280,221	,292	,899
VAR00030	104,8115	273,943	,474	,896
VAR00031	104,1937	283,610	,214	,900
VAR00032	104,6073	267,377	,654	,894
VAR00033	104,9791	272,842	,475	,896
VAR00034	104,8482	273,477	,521	,896
VAR00035	104,5183	272,062	,521	,896
VAR00036	104,5864	274,307	,492	,896
VAR00037	104,3403	284,899	,153	,901
VAR00038	104,4712	274,724	,472	,897
VAR00039	104,7644	273,034	,523	,896

VAR00040	104,6283	272,740	,554	,895
VAR00041	104,8639	279,013	,361	,898
VAR00042	104,5550	281,311	,264	,899

**Uji Daya Beda Aitem dan Reliability Penyesalan Pasca Pembelian Setelah
Aitem Tidak Valid Dibuang**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,915	31

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Penyesalan Pasca Pembelian
N		191
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	76,5654
	Std. Deviation	15,30616
Most Extreme Differences	Absolute	,063
	Positive	,063
	Negative	-,045
Test Statistic		,063
Asymp. Sig. (2-tailed)		,063 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances

Penyesalan Pasca Pembelian				
Levene Statistic	df1	df2	Sig.	
,910	1	189	,341	

ANOVA

Penyesalan Pasca Pembelian					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	19361,418	1	19361,418	145,491	,000
Within Groups	25151,514	189	133,077		
Total	44512,932	190			

Uji Hipotesis

Group Statistics

	Gender	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
					Mean
PenyesalanPascaPembelian	Perempuan	80	88,4250	11,85650	1,32560
	Laki-Laki	111	68,0180	11,30003	1,07255

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means								
			F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
										Lower	Upper
PenyesalanPascaPembelian	Equal variances assumed	,910	,341	12,062	189	,000	20,40698	1,69185	17,06965	23,74431	
	Equal variances not assumed			11,968	165,388	,000	20,40698	1,70516	17,04029	23,77367	

Data Empirik

Seluruh Siswa

Descriptive Statistics

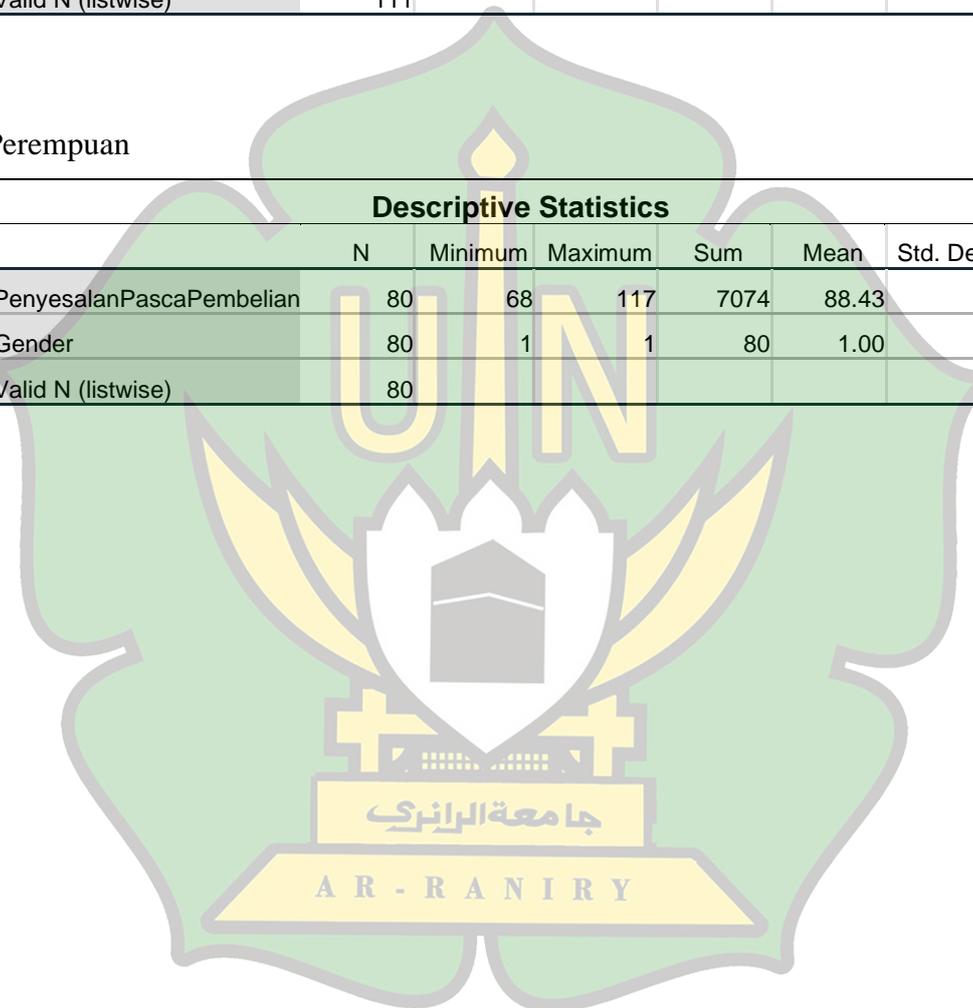
	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
PenyesalanPascaPembelian	191	41	117	14624	76.57	15.306
Gender	191	1	2	302	1.58	.495
Valid N (listwise)	191					

Laki-Laki

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
PenyesalanPascaPembelian	111	41	98	7550	68.02	11.300
Gender	111	2	2	222	2.00	.000
Valid N (listwise)	111					

Perempuan

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
PenyesalanPascaPembelian	80	68	117	7074	88.43	11.856
Gender	80	1	1	80	1.00	.000
Valid N (listwise)	80					





Lampiran 7

Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Siti Karimah
2. Tempat/Tanggal Lahir : Sabang/05 Mei 1999
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. NIM : 170901031
6. Kebangsaan : Indonesia
7. Alamat : Peunyerat
 - a. Kecamatan : Banda Raya
 - b. Kabupaten : Banda Aceh
 - c. Provinsi : Aceh
8. No. Tlp/HP : 0853-4855-0981
9. Email : Karimahzharifa@gmail.com

Riwayat Pendidikan

1. SD/MI : MIN Lhong Raya 2011
2. SMP/MTs : MTsN Ulumul Qur'an 2014
3. SMA/MA : MAS Insan Qur'ani 2017

Orang Tua/Wali

1. Nama Ayah : Khairuddin
2. Nama Ibu : Ismiati
3. Pekerjaan Orang Tua : Wiraswasta
4. Alamat Orang tua : Peunyerat

Banda Aceh, 04 Juli 2022
Peneliti,

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

Siti Karimah