

***RATIONALITY AND CONSUMER REGRET:  
MAXIMIZING UTILITY AS MEDIATOR***

***ABSTRACT***

*Consumer regret is a painful and unpleasant feelings that consumers received after purchasing (outcome regret) or because consumer had made wrong decision (process regret). Consumer tend to regret more in case of discrepancy between consumer's expectations and product performance. The aim of this study is to examine the relationship between rationality and consumer regret which is mediated by maximizing utility. Post purchase regret scale was used to measure consumer regret. The subject of this research are 150 students from both of state and private university in Yogyakarta. Data were analyzed using SPSS. The results from path analysis showed that maximizing utility was proved to be partial mediator between rationality and consumer regret with total effect score -0,2 ( $p < 0,05$ ). It means maximizing utility can reduce negative correlation between rationality and consumer regret. Additional analysis of demographic data showed that there was no significant difference of consumer regret among students in terms of gender and age.*

***Keywords:*** *consumer regret, rationality, maximizing utility, students*

## **RASIONALITAS DAN PENYESALAN KONSUMEN: MAXIMIZING UTILITY SEBAGAI MEDIATOR**

### **INTISARI**

Penyesalan konsumen adalah perasaan negatif dan tidak menyenangkan yang dirasakan konsumen baik setelah melakukan pembelian (*outcome regret*) atau karena telah membuat keputusan yang kurang sesuai (*process regret*). Hal ini dapat terjadi karena kesenjangan antara harapan konsumen dengan performa produk yang dibeli. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *maximizing utility* sebagai mediator antara rasionalitas dengan penyesalan konsumen. Skala yang digunakan untuk mengukur penyesalan konsumen adalah *post-purchase regret scale*. Subjek dalam penelitian ini yaitu mahasiswa aktif PTN maupun PTS yang sedang berada di Yogyakarta sebanyak 150 orang. Data di analisis menggunakan SPSS. Hasil penelitian dari analisa jalur yang digunakan menunjukkan bahwa *maximizing utility* dapat menjadi mediator secara parsial peran rasionalitas terhadap penyesalan konsumen dengan besar total *effect* sebanyak -0,2 ( $p < 0,05$ ). Artinya, *maximizing utility* dapat menurunkan korelasi negatif antara rasionalitas dengan penyesalan konsumen. Analisis tambahan terhadap data demografis menunjukkan tidak terdapat perbedaan penyesalan konsumen pada mahasiswa ditinjau dari jenis kelamin dan usia.

**Kata kunci:** penyesalan konsumen, rasionalitas, *maximizing utility*, mahasiswa