



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS**

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR KEPERIBADIAN DAN PSIKOLOGIS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUKU BERTEMAKAN ISLAM
DI KOTA PADANG**

Oleh :

TEGUH ARIE WIBOWO
06 952 023

Mahasiswa Program Strata Satu (S-1) Jurusan Manajemen

*Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*

**PADANG
2011**



No. Alumni Universitas

TEGUH ARIE WIBOWO

No. Alumni Fakultas

BIODATA

a). Tempat/Tgl lahir: Padang / 05 Februari 1988 b). Nama Orang Tua: H. Hermanto Kasban SH dan Hj Yusnie Munir c). Fakultas: Ekonomi d). Jurusan: Manajemen e). No. Bp: 06 952 023 f). Tgl Lulus: 22 Januari 2011 g). Predikat Lulus: Sangat Memuaskan h). IPK: 3,15 i). Lama Studi: 4 tahun 5 bulan j). Alamat Orang Tua: Jl. Tongkol No 168B Ulak Karang Padang

ANALISIS PENGARUH FAKTOR KEPERIBADIAN DAN PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUKU BERTEMAKAN ISLAM DI KOTA PADANG

Skripsi S1 Oleh: Teguh Arie Wibowo, Pembimbing: Suzianna, SE, MM

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana pengaruh faktor kepribadian dan psikologis terhadap keputusan pembelian buku bertemakan islam di kota Padang. Dari hasil analisa korelasi menunjukkan terdapat hubungan yang kuat dan positif antara faktor kepribadian dan psikologis terhadap keputusan pembelian buku bertemakan islam di kota Padang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel faktor kepribadian (usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep pribadi) dan psikologis (motivasi, persepsi, pembelajaran serta keyakinan dan sikap) baik secara simultan maupun secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian buku bertemakan islam di kota padang. Dari analisis regresi didapat model regresi $y = 1,336 + 0,323 X1 + 0,378 X2$, dimana variabel X2 yakni faktor psikologis memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan dengan variabel faktor kepribadian. Hasil analisis koefisien determinasi (R square) menunjukkan 40,7 % keputusan pembelian buku bertemakan islam di kota Padang dapat dijelaskan oleh variasi faktor kepribadian dan psikologis, sedangkan sisanya sebesar 59,3% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.


Keyword : Faktor kepribadian, Faktor Psikologis dan Keputusan Pembelian.

Abstract

Research was conducted to see how the influence of personality and psychological factors to decision of purchasing the book titled Islam in the city of Padang. From the results of correlation analysis revealed that there is a strong and positive relationship between personality and psychological factors on the decision purchasing Islamic-themed books in the city of Padang. The results showed that the personality factor variables (age and life cycle stage, occupation, economic circumstances, lifestyle, personality and personal concept) and psychological (motivation, perception, learning and beliefs and attitudes), both simultaneously and partially significant effect on decision purchase the book titled Islam in the city field. From the regression analysis found a regression model $Y = 1.336 + 0.323 X1 + 0.378 X2$, where X2 is the variable that psychological factors have more influence than the dominant personality factor variables. Results of analysis coefficient of determination (R square) showed 40.7% of purchase decisions Islamic-themed books in the town of Padang can be explained by variations in personality and psychological factors, while the remaining amount of 59.3% explained by other factors not examined in this study.

Keywords: Personality Factor, Psychological factors, and decision of purchasing

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 19 Januari 2011, telah disetujui oleh pembimbing dan penguji :

Tanda Tangan	1.	2.	3. 
Nama Terang	Dr. Vera Pujani, SE, MM Tech	Dra. Yanti, MM	Suzianna, SE, MM

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen :

Dr. Harif Amali Rivai, SE, M.Si

NIP. 197110221997011001

Tanda Tangan

Alumnus telah terdaftar ke Fakultas / Universitas Andalas dan mendapat Nomor Alumnus :

	Petugas Fakultas / Universitas	
No. Alumni Fakultas :	Nama :	Tanda Tangan :
No. Alumni Universitas :	Nama :	Tanda Tangan :

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Buku sebagai manifestasi dari karya manusia yang berisikan nilai-nilai dan pengetahuan sebagai sarana bagi perkembangan peradaban manusia. Kini tak dapat dipungkiri bahwa industry buku di tanah air beberapa tahun terakhir tumbuh dengan pesatnya. Pertumbuhan ditandai dengan munculnya penerbit-penerbit baru di berbagai kota di Indonesia dan membanjirnya buku-buku baru produk mereka di pasar. Diantara pesatnya pertumbuhan industry buku tersebut, ada yang menarik perhatian, yakni maraknya penerbitan buku-buku agama terutama buku-buku bertemakan Islam.

Hal ini dapat dilihat dari seringnya penyelenggaraan pameran-pameran buku yang diselenggarakan di berbagai kota di Indonesia setelah tahun 1990-an. Bahkan dalam waktu dua tahun terakhir sudah ada pameran buku Islam tersendiri, seperti Pameran Buku Islam yang digelar Ikatan Penerbit Indonesia cabang Jakarta (IKAPI Jaya) maupun pameran Buku Islam Plus yang diadakan oleh IKAPI Jawa Barat bulan Oktober 2003. Antusiasme penerbit maupun pengunjung yang mengikuti pameran ini tergolong besar (Kompas, 2003b).

Pameran pertama tahun 2002, misalnya berhasil diikuti oleh 24 penerbit yang memproduksi buku-buku bertemakan Islam. Tahun 2003 peserta pameran meningkat menjadi dua kali lipatnya yakni 48 penerbit. Selama penyelenggaraan pameran

berlangsung, respon pengunjung yang membukiri sebagian ruang-ruang pameran menjadi indikator geliatnya dunia perbukuan Islam (Kompas, 2003a).

Guna melanjutkan sukses kelompok kerja penerbit buku-buku agama Islam, IKAPI Cabang DKI Jakarta kembali menyelenggarakan Islamic Book Fair ke tiga, kali ini diadakan di Hall A Jakarta Convention Centre dari tanggal 24 hingga 28 Maret 2004. Penyelenggaraan Islamic Book Fair kali ini tersa berbeda dibanding tahun-tahun lalu, karena menempati tempat yang lebih representative. Kegiatan tersebut diikuti oleh 73 peserta pameran pada 144 stand yang terdiri dari 67 peserta dalam negeri, 1 peserta dari luar negeri dan 5 peserta perwakilan penerbit luar negeri (Republika, 2005).

Belakangan ini kembali digelar Islamic Book Fair di Istora Gelora Bung Karno, Senayan-Jakarta, yang diselenggarakan sejak 26 Maret Hingga 3 April 2005 diikuti lebih dari 100 penerbit dan turut dimeriahkan beberapa rangkaian acara seperti Seminar Bank Syariah, bedah buku, peragaan busana muslim serta lomba menggambar. Menurut Direktur Utama Penerbit Bening Publishing, Ghalib Alkatiri, pameran bukan hanya merupakan media bagi penerbit untuk menjalin hubungan dengan stakeholders dunia perbukuan, baik pembaca (pembeli), agen, relasi, maupun para penulis itu sendiri. Tetapi pameran juga merupakan ajang saling tukar informasi dengan sesama penerbit mengenai perkembangan terbaru di dunia perbukuan, misalnya tema yang sedang menjadi tren, nama-nama penulis yang sedang naik daun atau mengenai teknologi percetakan (Republika, 2005).

Dari sumber yang sama, hal serupa juga diungkapkan Direktur Utama Pustaka Progressif Group, Iqbal, bahwa pameran merupakan ajang sosialisasi dan promosi

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. faktor kepribadian yang dilihat dari usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri mempengaruhi keputusan pembelian buku bertemakan islam di kota Padang.
2. faktor psikologis yang dilihat dari Motivasi, Persepsi, Pembelajaran serta Keyakinan dan sikap mempengaruhi keputusan pembelian buku bertemakan islam di kota Padang.
3. Secara bersama-sama faktor kepribadian dan faktor psikologis berpengaruh terhadap keputusan pembelian buku bertemakan islam di kota Padang. Hal ini mengindikasikan bahwa keputusan pembelian buku bertemakan islam di kota Padang ditentukan oleh faktor kepribadian dan faktor psikologis terhadap buku bertemakan islam, dimana jika semakin meningkat / baik faktor kepribadian dan faktor psikologis maka semakin meningkat pula keputusan pembelian atau sebaliknya.
4. Dimana pada penelitian ini ternyata faktor psikologis yang merupakan variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian buku bertemakan islam di kota Padang, kemudian selanjutnya dipengaruhi oleh faktor kepribadian. Sedangkan untuk menentukan mana yang paling

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. 2000. *Analisa Regresi*. (Edisi 2) BPFE Yogyakarta
- Arikunto, Suharmisi. 1998. *Prosedur Penelitian : Suatu pendekatan Praktek*. Rineka Cipta, Jakarta
- Engel, dkk. 1994. *Perilaku Konsumen* (Terjemahan). Binarupa Aksara, Jakarta.
- Engel, James F, Roger D. Blackwell dan Paul Miniard. 1995. *Perilaku Konsumen* (Terjemahan, jilid 1 dan 2). Binarupa Aksara, Jakarta.
- Hanna, Nessim, Richard Wozniak. *Consumer Behavior : an applied approach* New York: Prentice Hall International Inc.,2001
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1. Edisi 8*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. (Terjemahan). Edisi Milenium, PT Prenhallindo, Jakarta.
- Mowen, J dan Minor. 1998 *Consumer Behaviour (5th Ed)*. Prentice-Hall, Inc. New Jersey, USA.
- Nugroho, 2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS* Bhuono Agung, Yogyakarta
- Putra Saguh, Prayoga. *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Sedaap Studi Kasus Pada Mahasiswa Yang Kost Di Lingkungan Kampus USU*. Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara Medan.