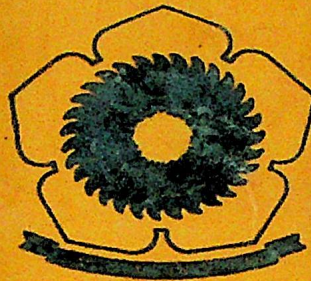


**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP BUKU PELAJARAN  
PENERBIT ERLANGGA BERDASARKAN ASPEK KUALITAS  
PRODUK, NON PRODUK DAN HARGA  
DI PALEMBANG**



**SKRIPSI**

**Dibuat Untuk Melengkapi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**Pada Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya**

**Oleh :**

**IKA NOVITA**

**01013110035**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**2005**



**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP BUKU PELAJARAN  
PENERBIT ERLANGGA BERDASARKAN ASPEK KUALITAS  
PRODUK, NON PRODUK DAN HARGA**

**DI PALEMBANG**

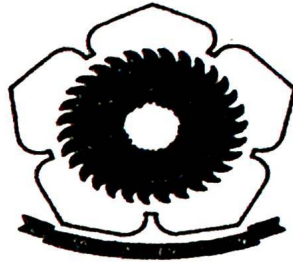


S  
658.834 307

Nov  
/2

C 051427

2005



02903/13105-

**SKRIPSI**

**Dibuat Untuk Melengkapi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**Pada Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya**

Oleh :

**IKA NOVITA**

**01013110035**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**2005**

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

INDERALAYA


---

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : IKA NOVITA  
Nomor Induk Mahasiswa : 01013110035  
Jurusan : MANAJEMEN  
Mata Kuliah Pokok : PERILAKU KONSUMEN  
Judul Skripsi : PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP BUKU  
PELAJARAN PENERBIT ERLANGGA  
BERDASARKAN ASPEK KUALITAS PRODUK,  
NON PRODUK DAN HARGA DI PALEMBANG

**PANITIA PEMBIMBING SKRIPSI :**

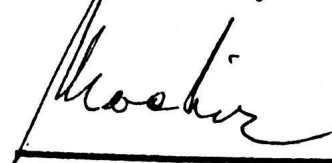
Tanggal Ketua Panitia

---

**Drs. Machmud Syahidin**

Tanggal Anggota Panitia

---

**Drs. M. Nasir Ibrahim**

*Renungan :*

*"Barang siapa yang menempuh jalan dalam rangka mencari Ilmu, Allah akan memudahkan baginya jalan menuju Surga."*

*Sabda Rosululloh SAW*

*"Ketika segala keinginan begitu sulit untuk diraih, bersabarlah karena kesabaran akan membuka segala harapan."*

*Kupesembahkan untuk:*

◆ *Kedua Orang tuaku tercinta*

◆ *Adik-adikku tersayang*



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas berkat, rahmat dan ridho-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Persepsi Konsumen Terhadap Buku Pelajaran Penerbit Erlangga Berdasarkan Aspek Kualitas produk, Non Produk dan Harga di Palembang.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kelemahan dan kekurangan dalam penyajiannya. Hal ini dikarenakan terbatasnya kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis menerima segala saran dan kritik yang bersifat membangun guna kesempurnaan skripsi ini.

Melalui kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang begitu banyak memberikan bantuan dan bimbingannya baik dalam pelaksanaan riset maupun dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan hati yang ikhlas penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Syamsurijal AK, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
2. Ibu Dra. Suhartini Karim selaku dosen pembimbing akademik
3. Bapak Drs. Yuliansyah M. Diah, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Bapak Drs. Kosasih M. Zen, M. Si selaku Sekretaris Jurusan Manajemen

4. Bapak Drs. Machmud Syahidin selaku Ketua Panitia Pembimbing Skripsi, yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini
5. Bapak Drs. M. Nasir Ibrahim selaku Anggota Panitia Pembimbing Skripsi, yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini
6. Ibu Dr. Diah Natalisa, MBA dan Bapak M. Welly Nailis, MM, selaku dosen Pengasuh mata kuliah Perilaku Konsumen.
7. Rekan – rekan Angkatan 2001 yang telah memberikan masukan- masukan dalam penulisan skripsi ini.
8. Kedua orangtuaku yang telah memberikan memberikan do'a, inspirasi, motivasi dan semangat.
9. Adik- adikku Sary ,Wahyu, sepupuku terima kasih atas do'a dan dukungannya.
10. Sahabat dan teman-teman terbaikku terima kasih untuk kebaikan kalian.

Semoga apa yang telah dilakukan menjadi amal ibadah kita kepada Allah SWT. Amien.

Akhir kata penulis mohon maaf bila ada kata-kata ataupun sikap dan tindakan yang kurang berkenan. Penulis mengharapkan semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Amien.

Palembang, Juli 2005

Penulis

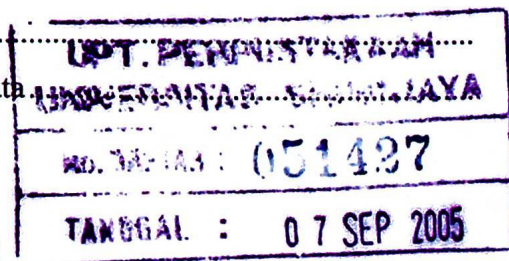


## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL SKRIPSI</b>	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR dan DAFTAR GRAFIK</b> .....	xi

### BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	7
1.3. Tujuan Penelitian dan manfaat Penelitian.....	8
1.3.1 Manfaat Penelitian .....	8
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Hipotesis.....	9
1.5. Metodologi Penelitian .....	9
1.5.1. Objek Pemelitian.....	9
1.5.2. Variabel Penelitian .....	9
1.5.3. Batasan Operasional Variabel .....	10
1.5.4. Pengukuran Variabel.....	11
1.5.5. Populasi.....	12
1.5.6. Sampel.....	13
1.5.7. Jenis data .....	14
1.5.8. Teknik Pengumpulan Data .....	15



1.5.9. Teknik Analisis .....	15
1.6. Sistematika Pembahasan .....	17

## **BAB II LANDASAN TEORI**

2.1. Definisi Perilaku konsumen .....	19
2.2. Konsep Pertukaran.....	20
2.3. Definisi Persepsi .....	22
2.3.1. Proses Persepsi .....	23
2.4. Hubungan Harga dan Kualitas .....	26
2.5. Definisi Kualitas.....	27
2.5.1. Alasan Memproduksi Produk Berkualitas .....	28
2.5.2. Perceived Quality .....	29
2.6 Konsep Produksi dan Konsep Produk.....	31

## **BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN PENERBIT ERLANGGA**

3.1. Sejarah Singkat Perusahaan .....	32
3.2. Misi dan Visi Perusahaan.....	33
3.2.1. Tujuan Perusahaan .....	35
3.3 Struktur Organisasi Perusahaan, dan Kepegawaian.....	36
3.3.1. Struktur Organisasi Cabang Palembang.....	36
3.3.2. Kepegawaian .....	38
3.3.3. Sumber Daya Manusia, Sumber Daya Eksternal, Fasilitas Kantor, Fasilitas Produksi PT Erlangga Mahameru. ....	41
3.3.3.1. SDM Penerbit Erlangga .....	42
3.3.3.2. Buku Pelajaran Terbitan Erlangga .....	42
3.3.3.3. Ilmuan, Sastrawan dan Budayawan PT Penerbit Erlangga .....	43
3.3.3.4. Fasilitas PT Penerbit Erlangga .....	44
3.3.3.5. Sumber Daya Eksternal .....	44



3.4. Kebijakan Perusahaan .....	45
---------------------------------	----

**BAB IV ANALISIS KORELASI PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP BUKU  
PELAJARAN ERLANGGA DENGAN ASPEK KUALITAS PRODUK,  
NON PRODUK DAN HARGA.**

4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	46
4.2. Analisis Frekuensi Karakteristik Responden .....	47
4.2.1. Frekuensi Jenis Kelamin .....	48
4.2.2. Frekuensi Usia responden .....	49
4.2.3. Frekuensi Pendidikan Responden .....	50
4.2.4. Frekuensi Pengeluaran Responden perbulan .....	51
4.3. Analisis Frekuensi Perilaku konsumen .....	52
4.3.1. Frekuensi Aspek Kualitas yang Mempengaruhi Memilih Buku Erlangga .....	52
4.3.2. Frekuensi Posisi Buku Erlangga dalam Aktivitas Belajar .....	52
4.3.3. Frekuensi Pemakaian Buku Erlangga di Sekolah atau Kampus .....	53
4.3.4. Frekuensi Tempat yang Disukai untuk Membeli Buku Erlangga .....	54
4.3.5. Frekuensi Harga Buku Erlangga Menurut Responden.....	54
4.4 Analisis Frekuensi Aspek Kualitas .....	55
4.4.1. Analisis Frekuensi Aspek Kualitas Produk.....	55
4.4.2. Analisis Frekuensi Aspek Kualitas Non Produk.....	57
4.4.3. Analisis Frekuensi Aspek Harga.....	59
4.5 Analisis Frekuensi Persepsi Konsumen Terhadap Buku Pelajaran Penerbit Erlangga .....	61
4.6. Analisis Tabulasi Silang ( Crosstab ) antara karakteristik Responden Dengan Perilaku Konsumen.....	64

4.7. Analisis Korelasi Persepsi konsumen Terhadap Buku Pelajaran Erlangga Dengan Aspek Kualitas Produk, Non Produk, dan Harga .....	68
--	----

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	71
5.2 Saran.....	72

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1.	Daftar Nama Penerbit Dalam Katalog IKAPI	5
1.2.	Volume Penjualan Buku Erlangga di Palembang	7
1.5.3.	Jumlah Sub Populasi Konsumen Buku Erlangga	13
1.5.4.	Proporsi Sampel Penelitian	14
3.3.3.1.	SDM Penerbit Erlangga	42
3.3.3.2.	Bidang Terbitan	42
3.3.3.3.	Daftar Pengarang/Penulis Buku ( Ilmuan, Sastrawan dan Budayawan )PT Penerbit Erlangga.	43
3.3.3.5	Sumber Daya Eksternal	44
4.1.	Hasil Uji Validitas	46
4.2.1.	Jenis Kelamin	48
4.2.2.	Usia Responden	49
4.2.3.	Pendidikan Responden	50
4.2.4.	Pengeluaran Perbulan	51
4.3.1.	Aspek Kualitas yang Mempengaruhi Memilih Buku Erlangga	52
4.3.2.	Posisi Buku Pelajaran Erlangga Dalam Aktivitas Belajar	52
4.3.3.	Pemakaian Buku Erlangga di sekolah atau kampus	53
4.3.4.	Tempat yang Disukai untuk Membeli Buku Erlangga	54
4.3.5.	Harga Buku Erlangga Menurut Responden	54
4.4.1.	Aspek Kualitas Produk	55
4.4.2.	Aspek Kualitas Non Produk	57
4.4.3.	Aspek Harga	59
4.5.	Persepsi Konsumen Terhadap Buku Pelajaran Erlangga	61

4.6.	Tabulasi Silang ( Crosstab) Antara Karakteristik Responden dengan Perilaku Konsumen	64
4.7.1.	Hasil Uji Korelasi	68

### **DAFTAR GAMBAR**

Gambar	Judul	Halaman
2.2.	Proses Pertukaran	21
2.3.1.	Proses Perseptual	23
3.3.1.	Struktur Organisasi Perusahaan	37

### **DAFTAR GRAFIK**

Grafik	Judul	Halaman
4.2.1.	Frekuensi Jenis Kelamin	48
4.2.2.	Frekuensi Usia Responden	49
4.2.3.	Frekuensi Pendidikan Responden	50
4.2.4.	Frekuensi Pengeluaran Responden Per bulan	51

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 LATAR BELAKANG

Sektor pendidikan di Indonesia merupakan sektor yang dinilai sangat penting dalam pembangunan negara saat ini karena dengan pendidikan yang bermutu akan dapat menciptakan sumberdaya manusia yang berkualitas dan berkepribadian, untuk itu sektor pendidikan harus mendapat prioritas yang utama. Pemerintah dituntut untuk tidak hanya mengalokasikan dana untuk pendidikan saja akan tetapi juga memperhatikan bagaimana mutu dari pendidikan itu sendiri, pendidikan yang bermutu sangat berkaitan dengan buku pelajaran yang berkualitas sebuah kata bijak mengatakan bahwa *Buku Adalah Pembuka Jendela Dunia* yang berarti buku yang bermutu dapat memberikan peran yang sangat penting dalam segala hal bagi pembacanya sehubungan dengan para pelaku akademis seperti dosen, guru, mahasiswa dan siswa buku merupakan sarana bagi mereka untuk mencapai prestasi akademis dan sebagai sarana pendukung untuk pengembangan potensi diri dalam mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan yang selalu berkembang.

Berbagai studi menunjukkan bahwa buku pelajaran di sekolah merupakan media instruksional yang sangat penting karena merupakan sumber rujukan utama dalam proses pembelajaran dan bagian sentral dalam suatu sistem pendidikan. Karena buku



merupakan alat yang penting untuk menyampaikan materi kurikulum, maka buku sekolah menduduki peranan sentral pada semua tingkat pendidikan<sup>1</sup>

- Studi yang dilakukan terhadap 867 SD dan MI di Indonesia (Supriadi, 1997) mencatat bahwa tingkat kepemilikan siswa akan buku pelajaran di SD berkorelasi positif dengan hasil belajarnya sebagaimana diukur dengan Nilai Ebtanas Murni (NEM), sekarang nilai Ujian Akhir Nasional (UAN).
- Studi lainnya yang dilakukan (Heyneman, Farrell, & Sepulveda-Stuarto, 1981) melaporkan bahwa dari 18 korelasi yang dihitung, 14 korelasi menunjukkan kuatnya hubungan antara buku teks dengan prestasi belajar siswa.

Kurikulum sebagai acuan penerbit dalam menerbitkan buku pelajaran sangat menentukan dalam pemahaman suatu materi pelajaran yang ada. Peran pemerintah dalam hal ini sangat penting. Pemerintah dituntut untuk tanggap menanggapi hal ini apakah kurikulum yang diterbitkan oleh penerbit swasta sudah sesuai dengan standar kurikulum yang ditetapkan serta perlu diadakannya pemeriksaan yang lebih ketat atas kualitas buku yang diedarkan oleh penerbit. Di samping itu penerbit swasta diajak untuk semakin berkompetisi dalam penyediaan buku pelajaran sehingga laku-tidaknya buku yang diterbitkannya bergantung pada masyarakat (siswa/orang tua) yang memberikan penilaian. Selama ini banyak buku pelajaran terbitan swasta sebetulnya tidak pernah diuji/diseleksi oleh pihak pemerintah, mereka membuat sendiri, kemudian diedarkan begitu saja ke pasaran. Padahal ketentuan yang ada adalah pemerintah mengadakan

---

<sup>1</sup>*Pikiran Rakyat Cyber Media, 2002.*

penilaian dan persetujuan terhadap buku yang diajukan oleh penerbit untuk kemudian yang dinyatakan layak diberikan pengesahan untuk diterbitkan dan diedarkan.

Bila di bandingkan dengan buku terbitan pemerintah maka buku terbitan swasta lebih banyak dipilih oleh pihak sekolah dan perguruan tinggi hal ini disebabkan jumlahnya yang kurang, penggunaannya tidak maksimal oleh siswa, dan jika diteliti buku terbitan swasta relatif banyak ragamnya dan lebih menarik sehingga memungkinkan siswa, guru, sekolah untuk berganti setiap waktu, di samping itu buku teks terbitan swasta dipersepsi lebih bermutu.

Melihat hasil studi yang telah dilakukan maka banyak negara di dunia termasuk Indonesia melakukan investasi besar-besaran untuk penyediaan buku sekolah. penerbit melihat ini sebagai sebuah peluang, mereka harus dapat berusaha membuat buku yang benar-benar bermutu dengan harga terjangkau. Untuk itu perusahaan penerbit harus dapat melihat bagaimana perilaku konsumen pasar mereka dan persepsi konsumen mengenai buku yang mereka terbitkan.

Perusahaan penerbit bermunculan guna menjawab tantangan ini mereka berlomba-lomba memasarkan produk-produk mereka dengan karakteristik masing-masing. **Konsep pemasaran masyarakat** menegaskan bahwa tugas organisasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan, dan minat dari pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dibanding pesaing dengan tetap memelihara atau meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan konsumen.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1991, Hal 29.

Suatu organisasi yang sangat peduli dengan kualitas buku yaitu **IKAPI** (Ikatan Penerbit Indonesia), IKAPI adalah organisasi penerbit buku yang memiliki Visi menjadikan industri penerbitan buku di Indonesia mampu memenuhi kebutuhan pasar. Sedangkan misi IKAPI adalah melakukan upaya penciptaan iklim perbukuan yang kondusif, pengembangan sistem perbukuan yang kompetitif, serta peningkatan profesionalisme organisasi dan para anggotanya, sehingga perbukuan nasional mampu berperan secara optimal demi mempercepat terbentuknya masyarakat yang demokratis, terbuka dan bertanggung jawab.

IKAPI telah berusaha memperbaiki kualitas buku pelajaran yang beredar, IKAPI bertujuan meningkatkan fungsi dan peran buku dalam kehidupan masyarakat dan meningkatkan usaha penerbitan buku, sebagai upaya ikut serta secara aktif mencerdaskan kehidupan bangsa. Untuk mencapai tujuan tersebut **IKAPI** berusaha :

1. Meningkatkan usaha penerbitan buku, baik kualitatif maupun kuantitatif.
2. Memperjuangkan kepentingan anggota organisasi dan dunia penerbitan buku.
3. Membina kerjasama dengan semua pihak yang berhubungan dengan dunia penerbitan.
4. Mengadakan usaha-usaha lain yang sah dan tidak bertentangan dengan asas dan tujuan organisasi.

Di bawah ini merupakan daftar beberapa nama penerbit yang ada di katalog penerbit IKAPI dari sekian banyak penerbit yang terdaftar sebagai anggota IKAPI yang tersebar di Indonesia baik yang menerbitkan buku pelajaran maupun buku umum, dapat dilihat pada tabel 1.1.



Tabel 1.1

## Daftar Nama Penerbit Dalam Katalog IKAPI

Nama Penerbit					
1	GRAFINDO MEDIA PRATAMA	2	EDUMASSA, PT	3	ITB, PENERBIT
4	ADICITA KARYA NUSA	5	EDUMEDIA, PT	6	MEDIA DAKWA
7	"OBOR, Penerbit & Toko Rohani"	8	EGC – ARCAN, CV	9	MEDIA PRESSINDO, CV
10	ALUMNI, PT	11	ELEX MEDIA KOMPUTINDO	12	MITRA GAMA WIDYA, PT
13	AMZAH	14	EPSILON GRUP, CV	32	NUSA INDAH
15	ANALISA, CV	16	ERLANGGA, PT	17	PENERBIT UNIVERSITAS SRIWIJAYA
18	ANAS JAYA Group	19	GAJAH MADA UNIVERSITY PRESS	20	PUSTAKA ZAHRA
21	ANDI, PENERBIT	22	GAKUSHUDO	23	PT TOKO GUNUNG AGUNG
24	ANEKA ILMU, CV	25	GAMA MEDIA, CV	26	SALEMBA EMPAT
27	ANGKASA RAYA, CV	28	GANECA EXACT, CV	29	SALEMBA INFOTEK
30	AYA MEDIA PUSTAKA, PT	31	GAVA MEDIA	32	SINAR BARU ALGENSINDO
33	BHARATARA NIAGA MEDIA, PT	34	GEMA INSANI PRESS, CV	35	SINAR GRAFIKA
36	BINA UTAMA PERKASATAMA, PT	37	GHALIA INDONESIA, PT	38	SRIGUNTING
39	PENERBIT UNIVERSITAS TRISAKTI	40	OBOR INDONESIA, Yayasan	41	PENERBIT ANDI
42	PEDOMAN ILMU JAYA, CV	43	PENERBIT EPSILON GRUP	44	MURAI KENCANA, PENERBIT
45	BUMI AKSARA, PT	46	GRAFINDO MEDIA PRATAMA, PT	47	YUDHISTIRA
48	MUTIARA SUMBER WIDYA, PT	49	NUANSA CENDEKIA	50	MIZAN PUSTAKA, PT
51	MITRA GAMA WIDYA, PT	52	PUSTAKA LP3ES INDONESIA, PT	53	PUSTAKA ANTARA, PT
54	PT. TOKO GUNUNG AGUNG	55	PERUM PERCETAKAN NEGARA R.I.	56	LIBERTY, PENERBIT

Sumber : <http://www.ikapi.or.id>

**PT. ERLANGGA** merupakan salah satu penerbit buku termasuk buku pelajaran untuk SD, SMP, SMU, serta buku-buku pedoman untuk kalangan mahasiswa, **PT. ERLANGGA CABANG PALEMBANG** menyalurkan buku-buku pelajaran Erlangga ke beberapa sekolah dan toko buku di Palembang, PT Erlangga berusaha memasarkan buku pelajaran sesuai dengan konsep pemasaran masyarakat di atas sehingga dapat menentukan strategi dalam memasarkan produknya agar dapat bersaing dalam pasar buku pelajaran .

untuk melaksanakan konsep tersebut di atas pihak penerbit perlu mengetahui bagaimana perilaku konsumen dalam hal ini adalah **persepsi konsumen** mengenai kualitas buku pelajaran yang di pasarkan. Memperhatikan hal tersebut maka penulis mengadakan penelitian dalam pembuatan skripsi dengan judul ; **“Persepsi Konsumen Terhadap Buku Pelajaran Penerbit Erlangga Berdasarkan Aspek Kualitas Produk, Non Produk dan Harga di Palembang”**.

## 1.2 PERUMUSAN MASALAH

Permintaan konsumen akan buku pelajaran sangat dipengaruhi oleh persepsi konsumen dalam hubungannya dengan aspek kualitas produk, harga, dan pelayanan yang diberikan oleh penerbit. Dimana persepsi memiliki dampak pada volume penjualan buku yang dipasarkan. Berikut adalah Volume penjualan buku pelajaran Erlangga di Palembang.

**Tabel 1.2.**

**Volume penjualan Buku Pelajaran Erlangga di Palembang  
(Dalam satuan Eksemplar)**

No	Tahun	Volume Penjualan
1	2001	1500.000
2	2002	1800.000
3	2003	1600.000
4	2004	1550.000

Sumber: PT Erlangga cabang Palembang

Data diatas menunjukkan bahwa volume penjualan cenderung menurun hal ini dimungkinkan oleh persaingan penerbit yang sangat ketat dan persepsi konsumen yang berubah sesuai dengan pengembangan aspek kualitas yang ditawarkan. Melihat kondisi tersebut kita perlu mengetahui persepsi konsumen, untuk itu diperlukan adanya informasi mengenai persepsi konsumen terhadap buku Erlangga dalam hubungannya dengan aspek :



1. Kualitas Produk buku Erlangga.
2. Kualitas non produk Erlangga, dan.
3. Harga buku Erlangga

Informasi mengenai persepsi konsumen tersebut dapat digunakan bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan dalam memasarkan produknya. Sehingga yang menjadi masalah pokok dalam skripsi ini adalah” Bagaimana persepsi konsumen terhadap buku pelajaran penerbit Erlangga dan hubungannya dengan aspek kualitas Produk, Non-produk, dan harga?”.

### **1.3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap buku pelajaran Erlangga.
2. Untuk mengetahui bagaimana hubungan antara persepsi konsumen terhadap buku pelajaran Erlangga dengan aspek kualitas produk, non-produk, dan harga buku pelajaran penerbit Erlangga.

#### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

1. Bagi perusahaan penelitian ini akan bermanfaat sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan
2. Penelitian ini dapat digunakan bagi pihak yang berkepentingan untuk melakukan penelitian lanjutan.

## 1.4 HIPOTESIS

Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang signifikan antar variabel atau sebaliknya maka penulis membuat hipotesis:

$H_0$  : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi konsumen terhadap buku pelajaran Erlangga dengan aspek kualitas produk, non produk dan harga buku pelajaran Erlangga

$H_1$  : Terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi konsumen terhadap buku pelajaran Erlangga dengan aspek kualitas produk, non produk dan harga buku pelajaran Erlangga

## 1.5 METODOLOGI PENELITIAN

### 1.5.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini meliputi konsumen buku pelajaran penerbit Erlangga yaitu para siswa SD, SMP, SMU, Mahasiswa, yang telah ditentukan secara acak.

### 1.5.2 Variabel Penelitian

- Variabel Dependen (Y), yaitu Persepsi konsumen terhadap buku pelajaran yang diterbitkan oleh Erlangga.
- Variabel Independen (X), Aspek kualitas produk, Non-produk dan harga.

X1 = Produk

X2 = Non Produk

X2 = Non Produk

X3 = Harga

### 1.5.3 Batasan Operasional Variabel

- ❖ Komponen Persepsi konsumen terhadap buku pelajaran Erlangga
  - Buku pelajaran Erlangga sangat membantu meningkatkan prestasi belajar
  - Materi buku pelajaran Erlangga mudah dipahami
  - Harga buku Erlangga terjangkau
  - Disain warna, gambar, dan fisik buku Erlangga menarik
  - Buku pelajaran Erlangga sesuai dengan kurikulum yang ada
  - Buku pelajaran Erlangga beragam dan bervariasi
  - Pelayanan pemesanan/pembelian dilakukan secara baik oleh penerbit kepada konsumen
- ❖ Komponen aspek produk
  - Penulis / Pengarang buku
  - isi materi Buku
  - Ukuran, Jenis kertas.
  - Tulisan dan Gaya Bahasa
  - Desain gambar dan warna
- ❖ Non Produk
  - Layanan pembelian
  - Jaminan kualitas buku



- Discount
- Kemudahan mencari katalog Buku Erlangga
- Kemudahan pemesanan buku
- Informasi pengadaan pameran buku
- ❖ Komponen aspek harga
  - Kesesuaian harga dengan kualitas
  - Keterjangkauan harga oleh konsumen

#### 1.5.4 Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan daftar pertanyaan ( kuisisioner) disusun dengan menggunakan skala yang bersifat ordinal dan dengan metode skala likert yaitu skala yang memungkinkan responden untuk mengekspresikan intensitas perasaan mereka dan pertanyaan diberikan adalah pertanyaan tertutup. Pilihan dibuat berjenjang mulai dari intensitas paling rendah sampai paling tinggi.

Mengukur aspek kualitas Produk, Non-produk, Harga buku pelajaran penerbit Erlangga.

SBR	BR	KB	CB	B	SB
1	2	3	4	5	6

Keterangan:

SBR = Sangat Buruk                      CB = Cukup Baik

BR = Buruk                                      B = Baik

KB = Kurang Baik                      SB = Sangat Baik

Mengetahui persepsi konsumen mengenai produk buku pelajaran Erlangga

STS	TS	KS	CS	S	SS
1	2	3	4	5	6

Keterangan :

STS = Sangat Tidak Setuju              CS = Cukup setuju

TS = Tidak Setuju                              S = Setuju

KS = Kurang Setuju                      SS = Sangat Setuju

### 1.5.5 Populasi

Mengingat konsumen Buku pelajaran Erlangga yaitu SD, SMP, SMU, dan perguruan tinggi cukup banyak maka penulis memilih SD, SMP, SMU, dan perguruan tinggi yang memang merupakan konsumen Erlangga sebagai populasi dengan siswa dan mahasiswanya sebagai sub-populasi.

Tabel 1.5.3

## Jumlah populasi konsumen Buku Erlangga

Sub Populasi	Jumlah sub populasi
Siswa SDN 23 Plg, Siswa SDN 160 Plg, Siswa SDN 29 Plg, Siswa SDN 125 Plg	500
siswa SMPN 33 Plg	715
siswa (cls 1 <sub>1</sub> -1 <sub>5</sub> , 2 <sub>1</sub> -2 <sub>5</sub> , 3 <sub>1</sub> -3 <sub>5</sub> ) SMAN 1 Plg.	820
Fakultas Ekonomi UNSRI mahasiswa Jurusan MGT, AK Angkatan 2001-2004 Fakultas Hukum UNSRI mahasiswa 2001-2004	950
Populasi	2985

Sumber : Sub Administrasi Sekolah dan Fakultas

## 1.5.6 Sampel

diambil dengan metode Teknik Stratified Random sampling, yaitu populasi yang dianggap heterogen menurut suatu karakteristik tertentu terlebih dahulu dikelompokkan dalam beberapa sub-populasi sehingga tiap sub-populasi yang ada memiliki anggota sampel yang relatif homogen. Lalu dari tiap sub populasi ini secara acak diambil anggota sampelnya<sup>3</sup>.

Dalam penelitian ini jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 100.

Sampel ditentukan dengan menggunakan *sample fraction* ( $f$ ) dengan rumus sebagai berikut :

$$f_i = \frac{N_i}{N}$$

<sup>3</sup> Umar, Husein, Drs, SE, *Aplikasi dalam Pemasaran, PT Gramedia pustaka Utama, Jakarta, 1999, Hal 53.*

Keterangan :

$f_i$  = sample fraction

$N_i$  = Jumlah sub populasi tiap strata

$N$  = Populasi

**Tabel 1.5.4 Proporsi Sampel Penelitian**

Strata	Jumlah Sub Populasi)	$f_i$	$n$
SD	500	0.1675041	16.75041
SMP	715	0.2395309	23.95309
SMA	820	0.2747068	27.47068
Perguruan Tinggi	950	0.3182579	31.82579
Total (N)	2985		100

Nilai  $n$  merupakan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini dan dibulatkan menjadi : Strata SD 16 orang, Strara SMP 24 orang, Strata SMU 27 orang, dan Strata Perguruan Tinggi 32 orang.

### 1.5.7 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu:

#### 1. Data Primer

Merupakan data yang didapat dari sumber pertama yaitu:

- Wawancara
- Pengisian kuisisioner
- Dan pengamatan langsung

## 2. Data Sekunder

Merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut menjadi bentuk-bentuk seperti tabel, grafik, dan gambar sehingga lebih informatif oleh pihak lain.

### 1.5.8 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan:

#### 1. Angket ( kuesioner)

suatu cara pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, peneliti menyebarkan kesekolah-sekolah dan perguruan tinggi yang sudah ditentukan.

#### 2. Wawancara

Salah satu teknik pengumpulan data yang pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung berhadapan muka dengan orang yang diwawancarai, dalam hal ini peneliti langsung menanyakan kepada pemimpin perusahaan serta orang-orang terkait dengan objek penelitian yang dapat memberikan informasi yang akurat yang diperlukan.

### 1.5.9 Teknik Analisis

Teknik Analisis yang digunakan peneliti adalah

#### 1. Teknik analisis Kuantitatif

Dengan menggunakan perhitungan korelasi Spearman, dan kendall, di mana syaratnya semua variabel harus ordinal, analisis perhitungan tersebut menggunakan SPSS 11.0 for windows.



Analisis tersebut digunakan untuk menguji apakah  $H_0$  akan diterima atau ditolak berdasarkan sampel yang telah dipilih. Dengan dasar pengambilan Keputusan ( Berdasarkan Probabilitas)

Jika Probabilita  $> 0.05$  maka  $H_0$  diterima

Jika Probabilita  $< 0.05$  maka  $H_0$  ditolak

Hubungan keeratan antara variabel ditunjukkan pada batas level 0.5 jika  $> 0.5$  maka hubungan sangat kuat

## 2. Teknik Analisis Kualitatif

Teknik analisis ini akan menguraikan hasil penelitian dengan membandingkan dengan teori-teori yang ada

## **1.6 SISTEMATIKA PEMBAHASAN**

Sistematika pembahasan dalam penulisan skripsi ini dimaksudkan agar dapat memberikan gambaran secara garis besar dan menjelaskan tentang isi dari skripsi ini, sehingga dapat menggambarkan hubungan bab yang satu dengan bab yang lain. Berikut ini akan diuraikan sistematika pembahasan yang terdiri dari lima bagian, yaitu:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini penulis akan menguraikan apa yang menjadi latar belakang atas terpilihnya judul skripsi ini, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini dibahas tentang uraian –uraian dari beberapa teori yang relevan dengan dengan topik masalah.

### **BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Dalam bab ini di bahas mengenai keadaan umum perusahaan dengan sejarah singkat perusahaan dan perkembangannya, tujuan perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan perkembangannya, tujuan perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan kebijakan perusahaan terhadap pemasaran produk-produk, dan lain-lain.

**BAB IV ANALISIS KORELASI PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP BUKU PELAJARAN ERLANGGA DENGAN ASPEK KUALITAS PRODUK, NON PRODUK DAN HARGA.**

Dalam bab ini akan diuraikan hasil penelitian terhadap responden mengenai Persepsi Konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhinya sehingga akan diketahui bagaimana kualitas sebenarnya yang dipersepsi oleh konsumen.

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan bab yang terakhir, dimana bab ini akan mengemukakan kesimpulan sesuai dengan uraian dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya dan kemudian dikemukakan saran-saran yang bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Engel F. James, Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard, *Perilaku Konsumen*, PT Binarupa Aksara, Jakarta, 1994.
- Setiadi J. Nugroho, SE., MM, *Perilaku Konsumen*, PT Kencana, Bandung, 2003.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori dan Penarapannya Dalam Pemasaran*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2003.
- Prawirosentono, Suyadi, Drs, MBA, *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu*, Bumi Aksara, Jakarta, 2001.
- Simamora Bilson, *Panduan Riset Dan Prilaku konsumen*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2002.
- Kotler, Philip, *Manajemn Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1991.
- Kotler, Philip, *Manajemn Pemasaran*, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1991.
- Pratisto, Arif, *Masalah Statistik dan Rancangan Percobaan dengan SPSS 12*, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2004.