

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PERTIMBANGAN KONSUMEN DALAM
MEMBELI BUKU-BUKU ROHANI KRISTEN PROTESTAN
DI RHEMA BOOKSTORE SEMARANG**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan
Program Sarjana (S1) Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang**



Disusun Oleh :

Nama : Yonatan Adi Gunawan

NIM : 02.30.0228

Jurusan : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2008**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Yonatan Adi Gunawan

NIM : 02.30.0228

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Judul : ANALISIS FAKTOR – FAKTOR PERTIMBANGAN
KONSUMEN DALAM MEMBELI BUKU-BUKU ROHANI
KRISTEN PROTESTAN DI RHEMA BOOKSTORE
SEMARANG



Disetujui di Semarang, 08 Mei 2008

Pembimbing

(M. Widyanto, SE, MM)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**SKRIPSI DENGAN JUDUL :
“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PERTIMBANGAN KONSUMEN DALAM
MEMBELI BUKU-BUKU ROHANI KRISTEN PROTESTAN
DI RHEMA BOOKSTORE SEMARANG “**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Yonatan Adi Gunawan

NIM : 02.30.0228

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 01 Juli 2008 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

Koordinator Penguji

Anggota

Anggota

(A. Posmaria Sitohang, SE, MSi) (A. Sentot Suciarto, Ph.D) (M. Widyanto, SE, MM)

Dekan Fakultas Ekonomi

(A. Sentot Suciarto, Ph.D)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yonatan Adi Gunawan

NIM : 02.30.0228

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Judul : “ANALISIS FAKTOR – FAKTOR PERTIMBANGAN
KONSUMEN DALAM MEMBELI BUKU-BUKU ROHANI
KRISTEN PROTESTAN DI RHEMA BOOKSTORE
SEMARANG “

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi dan atau pemalsuan data maupun bentuk-bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia menerima sanksi dari Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Semarang, 08 Juli 2008

Yonatan Adi Gunawan

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**"Tuhan senang kepada orang - orang yang
takut akan Dia, kepada orang - orang yang
berharap akan kasih setia - Nya"**

~ Amsal 147 : 11 ~

**"Serahkanlah hidupmu kepada Tuhan dan
percayalah kepada - Nya, dan Ia akan
bertindak"**

~ Mazmur 37 : 5 ~

**"Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang
apapun juga, tetapi nyatakanlah dalam
segala hal keinginanmu kepada Allah dalam
doa dan permohonan dengan ucapan syukur"**

~ Filipi 4 : 6 ~

**"Tetapi carilah dahulu Kerajaan Allah dan
kebenarannya, maka semuanya itu akan
ditambahkan kepadamu"**

~ Matius 6 : 34 ~

**Berikan yang terbaik bagi Tuhan apapun
yang dilakukan 'just keep the best' dan
Tuhan yang akan melakukan. Tugas kita
melakukan yang terbaik saja**

~ Sidney Mohede ~

Sukses berawal dengan menjadi orang yang
tepat, pada saat yang tepat, dan di
tempat yang tepat

~ Edwin Louis Cole ~

**Lumpur kesalahan masa lalu adalah pupuk
penyubur bagi masa depan**

~ Edwin Louis Cole ~

Skripsi ini kupersembahkan untuk

My GOD, Jesus Christ

Papa dan Mamaku

Kakakku Yun-Yun dan Adikku Yuhri

Kekasihku Eunike Yulianti P.D

ABSTRAKSI

Sistem pengetahuan dan teknologi yang berkembang maju mengembangkan pula cara manusia memberi makna pada lingkungannya. Bagaimana manusia memaknai lingkungannya, tergantung pada pengetahuannya tentang apa yang ada disekitarnya itu. Pada akhirnya, makna yang diberikan pada apa yang dijumpainya itu tergantung dari pengetahuan yang diperolehnya dari pengalaman dan pendidikannya itu. Upaya mencari makna kelihatannya tak akan ada habisnya selama masih ada manusia. Pada era tulisan, manusiapun mulai membaca dan berupaya memahami makna dari apa yang dibacanya itu. Membaca buku-buku dari berbagai ilmu yang ada merupakan salah satu diantara berbagai cara guna meningkatkan kualitas sumber daya manusia.

Dari begitu besar manfaat membaca sampai dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia ini memberikan peluang usaha bagi perusahaan untuk memproduksi dan memasarkan buku-buku yang dapat menunjang manfaat tersebut. Rhema Bookstore merupakan salah satu perusahaan penyalur berbagai jenis buku rohani Kristen Protestan dan salah satu toko buku yang menjual beragam macam buku rohani Kristen Protestan di Semarang yang berupaya ikut aktif dalam program peningkatan kualitas sumber daya manusia dengan cara memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada konsumennya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli buku-buku rohani Kristen Protestan di Rhema Bookstore Semarang dan untuk mengetahui faktor manakah yang paling dominan diantara faktor yang terbentuk.

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan adalah *purposive accidental sampling*. Prosedur pencarian responden ditentukan dengan metode *quota sampling*.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua tahapan penelitian. Tahap pertama adalah tahap pra survei, tahap ini bertujuan untuk

mencari data tentang variabel apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli buku-buku rohani Kristen Protestan di Rhema Bookstore Semarang, pada tahap ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik kuesioner pra survei dan wawancara. Tahap yang kedua yaitu tahap survei akhir, pada tahap ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik kuesioner dan wawancara pula. Setelah dilakukan pra survei terhadap 30 responden, didapat 23 variabel pertimbangan. Dari data hasil pra survei tersebut diolah menjadi kuesioner yang disebarkan pada 100 responden.

Alat analisis yang dipakai berupa Analisis Faktor dan diolah dengan menggunakan software SPSS (versi 11.5). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa :

1. Penelitian ini mampu meringkas data yang ada dari 23 variabel menjadi 5 (lima) faktor yaitu : Faktor Tempat Belanja Dan Diskon, Faktor Cepat Dan Tersedia, Faktor Fasilitas Parkir, Faktor Harga Dan Jumpa Penulis, Faktor Keterjangkauan.
2. Dari kelima faktor yang terbentuk, faktor yang menjadi pertimbangan relatif paling dominan adalah Faktor Tempat Belanja Dan Diskon, karena faktor ini mempunyai nilai % of variance tertinggi dari faktor yang lain yaitu sebesar 39,223.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Berkat, Anugerah dan Penyertaan – Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan baik.

Skripsi yang berjudul “ Analisis Faktor – Faktor Pertimbangan Konsumen Dalam Membeli Buku – Buku Rohani Kristen Protestan Di Rhema Bookstore Semarang “ ini digunakan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Penulis juga menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Bapak Sentot Suciarto, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Ibu Ratna Wulandari, SE, MSi, selaku kepala Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
3. Bapak Widyanto, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing yang selama ini telah sabar membantu dan membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
4. Tim penguji diantaranya Ibu Posmaria Sitohang, SE, MSi, Bapak Sentot Suciarto, Ph.D, Bapak Widyanto, SE, MM yang telah membantu pada proses ujian maupun bimbingan skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah memberikan ilmu sebagai bekal hidup di masa yang akan datang.
6. Ibu Linda sebagai Kepala Toko “Rhema Bookstore” dan Ibu Vony sebagai Penasehat “Rhema Bookstore” yang telah memberikan izin untuk

melakukan penelitian di Rhema Bookstore dan memberikan informasi yang dibutuhkan tentang Rhema Bookstore.

7. Papa dan Mama tercinta, kakakku Yun-Yun dan adikku Yuhri yang telah memberikan dukungan, bantuan doa dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Nenekku “Bobo Salera” dan Tanteku “Ai Nggo” yang turut membantu dan mendukungku selama kuliah.
9. Keluarga Bapak John Mulyono yang telah memberikan bantuan doa, dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Kekasihku Eunike Yulianti P.D yang telah memberikan dukungan, bantuan doa, dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-temanku di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang : Bamb Bang, Mich, Bobee, Adit. *Thank you for support and help for me!*
12. Semua pihak dan teman-teman yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga dengan jasa kebaikan yang telah kalian lakukan dapat membuahkan kebahagiaan yang melimpah.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini.

Akhir kata “ Semoga Tuhan selalu menyertai dan memberkati kita semua” serta penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua orang yang membacanya.

Semarang, 08 Juli 2008

Penulis,

Yonatan Adi Gunawan

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Skripsi	ii
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Pernyataan Keaslian Skripsi	iv
Motto Dan Persembahan	v
Abstraksi	vii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran	xvi
Bab I. Pendahuluan	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Pembatasan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	4
1.6. Sistematika Penulisan	5
Bab II. Landasan Teori	
2.1. Pengertian Pemasaran	6
2.1.1. Bauran Pemasaran	7
2.1.2. <i>Market Nicher</i> (Relung Pasar)	10
2.2. Pengertian Pemilihan Toko	11
2.3. Pengertian Pembelian	25
2.3.1. Tipe Perilaku Pembelian Konsumen	25
2.3.2. Tahap-Tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian	28
2.3.3. Struktur Keputusan Pembelian	29
2.4. Pengertian Perilaku Konsumen	30

2.5. Pengertian Buku, Buku Rohani Kristen Protestan, Membaca dan Manfaat Membaca	31
2.6. Kerangka Pikir	32
2.7. Definisi Operasional	33
Bab III. Metode Penelitian	
3.1. Obyek dan Lokasi Penelitian	36
3.2. Populasi dan Sampel	36
3.3. Jenis Data Penelitian	37
3.4. Teknik Pengumpulan Data	37
3.5. Skala Pengukuran	38
3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas	39
3.6.1. Uji Validitas	39
3.6.2. Uji Reliabilitas	41
3.7. Metode Analisa Data	41
3.7.1. Analisa Deskriptif	41
3.7.2. Analisa Faktor	42
Bab IV. Hasil Dan Pembahasan	
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	45
4.1.1. Sejarah	45
4.1.2. Struktur Organisasi Perusahaan	46
4.2. Gambaran Umum Responden	50
4.2.1. Data Identitas Responden Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin	50
4.2.2. Data Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan	52
4.2.3. Data Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	53
4.2.4. Data Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Buku	53
4.3. Analisa Deskriptif	54
4.4. Analisa Faktor	61

4.4.1. KMO dan Barlett's Test	61
4.4.2. Anti Image Matrices	62
4.4.3. Communalities	62
4.4.4. Total Variance Explained	62
4.4.5. Scree Plot	63
4.4.6. Component Matrix	63
4.4.7. Rotated Component Matrix	64
4.4.8. Menamakan Faktor	66
Bab V. Kesimpulan Dan Saran	
5.1. Kesimpulan	69
5.2. Saran	69
Daftar Pustaka	71
Lampiran	74



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Daftar Toko-Toko Buku Rohani Kristen Protestan Lainnya di Semarang	2
Tabel 1.2. Variabel-Variabel Pertimbangan Konsumen Dalam Membeli Buku-Buku Rohani Kristen Protestan di Rhema Bookstore Semarang	3
Tabel 2.1. Proses Keputusan Pembelian	28
Tabel 3.1. Perhitungan Uji Validitas	40
Tabel 4.1. Identitas Responden Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Pendapatan	51
Tabel 4.3. Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	52
Tabel 4.4. Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Buku	52
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif	53
Tabel 4.6. Total Variance Explained	62
Tabel 4.7. Rotated Component Matrix	64
Tabel 4.8. Penamaan Faktor	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pikir Penelitian	32
Gambar 4.1. Struktur Organisasi Rhema Bookstore Semarang	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner dan Panduan Wawancara	75
Lampiran 2	Data Responden	81
Lampiran 3	Validitas dan Reliabilitas	85
Lampiran 4	Tabulasi Data	87
Lampiran 5	Analisis Faktor	94
Lampiran 6	Tabel Korelasi Produk Moment	100
Lampiran 7	Kartu Bimbingan	102

