

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
MAHASISWA MEMBELI BUKU DI GRAMEDIA PALEMBANG
SQUARE**



Skripsi Oleh:

**TAUFIK HIDAYANTO
01081001063
MANAJEMEN**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Meraih Gelar Sarjana Ekonomi*

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI**

2013

R21235
21699

S
338.507

Tau

a

C/1-713079

2013



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
MAHASISWA MEMBELI BUKU DI GRAMEDIA PALEMBANG
SQUARE**



Skripsi Oleh:

TAUFIK HIDAYANTO

01081001063

MANAJEMEN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk

Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN NASIONAL

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MAHASISWA
MEMBELI BUKU DI GRAMEDIA PALEMBANG SQUARE**

DISUSUN OLEH

NAMA : TAUFIK HIDAYANTO
NIM : 01081001063
FAKULTAS : EKONOMI
JURUSAN : MANAJEMEN
BIDANG KAJIAN/KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN

DISETUJUI UNTUK DIGUNAKAN DALAM UJIAN KOMPREHENSIF

TANGGAL PERSETUJUAN

DOSEN PEMBIMBING

Tanggal 4 maret 2013

Ketua : 
Prof. Dr. Hj. Diah Natalisa, M.B.A
NIP. 19631115 198810 2 001

Tanggal 19 Januari 2013

Anggota : 
Drs. H. Islahuddin Daud, M.M.
NIP. 19530624 198403 1 001

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MAHASISWA MEMBELI BUKU DI GRAMEDIA PALEMBANG SQUARE

DISUSUN OLEH:

NAMA : TAUFIK HIDAYANTO
NIM : 01081001063
FAKULTAS : EKONOMI
JURUSAN : MANAJEMEN
BIDANG KAJIAN/KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 15 Maret 2013 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif
Indralaya, 15 Maret 2013

Ketua



Drs. H. Islahuddin Daud, M.M.
NIP. 195306241984031001

Anggota



Drs. H. Mahyunar
NIP.194903101976021001

Anggota



Drs. Yuliansah M. Diah, MM
NIP. 19560701 1985031003

Mengetahui,
Ketua Jurusan



Dr. Mohamad Adam, SE, M.E
NIP. 196770241994021002

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA MAHASISWA : TAUFIK HIDAYANTO
NIM : 01081001063
FAKULTAS : EKONOMI
JURUSAN : MANAJEMEN
BIDANG KAJIAN/KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul:

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MAHASISWA
MEMBELI BUKU DI GRAMEDIA PALEMBANG SQUARE**

Pembimbing :

Ketua : Prof. Dr. Hj. Diah Natalisa, M.B.A

Anggota : Drs. H. Islahuddin Daud, M.M.

Tanggal Ujian : 15 Maret 2013

Adalah benar hasil karya Saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan saya ini tidak benar dikemudian hari, Saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar keserjanaan.

Inderalaya, 18 Maret 2013

Pembuat Pernyataan



Taufik Hidayanto

01081001063

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-Nya, sehingga penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa Membeli Buku di Gramedia Palembang Square” ini dapat terselesaikan. Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi sebagian dari persyaratan untuk mencapai gelar sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini membahas mengenai faktor-faktor yang telah mempengaruhi mahasiswa di Kota Palembang untuk membeli buku di Gramedia Palembang Square. Disamping manfaat yang mungkin dapat disumbangkan dari hasil penelitian ini kepada pihak yang berkepentingan, penelitian ini juga tidak terlepas dari kekurangan. Maka dari itu, kritik dan saran yang membangun sangat diperlukan untuk penelitian yang lebih baik.

Selama penelitian ini penulis tidak luput dari berbagai kendala dan banyak pihak yang dengan tulus hati memberi bantuan baik secara pikiran maupun secara moral serta memberikan nasehat dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini. Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih disertai penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Prof. Dr. Taufik Marwah, M. Si sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

2. Dr. Mohamad Adam, S.E, M.E sebagai Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
3. Welly Nailis, S.E, M.M sebagai Sekertaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
4. Prof. Dr. Hj. Diah Natalisa, M.B.A dan Drs. H. Islahuddin Daud, M.M atas waktu, perhatian, kesabaran, dan segala bimbingan serta arahannya selama penulisan skripsi ini.
5. Dr. Zakaria Wahab, M.B.A sebagai dosen Pembimbing Akademik.
6. Seluruh pengajar dan staf civitas akademika Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang telah menjadi pengayom dan pemberi ilmu yang bermanfaat.
7. Bapak Rahmad dan Ibu Ngatijah dan kakak saya Eryk Kustanto yang telah mencurahkan kasih sayang, semangat, doa yang tak henti-henti, cinta, perhatian yang tak ternilai dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat Mahasiswa Manajemen Angkatan 2008 yang telah melewati tahun-tahun bersama, berbagi cerita, canda dan tawa, dan berjuang untuk meraih cita-cita.
9. Penghuni Wisma Amanah 15. Indah Nontina, Ica, Elsa, Aii, Dian dan yang lainnya ternyata cercaan kalian adalah penyemangat. Terima kasih semangat moralitasnya.
10. Teman-teman Budusum. Mhd. Septi Ardian, Wahyu, Mashdar, Kemas, Issac. Tetaplah mem-Budus di manapun kalian.
11. Teman-teman D'Bijis House. Kak Eko, Ojan, Ari, Andri, Andi, Warnock, Ami semoga kita semua bermanfaat.

12. Ibu Wati selaku manajer toko buku Gramedia Palembang Square atas bantuan dan pengertiannya. Yang telah banyak memberi kemudahan dalam memberikan informasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk memberikan data dan informasi yang berguna bagi skripsi ini.
14. Pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, dengan rendah hati dan lapang dada penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun.

Indralaya, 2 Februari 2013

Penulis,

Taufik Hidayanto

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MAHASISWA MEMBELI BUKU DI GRAMEDIA PALEMBANG SQUARE

Oleh: Taufik Hidayanto

Perkembangan arus informasi di Indonesia yang pesat harus diimbangi dengan keahlian dan pengetahuan yang luas. Keahlian dan pengetahuan dapat diperoleh salah satunya melalui buku. Toko buku Gramedia Palembang Square sebagai salah satu toko buku yang menyediakan berbagai macam buku sebagai sumber ilmu pengetahuan. Toko buku Gramedia Palembang Square menjadi salah satu pilihan berbelanja buku di Kota Palembang.

Beragam konsumen membeli buku untuk berbagai kepentingan, salah satunya adalah mahasiswa yang membeli buku teks untuk bahan kuliah. Alasan mahasiswa memilih Gramedia Palembang Square untuk membeli buku pun beragam. Mengetahui perilaku konsumen dan keputusan pembelian sangatlah penting, salah satu tujuannya adalah meningkatkan penjualan sehingga menghasilkan laba sebesar-besarnya. Gramedia Palembang Square melakukan strategi untuk meningkatkan penjualannya melalui *marketing mix* yaitu produk, harga, saluran distribusi, dan promosi.

Hasil penelitian melalui 100 orang responden mahasiswa yang membeli buku di Gramedia Palembang Square, diperoleh data yang dapat digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa membeli buku di Gramedia Palembang Square. Faktor-faktor tersebut dapat dilihat melalui persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y=0,231-0,065X_1+0,388X_2+0,155X_3+0,404X_3$$

Hasil yang didapat menunjukkan bahwa faktor harga, saluran distribusi, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa membeli buku di Gramedia Palembang Square. Sedangkan faktor produk tidak mempengaruhi keputusan pembelian. Nilai *Adjusted R Square* = 28,9% berarti keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh faktor-faktor yang terbentuk atau oleh variabel bebas kecuali variabel produk. Sedangkan sisanya 71,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

Kata kunci: *Marketing Mix, Produk, Harga, Saluran Distribusi, Promosi, Keputusan Pembelian, Analisis Regresi*

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Dan sesungguhnya Kami telah memberi ilmu kepada Daud dan Sulaiman; dan keduanya mengucapkan: Segala puji bagi Allah yang melebihkan kami dari kebanyakan hamba-hamba-Nya yang beriman".
(QS. An Naml :15)

"Carilah ilmu, sesungguhnya menuntut ilmu merupakan pendekatan diri kepada Allah Azza wajjalla, mengajarkannya kepada orang yang tidak mengetahuinya adalah amal sedekah. Sesungguhnya, ilmu pengetahuan menempatkan orangnya dalam kedudukan terhormat dan mulia. Ilmu pengetahuan adalah keindahan bagi ahlinya di Dunia dan Akhirat."
(H.R. Ar-Rabii)

"Barangsiapa menghendaki kehidupan dunia maka dengan ilmu, dan barangsiapa yang menghendaki kehidupan akhirat maka dengan ilmu, dan barangsiapa yang menghendaki keduanya (kehidupan dunia dan akhirat) maka dengan ilmu."
(Sabda Rasulullah SAW)

"Bagi saya kebenaran biarpun bagaimana sakitnya lebih baik daripada kemunafikan. Dan kita tak usah merasa malu dengan kekurangan-kekurangan kita."
(Soe Hok Gie)

*Proudly present, I dedicated to all my dearest
for My Dad: Rahmad
My Mom: Ngatijah
My Brother: Eryk Kustanto*

ABSTRACT

ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING STUDENT DECISION TO BUY BOOK AT GRAMEDIA PALEMBANG SQUARE

By: Taufik Hidayanto; Prof. Dr. Hj. Diah Natalisa, M.B.A; Drs. H. Islahuddin
Daud, M.M.

Current developments in Indonesia's rapid information must be balanced with the skills and knowledge. Skills and knowledge can be obtained one through the book. Gramedia Palembang Square bookstore as one of the bookstores that provide a wide range of books as a source of knowledge. Gramedia Palembang Square bookstore became one of the books of shopping options in the city of Palembang.

Various consumers buy books for various purposes, one of which is the students who buy textbooks for college material. The reasons students choose Gramedia Palembang Square to buy the book are various. Knowing consumer behavior and purchasing decisions are very important, one goal is to increase sales to produce maximum profits. Gramedia Palembang Square pursuing a strategy to increase sales through marketing mix of product, price, distribution channels, and promotion.

The results with 100 respondents students who buy books at Gramedia Palembang Square, the data obtained can be used to determine the factors that influence students to buy books at the Gramedia Palembang Square. Factors proficiency level can be seen through the following regression equation:

$$Y = 0.231 - 0.065 + 0.155 X_1 + 0.388 X_2 + 0.404 X_3$$

The results showed that the factor prices, distribution channels, and promotion to be more influenced student decisions to purchase books in Gramedia Palembang Square. While not the product of factors influencing the purchase decision. Value Adjusted R Square = 28.9% means that purchasing decisions can be explained by factors that are formed or by the independent variables except for the variable products. While the remaining 71.1% is explained by other variables not examined in this study.

Keywords: *Marketing Mix, Product, Pricing, Distribution Channels, Promotion, Purchase Decision, Regression Analysis*

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Mahasiswa : Taufik Hidayanto
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat, Tanggal Lahir : OKU Timur, 10 Juli 1990
Agama : Islam
Status : Belum Kawin
Alamat Rumah : Desa Sumber Mulyo RT 003 / RW 008 Buay
Madang Timur. OKU Timur. 32161.
Alamat E-Mail : gotaufik@gmail.com

Pendidikan Formal :
Sekolah Dasar : SDN Bangun Harjo, OKU Timur
SLTP : SLTP N 22 Buay Madang, OKU Timur
SMU : SMA N 1 Belitang, OKU Timur

Pendidikan Non Formal : -
Pengalaman Organisasi : - IKAMMA (Ikatan Mahasiswa Manajemen)
- IMB (Ikatan Mahasiswa Belitang)
Penghargaan Prestasi : Juara III L.A Lights Making Proposal.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF ii

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI iii

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH iv

KATA PENGANTAR v

MOTTO DAN PERSEMBAHAN viii

ABSTRAK ix

ABSTRACT x

RIWAYAT HIDUP xi

DAFTAR ISI xii

DAFTAR TABEL xv

DAFTAR GAMBAR xvi

DAFTAR LAMPIRAN xvii

BAB I PENDAHULUAN 1

 1.1 Latar Belakang 1

 1.2 Rumusan Masalah 6

 1.3 Tujuan Penelitian 7

 1.4 Manfaat Penelitian 7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 8

 2.1 Landasan Teori 8

 2.1.1 Pengertian Pemasaran 8

 2.1.2 Konsep Pemasaran 9

 2.1.3 Bauran Pemasaran 9

 2.1.4 Keputusan Pembelian 30

 2.2 Penelitian Terdahulu 34

 2.3 Kerangka Konseptual 34

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| BAB III METODE PENELITIAN | 35 |
| 3.1 Ruang Lingkup Penelitian | 35 |
| 3.2 Rancangan Penelitian | 35 |
| 3.3 Populasi dan Sampel..... | 35 |
| 3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel | 37 |
| 3.4.1 Identifikasi Variabel | 37 |
| 3.4.1 Definisi Operasional Variabel | 38 |
| 3.4.3 Pengukuran Variabel | 40 |
| 3.5 Teknik Analisis Data | 41 |
| BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN | 43 |
| 4.1 Sejarah Singkat Perusahaan..... | 43 |
| 4.2 Profil Perusahaan..... | 44 |
| 4.3 Visi dan Misi Perusahaan | 45 |
| 4.3.1 Visi Perusahaan | 45 |
| 4.3.2 Misi Perusahaan | 46 |
| 4.4 Produk Perusahaan | 46 |
| 4.3 Struktur Organisasi Perusahaan..... | 46 |
| BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN | 48 |
| 5.1 Akurasi Data..... | 48 |
| 5.1.1 Uji Validitas | 49 |
| 5.1.2 Uji Realibilitas..... | 51 |
| 5.1.3 Uji Normalitas | 51 |
| 5.2 Analisis Statistik Deskriptif..... | 53 |
| 5.2.1 Analisis Statistik Deskriptif Non Variabel | 53 |
| 5.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Utama | 58 |
| 5.3 Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Membeli Buku di Gramedia Palembang Square | 61 |
| 5.3.1 Analisis Faktor | 61 |

| | |
|-----------------------------------------|-----------|
| 5.3.2 Penjelasan Analisis Faktor | 68 |
| 5.4 Analisis Linier Berganda | 75 |
| 5.5 Pembahasan | 78 |
| BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN..... | 80 |
| 6.1 Kesimpulan..... | 80 |
| 6.2 Saran..... | 81 |
| DAFTAR PUSTAKA | 82 |

DAFTAR TABEL

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1 Daftar Toko Buku di Palembang..... | 3 |
| Tabel 1.2 Data Jumlah Pengunjung dan Data Jumlah Transaksi Toko Buku Gamedia Palembang Square Tahun 2012 | 4 |
| Tabel 3.1 Skala Likert | 40 |
| Tabel 4.1 Visi Perusahaan..... | 45 |
| Tabel 5.1 Hasil Uji Variabel Utama..... | 50 |
| Tabel 5.2 Hasil Uji Normalitas Variabel Utama | 52 |
| Tabel 5.3 Frekuensi Jenis Kelamin | 53 |
| Tabel 5.4 Frekuensi Usia Responden..... | 54 |
| Tabel 5.5 Pengeluaran Per Bulan Responden | 55 |
| Tabel 5.6 Frekuensi Pembelian Buku | 56 |
| Tabel 5.7 Frekuensi Asal Fakultas Responden | 56 |
| Tabel 5.8 Deskriptif Variabel..... | 58 |
| Tabel 5.9 Analisis KMO Ana Bartlett's Test..... | 62 |
| Tabel 5.10 Analisis Anti Image Matrices..... | 63 |
| Tabel 5.11 Analisis Communalities | 64 |
| Tabel 5.12 Analisis Total Variance Explained..... | 65 |
| Tabel 5.13 Analisis Rotated Component Matrix..... | 66 |
| Tabel 5.14 Korelasi | 75 |
| Tabel 5.15 Hasil Uji F (F Test) | 76 |
| Tabel 5.16 Analisis Koefesien Regresi Berganda | 77 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Pengambilan Keputusan Konsumen..... | 6 |
| Gambar 2.1 Pengambilan Keputusan Konsumen..... | 31 |
| Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian | 34 |
| Gambar 4.2 Bagan Struktur Organisasi Toko Buku Gramedia Palembang Square..... | 47 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---------------------------------------------|----|
| Lampiran 1 Validitas dan Reliabilitas | 85 |
| Lampiran 2 Deskriptif Statistic | 87 |
| Lampiran 3 Regression..... | 89 |
| Lampiran 4 Faktor Analisis..... | 91 |
| Lampiran 5 Data Kuesioner | 95 |
| Kuesioner Penelitian | 96 |



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dampak yang besar yang ditimbulkan oleh arus teknologi informasi dalam mempercepat proses peralihan peradaban, yang didukung oleh derasnya arus informasi memaksa orang untuk memiliki kemampuan dan pengetahuan yang luas untuk mengimbangnya.

Kemajuan peradaban manusia membawa manusia ke dalam dinamika sosial yang semakin kompleks. Membawa dan memaksa manusia dihadapkan pada pilihan hidup yang semakin beragam. Bukan saja terhadap pemenuhan pemuas kebutuhannya, tetapi juga terhadap pendekatan dan cara pandang untuk memperoleh dan mengonsumsi apa yang menjadi kebutuhan hidupnya. Kebutuhan hidup masyarakat moderen menjadi semakin beragam. Salah satunya adalah pendidikan, masyarakat moderen mulai paham dengan pentingnya pendidikan sebagai bekal hidup di masa yang akan datang.

Pendidikan dan ilmu pengetahuan menjadi komoditas menjanjikan dalam dunia usaha. Perhatian yang tinggi dari pemerintah dan pola hidup masyarakat Indonesia yang mulai berubah, mendorong bisnis ini tumbuh pesat. Tingginya kesadaran akan pendidikan dan ilmu pengetahuan diimbangi dengan meningkatnya konsumsi masyarakat terhadap sumber-sumber dan perangkat ilmu

pengetahuan. Sumber itu salah satunya dapat dipenuhi lewat kegiatan membaca buku dan produk turunannya.

Buku merupakan salah satu sumber ilmu pengetahuan yang paling mudah didapatkan. Kegiatan membaca buku menjadi kegiatan wajib baik insan pendidikan (siswa, pengajar, peneliti, praktisi) maupun masyarakat umum. Begitu pentingnya buku, mendorong bisnis turunannya menjadi usaha yang menjanjikan. Bisnis yang berfokus pada penjualan buku menjadi hal yang mudah ditemui, baik di kota-kota besar maupun di kota-kota kecil sekalipun. Hal inilah yang ditangkap oleh toko buku Gramedia sebagai bisnis yang menjanjikan. Bisnis ini tentu tidak terlepas dari persaingan yang begitu ketat di antara toko/retail yang menjual produk yang sejenis.

Untuk bisa memenangkan persaingan dalam dunia usaha, perusahaan harus mampu menampilkan keunggulan dan kelebihan yang identik dengan para pesaingnya. Supaya dapat berhasil, suatu perusahaan harus mempunyai suatu keunggulan yang kompetitif atau sifat unik yang dapat membuat produknya lebih diminati daripada produk pesaingnya (Madura, 2001). Dengan demikian, Setiap perusahaan harus memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya (Tjiptono, 2001).

Berdasarkan data dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa terdapat banyak jaringan retail/toko buku yang terdapat di Palembang. Dengan banyaknya jaringan

retail/toko buku yang ada di Palembang, ini berarti semakin besarlah pilihan bagi konsumen untuk menentukan di mana akan membeli buku.

Tabel 1.1 Daftar Toko Buku di Palembang

| No | Nama Toko Buku | Alamat |
|----|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Toko Al Alawiyah | Komplek Tengkuruk Permai BI C/139 PALEMBANG |
| 2 | Toko Ananda | Jl Musi Raya 309 RT 002/01 PALEMBANG |
| 3 | Toko Anggrek | Jl Jendral Sudirman 138 PALEMBANG |
| 4 | Toko Annanda | Jl R Suprpto 331 RT 005/02 PALEMBANG |
| 5 | Toko Fitroh Tjaro Agency | Jl Jendral Sudirman 247 RT 003/003 PALEMBANG |
| 6 | Ganesa Eksak | Jl Let. Hadin 1799 PALEMBANG |
| 7 | Toko Kiki | Jl Veteran 4416-B PALEMBANG |
| 8 | Toko Mitra | Pasar Kepandean BI A/55 PALEMBANG |
| 9 | Toko Naviri | Jl Letkol Iskandar 461/4 PALEMBANG |
| 10 | Toko Ramadhan | Jl Tengkuruk Komplek Tengkuruk Permai BI D/79 PALEMBANG |
| 11 | Toko Sinar Bahagia | Jl Pasar Baru 922 RT 012/04 PALEMBANG |
| 12 | Toko Sinar Bali | Jl Kol. Atmo 433/395 RT 03/01 PALEMBANG |
| 13 | Surya Limas Jaya | Jl Dempo 508-B PALEMBANG |
| 14 | Toko Utama | Jl Jendral Sudirman 43 PALEMBANG |
| 15 | Toko Vanesia | Jl Bangau 32 RT 018/07 PALEMBANG |
| 16 | Toko Yakin | Jl Kepandean 96 PALEMBANG |
| 17 | Toko Alwi Rais | Jl Jendral Sudirman 351 PALEMBANG |
| 18 | Bina Ilmi Agency | Jl Srijaya Negara 195 PALEMBANG |
| 19 | TB Gramedia Asri Media | Jl Kol. Atmo 45 PALEMBANG |
| 20 | TB Gramedia Asri Media | Palembang Square Lt. 1 No. 27 Jl. Angkatan 45 / Kampus POM IX, PALEMBANG |

Sumber: <http://telpon.info/toko-buku/palembang/> (data diolah)

Salah satu toko buku yang menjadi objek penelitian ini adalah TB Gramedia Asri Media yang beralamat di Palembang Square Lt. 1 No. 27, Jl. Angkatan 45 / Kampus POM, PALEMBANG.

Persaingan dengan usaha sejenis akan mendorong persaingan dalam merebut pangsa pasar. Merebut dan mempertahankan konsumen agar tetap membeli produk merupakan jalan untuk tetap menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Merebut dan mempertahankan konsumen yang berarti melakukan berbagai pendekatan kepada konsumen untuk mengenal dan memahami berbagai perilaku, kebutuhan, dan keinginan konsumen.

Berikut adalah data jumlah pengunjung dan data jumlah transaksi pada toko buku Gramedia Palembang Square:

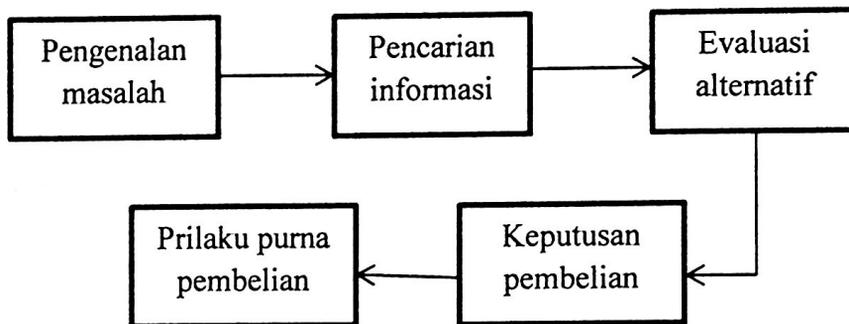
Tabel 1.2 Data Jumlah Pengunjung dan Data Jumlah Transaksi Toko Buku Gramedia Palembang Square Palembang Tahun 2012

| Bulan | Jumlah Pengunjung (Orang) | Jumlah Transaksi (Orang) | Presentasi Jumlah Transaksi/Jumlah Pengunjung | Rata-rata Jumlah Pengunjung Per hari (Orang) | Rata-rata Jumlah Transaksi Per hari (Orang) |
|----------|---------------------------|--------------------------|-----------------------------------------------|----------------------------------------------|---------------------------------------------|
| Januari | 50.303 | 24.433 | 48,57% | 1677 | 814 |
| Februari | 65.045 | 32.740 | 50,33% | 2168 | 1091 |
| Maret | 50.277 | 25.342 | 50,40% | 1676 | 845 |
| April | 46.776 | 21.211 | 45,35% | 1559 | 707 |
| Mei | 44.056 | 20.221 | 45,89% | 1468 | 674 |
| Juni | 39.892 | 19.098 | 47,87% | 1330 | 636 |
| Juli | 55.465 | 22.578 | 40,70% | 1849 | 752 |
| Agustus | 26.232 | 10.992 | 41,90% | 874 | 366 |

Sumber: Toko Buku Gramedia Palembang Square 2012 (data diolah)

Tidak semua pengunjung yang datang membeli. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor seperti pengunjung hanya datang untuk melihat dan membandingkan produk, harga, dan pelayanan dengan toko buku yang lain, apabila pengunjung merasa bahwa ada produk yang sesuai maka pengunjung akan

Gambar 1.1 Pengambilan Keputusan Konsumen



Sumber: Kotler (2006)

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan tersebut, tentunya ada banyak faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam menentukan toko buku dan melakukan transaksi, dan unsur-unsur bauran pemasaran jasa merupakan faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen. Oleh karena itu menarik untuk dilakukan penelitian tentang perilaku konsumen dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Membeli Buku di Gramedia Palembang Square”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari permasalahan tersebut, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk membeli buku di Gramedia Palembang Square?

melakukan transaksi dan akan datang kembali, ada pengunjung yang memiliki keinginan untuk membeli namun tidak memiliki kemampuan untuk membeli, dan alasan yang lainnya.

Untuk dapat bersaing di tengah banyaknya bisnis sejenis, toko buku harus memperhatikan strategi pemasarannya. Termasuk memperhatikan faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan. Toko buku tidak hanya menawarkan produk, tetapi juga terdapat pelayanan di dalamnya baik penempatan maupun orang/pegawainya.

Untuk menyusun strategi yang tepat agar konsumen bertransaksi atau membeli produk yang ditawarkan TB Gramedia dibutuhkan informasi tentang konsumen terutama perilakunya dalam mengambil keputusan serta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Keputusan konsumen memilih bertransaksi pada TB Gramedia Palembang Square pastilah melalui beberapa tahapan.

Ada lima tahap yang dilalui konsumen dalam proses pembelian, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku purna pembelian (Kotler & Keller, 2006). Model ini menekankan bahwa proses pembelian bermula sebelum pembelian dan berakibat jauh setelah pembelian. Setiap konsumen tentu melewati kelima tahap ini untuk setiap pembelian yang mereka buat.

2. Faktor apa yang paling dominan mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk membeli buku di Gramedia Palembang Square?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing faktor terhadap keputusan mahasiswa yang membeli buku di Gramedia Palembang Square
2. Untuk mengetahui pengaruh serentak dan sebagian faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa yang membeli buku di Gramedia Palembang Square.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan dengan penelitian ini diperoleh beberapa manfaat yaitu:

1. Bagi TB Gramedia Palembang, hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan dalam mengambil keputusan mengenai strategi yang akan diterapkan guna mendatangkan konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama.
2. Penelitian ini bisa menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya sebagai salah satu referensi dalam mengetahui sejauh mana faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dapat berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2005. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Bina Aksara.
- Buchari, Alma. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Assauri, Sofjan. 2002. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Dharmmesta, Basu S. 2007. *Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Penalty*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 14 (3), 73-88.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi 2. Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- <http://telpon.info/toko-buku/palembang/>
- Ikhwanuddin, M. Muslim. 2011. *Analisis Pengaruh Merchandise, Promosi, Atmosfir dalam Gerai, Pelayanan Ritel, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Toko Buku Gramedia Pandanaran Kota Semarang)*. Universitas Diponegoro. Semarang. (tidak dipublikasi)
- Kotler, Philip dan Gery Armstrong. 2004. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Madura, Jeff. 2001. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat Patria
- Mowen dan Minor. (2002). *Perilaku konsumen*. Jilid 1. Edisi kelima. Penerbit Erlangga.

- Puspowarsito, H.A.H . 2008. *Metode Penelitian Organisasi dengan Aplikasi Program SPSS*. Bandung: Humaniora.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L.L. (2007). *Consumer Behavior*. New York: Pearson Prentice Hall
- Semuel & Wijaya. (2009). *Service Quality, Perceived Value, Satisfaction, Trust dan Loyalty pada PT. Kereta Api Indonesia menurut Penilaian Pelanggan Surabaya*. Jurnal Managemen Pemasaran, Vol. 4, No.1, 23-37
- Simamora, Bilson. 2002. *Panduan Riset Prilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- William, J. Stanton. 2004. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2009. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabet
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Total Quality Service*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Total Quality Service*. Edisi Keempat. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra. 2005. *Prinsip & Dinamika Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: J & J Learning.
- Widiyanto, Ibnu. 2008. *Pointers : Metodologi Penelitian*. Semarang: BP Undip
- Wulandari, Ayu. 2010. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Memilih Tempat Kursus Komputer Palcomtech Palembang*. Universitas Sriwijaya. Indralaya (tidak dipublikasi).