



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN
MEMBELI BUKU DI TOKO BUKU GRAMEDIA
JEMBER**

SKRIPSI

Oleh

**FERRY KUSMANTO
NIM. 030210301179**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN IPS
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2008



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN
MEMBELI BUKU DI TOKO BUKU GRAMEDIA
JEMBER**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Pendidikan Ekonomi (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Oleh

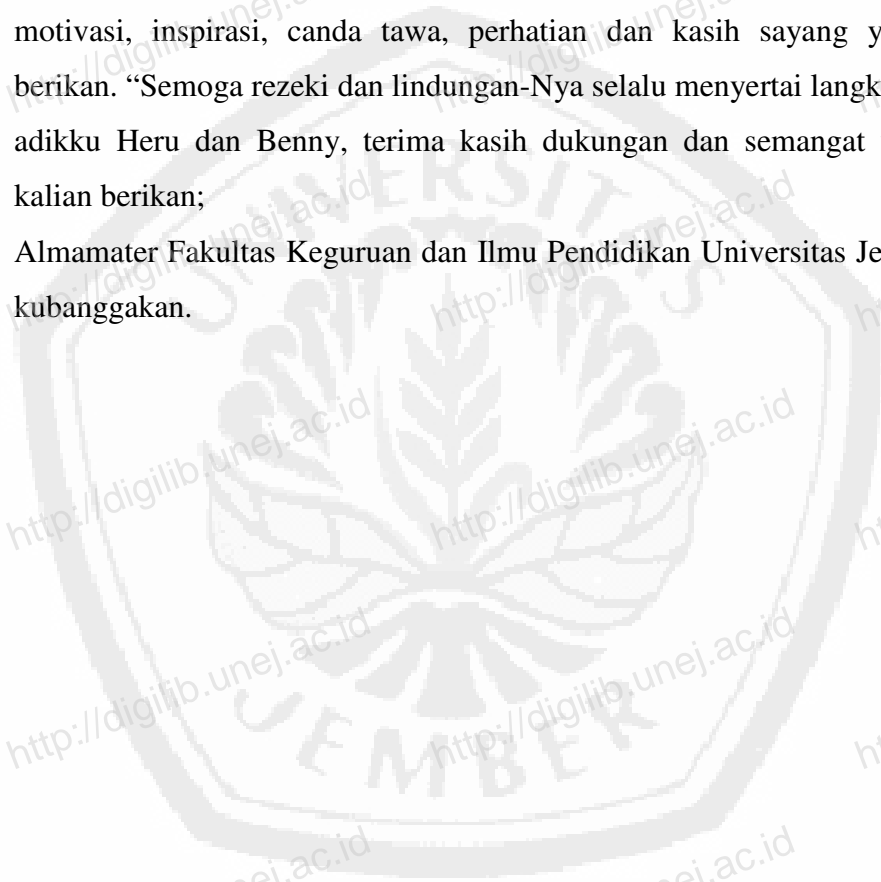
**FERRY KUSMANTO
NIM. 030210301179**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN IPS
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER
2008**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ayahanda Moeksan dan Ibunda Titik Aisyah yang selalu mengasihi, menyayangi, mencintai dan memberi do'a restu untuk keberhasilanku;
2. Sundari yang setia menemani penulis dalam suka dan duka, terima kasih atas motivasi, inspirasi, canda tawa, perhatian dan kasih sayang yang kamu berikan. "Semoga rezeki dan lindungan-Nya selalu menyertai langkahmu";
3. adikku Heru dan Benny, terima kasih dukungan dan semangat yang telah kalian berikan;
4. Almamater Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember yang kubanggakan.



MOTTO

Jika kamu berada di pagi hari, janganlah menunggu sore tiba. Hari inilah yang akan Anda jalani, bukan hari kemarin yang telah berlalu dengan segala kebaikan dan keburukannya, dan juga bukan esok hari yang belum tentu datang. Hari yang saat ini matahari menyinari Anda, dan siangnya menyapa Anda inilah hari Anda^{)}*

*Jika calon konsumen Anda menundukkan matanya dan melengos, ini berarti Anda sedang dihindari. Sebaliknya, jika mulutnya tampak rileks tanpa senyum yang dibuat-buat, dagu yang dikedepankan, ia mungkin sedang mempertimbangkan tawaran Anda. Jika kedua matanya untuk beberapa saat berada pandang dengan mata Anda disertai senyum kecil tidak melebihi hidung, berarti ia sedang mempertimbangkan usul Anda. Lalu, jika kepalanya digeser menjadi sama tinggi dengan kepala Anda, senyumnya rileks dan tampak antusias, artinya tawaran Anda dipastikan hampir berhasil^{***)}*

*Keberhasilan tidak diukur dengan apa yang telah anda raih, namun kegagalan yang telah anda hadapi, dan keberanian yang membuat anda tetap berjuang melawan rintangan yang datang bertubi-tubi^{***)}*

^{*)} 'Aidh al-Qarni. 2003. *La Tahzan Jangan Bersedih !*. Jakarta: Qisthi Press.

^{**)} Royan F.M. 2003. *Sukses Menjual "Kenali Konsumen Anda"*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

^{***)} Orison S. Marden. 2004. *Motivasi*. [serial online]. <http://www.keeboo.com> [10 April 2008].

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

nama : Ferry Kusmanto

NIM : 030210301179

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul: *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Membeli Buku di Toko Buku Gramedia Jember* adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi mana pun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 12 Mei 2008

Yang menyatakan,

Ferry Kusmanto
NIM. 030210301179

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN
MEMBELI BUKU DI TOKO BUKU GRAMEDIA
JEMBER**

Oleh

Ferry Kusmanto
NIM. 030210301179

Pembimbing

Dosen Pembimbing I : Drs. Pramono AS. Dip.Mgt.St, M.Si

Dosen Pembimbing II : Drs. Umar H.M. Saleh, M.Si

PENGESAHAN

Skripsi berjudul *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Membeli Buku di Toko Buku Gramedia Jember* telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember pada:

hari : Senin

tanggal : 12 Mei 2008

tempat : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

Drs. Joko Widodo, M.M
NIP. 131 601 514

Drs. Umar H.M. Saleh, M.Si
NIP. 131 759 843

Anggota I

Anggota II

Drs. Bambang Suyadi, M.Si
NIP. 131 415 536

Drs. Pramono A.S. Dip.Mgt.St, M.Si
NIP. 131 658 014

Mengesahkan
Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Drs.H. Imam Muchtar, SH, M.Hum.
NIP. 130 810 936

RINGKASAN

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Membeli Buku di Toko Buku Gramedia Jember; Ferry Kusmanto, 030210301179; 2008: 120 halaman; Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Konsumen merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh suatu perusahaan bisnis, karena konsumen merupakan ujung tombak dalam tercapainya tujuan perusahaan secara optimal. Toko buku Gramedia Jember merupakan salah satu bentuk perusahaan retail dan merupakan toko buku yang notabene selalu ramai dengan pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa toko buku Gramedia menjadi alternatif konsumen untuk memenuhi kebutuhan terhadap buku. Kebutuhan merupakan fundamen yang mendasari perilaku konsumen. Konsumen akan membeli suatu produk jika produk tersebut dipandang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginannya, untuk itu perlu adanya pemahaman tentang perilaku konsumen dalam melakukan pembelian dimana pengambilan keputusan dapat dipengaruhi oleh faktor internal maupun faktor eksternal.

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen membeli buku di toko buku Gramedia Jember. Selain itu juga menganalisis pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap keputusan pembelian dan mengetahui faktor dominan yang mempengaruhi konsumen membeli buku di toko buku Gramedia Jember. Penelitian ini dilaksanakan di toko buku Gramedia yang berada di Jl. Trunojoyo 85 Jember pada bulan Februari 2008. Jenis penelitian ini merupakan penelitian *confirmatory* dengan model penelitian survei. Sampel penelitian adalah konsumen yang berbelanja buku minimal dua kali di toko buku Gramedia Jember. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 200 responden dengan pengambilan secara *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yaitu metode observasi, angket/kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Pada penelitian

ini skala yang digunakan adalah Skala Likert, dimana setiap instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya.

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas diketahui bahwa semua instrumen pertanyaan dinyatakan valid ($p < 0,05$) dan reliabel ($\alpha \geq 0,6$). Pada hasil analisis faktor pertama ada tiga variabel yang harus dikeluarkan karena mempunyai *loading factor* $< 0,5$ yaitu variabel kebijakan, pembelajaran dan variabel sikap. Analisis faktor kembali dilakukan setelah variabel yang gugur dikeluarkan. Hasil penelitian yang didapatkan adalah terdapat empat faktor yang mempengaruhi konsumen membeli buku di toko buku Gramedia Jember yaitu faktor kualitas layanan dengan *eigen-value* sebesar 2,123, faktor produk dengan *eigen-value* 1,897, faktor sosial dengan *eigen-value* sebesar 1,728 dan faktor psikologis dengan *eigen-value* sebesar 1,183. Masing-masing faktor diwakili oleh variabel-variabel. Faktor pertama, kualitas layanan diwakili variabel fisik (*loading factor* 0,562), interaksi personal (*loading factor* 0,846), pemecahan masalah (*loading factor* 0,774) dan lokasi (*loading factor* 0,609). Faktor kedua, produk diwakili variabel keandalan (*loading factor* 0,680), harga (*loading factor* 0,775) dan kualitas (*loading factor* 0,820). Faktor ketiga, sosial diwakili oleh variabel kelompok referensi (*loading factor* 0,511), keluarga (*loading factor* 0,753) dan kelas sosial (*loading factor* 0,736). Sedangkan faktor keempat yaitu psikologis diwakili oleh variabel motivasi dengan *loading factor* 0,867.

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda, faktor-faktor bentukan baru secara simultan mempunyai pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian konsumen yang ditunjukkan dengan nilai F_{hitung} sebesar 176,176 dengan signifikansi 0,000 dan R^2 sebesar 0,783. Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor kualitas layanan, produk, sosial dan psikologis secara simultan memberi kontribusi terhadap variabel Y (keputusan pembelian) sebesar 78,3%. Faktor kualitas layanan mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan konsumen membeli buku di toko buku Gramedia Jember dengan r^2 0,3733 dengan t_{hitung} sebesar 10,786.

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Membeli Buku di Toko Buku Gramedia Jember*. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

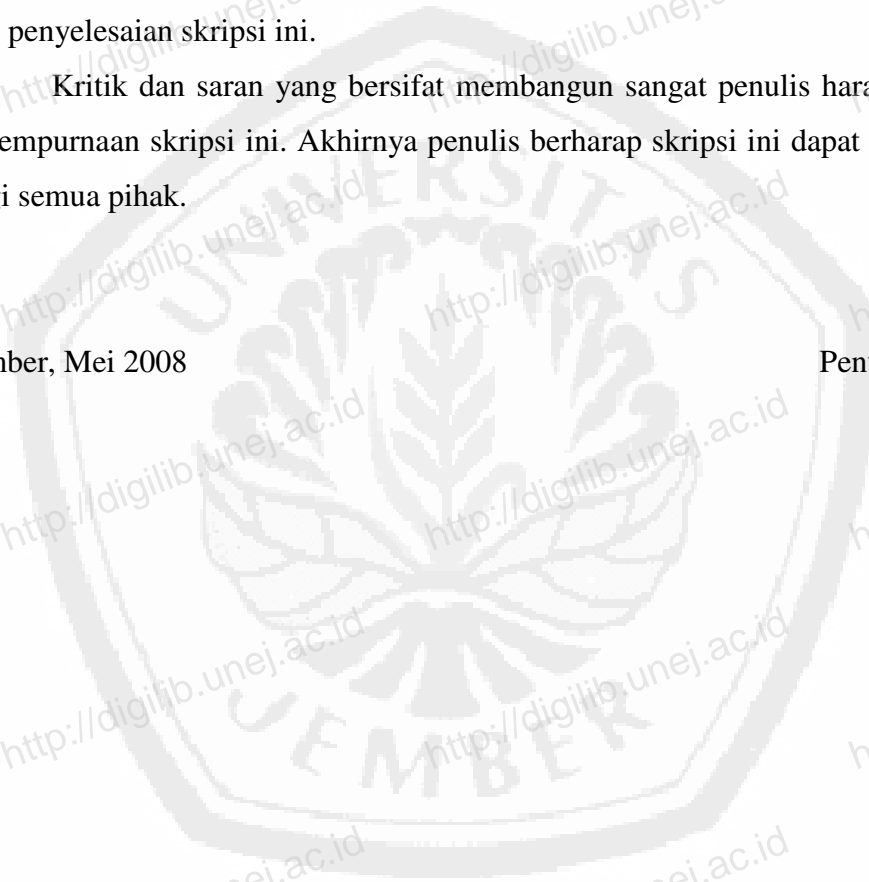
1. Drs. H. Imam Muchtar, SH, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Drs. Budiyo, selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Dra. Sri Wahyuni, M.Si, selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Drs. Pramono Adi Sardjono, Dip.Mgt.St, M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Dosen Pembimbing Akademik dan Drs. Umar H.M. Saleh, M.Si, selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, pikiran dan perhatian dalam penulisan skripsi ini;
5. Bapak Raharjo Budi Santoso selaku Kepala toko buku Gramedia Jember, terima kasih telah memberikan kepercayaan untuk melakukan penelitian di Gramedia;
6. Bapak Ratno, terima kasih atas bantuan dan bimbingannya pada saat penelitian;
7. Seluruh staf dan karyawan toko buku Gramedia Jember, terima kasih atas dukungan dan kerjasamanya;
8. seluruh keluarga besarku di Sumenep, terima kasih atas do'a, dukungan dan kepercayaan selama ini;

9. Eyang putri RA. Suratni, terima kasih atas kasih sayang dan do'a-do'a mulia yang engkau curahkan. Engkau selalu mencoba mengerti dan memahamiku, semoga kesehatan menyertaimu. "Aku akan terus berusaha";
10. teman-teman Ekonomi Angkatan 2003, "tetap semangat, jalan kita masih panjang dan impian- impian masih belum tercapai";
11. semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.

Kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jember, Mei 2008

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PEMBIMBINGAN	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	7
2.2 Pemasaran	10
2.2.1 Pengertian Pemasaran	10
2.2.2 Segmentasi Pasar	14
2.3 Jasa	15
2.3.1 Pengertian Jasa	15
2.3.2 Kualitas Layanan	16

2.4 Perilaku Konsumen	17
2.4.1 Pengertian Perilaku Konsumen	17
2.4.2 Teori Perilaku Konsumen	19
2.4.3 Pendekatan Dalam Mempelajari Perilaku Konsumen ..	21
2.4.4 Model Perilaku Konsumen	22
2.5 Pengambilan Keputusan (<i>Consumer Decision Making</i>) ...	32
2.6 Peranan Pembelian	35
2.7 Kerangka Pemikiran	36
2.8 Hipotesis	38
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Jenis Penelitian	39
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	39
3.3 Identifikasi variabel Penelitian	39
3.3.1 Variabel Bebas	39
3.3.2 Variabel Terikat	40
3.4 Definisi Operasional	40
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian	43
3.5.1 Populasi	43
3.5.2 Sampel dan Ukuran Sampel	43
3.5.3 Teknik Sampling	44
3.6 Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data	44
3.6.1 Sumber Data	44
3.6.2 Metode Pengumpulan Data	44
3.7 Teknik Pengukuran Data	45
3.7.1 Uji Validitas	46
3.7.2 Uji Reliabilitas	46
3.8 Analisis Data	48
3.8.1 Analisis Faktor	48
3.8.2 Analisis Regresi Linear Berganda	50

BAB 4. HASIL DAN ANALISIS DATA	51
4.1 Hasil Penelitian	51
4.1.1 Gambaran Umum Toko Buku Gramedia Jember	51
4.1.2 Karakteristik Responden	52
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian	55
4.2.1 Variabel Bebas	55
4.2.2 Variabel Terikat	85
4.3 Analisis Data	86
4.3.1 Hasil Pengujian Instrumen	86
4.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Membeli Buku di Toko Buku Gramedia Jember	89
4.3.3 Pengaruh Faktor Kualitas Layanan, Produk, Sosial dan Psikologi terhadap Keputusan Konsumen Membeli Buku di Toko Buku Gramedia Jember	95
4.3.4 Faktor Dominan yang Mempengaruhi Konsumen Membeli Buku di Toko Buku Gramedia Jember	96
BAB 5. PEMBAHASAN	100
5.1 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Membeli Buku di Toko Buku Gramedia jember	100
5.2 Pengaruh Faktor Kualitas Layanan, Produk, Sosial dan Psikologis terhadap Keputusan Konsumen Membeli Buku di Toko Buku Gramedia Jember	102
5.3 Faktor Dominan yang Mempengaruhi Konsumen Membeli Buku di Toko Buku Gramedia Jember	111
BAB 6. KESIMPULAN DAN SARAN	115
6.1 Kesimpulan	115
6.2 Saran	116
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN	121

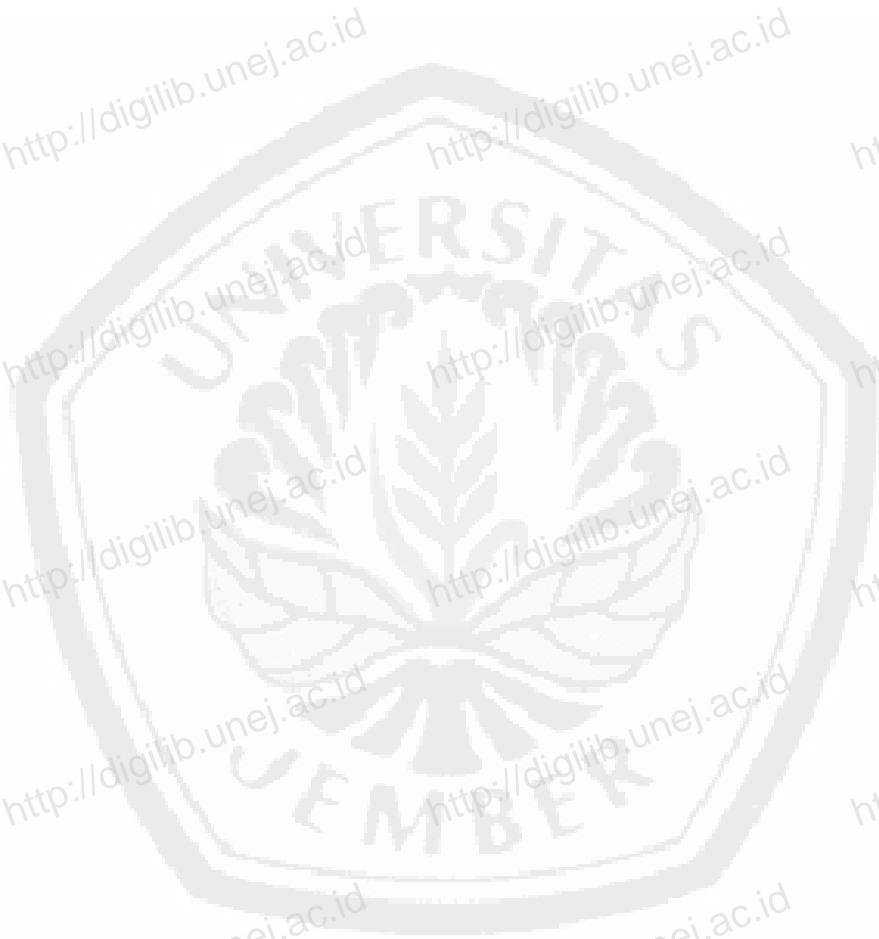
DAFTAR TABEL

	Halaman
4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Usia	52
4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	53
4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	53
4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	54
4.6 Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Kontinuitas Membeli Buku di toko buku Gramedia Jember	54
4.7 Tanggapan Responden terhadap Kebersihan Gedung di Toko Buku Gramedia Jember	55
4.8 Tanggapan Responden terhadap Fasilitas Musik Gedung di Toko Buku Gramedia Jember	56
4.9 Tanggapan Responden terhadap Fasilitas Penerangan di Toko Buku Gramedia Jember	57
4.10 Tanggapan Responden terhadap Fasilitas AC di Toko Buku Gramedia Jember	58
4.11 Tanggapan Responden terhadap Tata Letak Barang di Toko Buku Gramedia Jember	58
4.12 Tanggapan Responden terhadap Buku Terbitan Baru di Toko Buku Gramedia Jember	59
4.13 Tanggapan Responden terhadap Keamanan/Kenyamanan dalam Berbelanja Buku di Toko Buku Gramedia Jember	60
4.14 Tanggapan Responden terhadap Variasi Pilihan Buku di Toko Buku Gramedia Jember	61
4.15 Tanggapan Responden terhadap Kebebasan Memilih Buku di Toko Buku Gramedia Jember	62
4.16 Tanggapan Responden terhadap Keramahan Karyawan di Toko Buku Gramedia Jember	62
4.17 Tanggapan Responden terhadap Pelayanan Kasir di Toko Buku Gramedia Jember	63

4.18	Tanggapan Responden terhadap Pelayanan Keluhan di Toko Buku Gramedia Jember	64
4.19	Tanggapan Responden terhadap Pengetahuan Karyawan di Toko Buku Gramedia Jember	64
4.20	Tanggapan Responden terhadap Kemudahan Pembayaran di Toko Buku Gramedia Jember	65
4.21	Tanggapan Responden terhadap Pemesanan Buku di Toko Buku Gramedia Jember	66
4.22	Tanggapan Responden terhadap Kemudahan Penukaran Buku di Toko Buku Gramedia Jember	67
4.23	Tanggapan Responden terhadap Kemudahan dalam Pencarian Buku Melalui <i>Online</i> Katalog di Toko Buku Gramedia Jember	68
4.24	Tanggapan Responden terhadap Pemberian Diskon di Toko Buku Gramedia Jember	68
4.25	Tanggapan Responden terhadap Variasi Kartu Kredit dalam Pembayaran di Toko Buku Gramedia Jember	69
4.26	Tanggapan Responden terhadap Kupon Berhadiah di Toko Buku Gramedia Jember	70
4.27	Tanggapan responden terhadap fasilitas parkir di toko buku Gramedia Jember	70
4.28	Tanggapan Responden terhadap Fasilitas ATM di Toko Buku Gramedia Jember	71
4.29	Tanggapan Responden terhadap Jam Operasi di Toko Buku Gramedia Jember	72
4.30	Tanggapan Responden terhadap Dorongan Akan Kebutuhan Sehingga Membeli Buku di Toko Buku Gramedia Jember	72
4.31	Tanggapan Responden terhadap Pemahaman Tentang Toko Buku Gramedia Jember	73
4.32	Tanggapan Responden terhadap Intensitas Sumber Informasi Toko Buku Gramedia Jember	74
4.33	Tanggapan Responden terhadap Pengalaman Masa Lalu Sehingga Membeli Buku di Toko Buku Gramedia Jember	75
4.34	Tanggapan Responden terhadap Kepuasan Membeli Buku di Toko Buku Gramedia Jember	76

4.35	Tanggapan Responden terhadap Popularitas Toko Buku Gramedia Jember.....	76
4.36	Tanggapan Responden terhadap Pengaruh Keluarga dalam Membeli Buku di Toko Buku Gramedia Jember	77
4.37	Tanggapan Responden terhadap Pengaruh Pendapatan dalam Membeli Buku di Toko Buku Gramedia Jember	78
4.38	Tanggapan Responden terhadap Pengaruh Gaya Hidup dalam Membeli Buku di Toko Buku Gramedia Jember	79
4.39	Tanggapan Responden terhadap Pengaruh Pendidikan dalam Membeli Buku di Toko Buku Gramedia Jember	79
4.40	Tanggapan Responden terhadap Pengaruh Pekerjaan dalam Membeli Buku di Toko Buku Gramedia Jember	80
4.41	Tanggapan Responden terhadap Kemudahan Jangkauan ke Toko Buku Gramedia Jember	81
4.42	Tanggapan Responden terhadap Lokasi Toko Buku Gramedia Jember yang Strategis	81
4.43	Tanggapan Responden terhadap Lokasi Toko Buku Gramedia Jember yang Dekat dengan Fasilitas Umum	82
4.44	Tanggapan Responden terhadap Harga Buku yang Terjangkau di Toko Buku Gramedia Jember	83
4.45	Tanggapan Responden terhadap Kesesuaian Harga dengan Kualitas Buku di Toko Buku Gramedia Jember	83
4.46	Tanggapan Responden terhadap Kualitas Buku di Toko Buku Gramedia Jember	84
4.47	Frekuensi Responden dalam Membeli Buku di Toko Buku Gramedia Jember dalam Satu Bulan	85
4.48	Hasil Pengujian Validitas Pada Instrumen Pertanyaan	87
4.49	Hasil Pengujian Reliabilitas Pada Instrumen Pertanyaan	88
4.50	Hasil Uji KMO dan Uji Bartlett's	89
4.51	Hasil Rotasi pada Analisis Faktor	91
4.52	Uji KMO dan Bartlett's	92
4.53	Hasil Uji Rotasi pada Analisis Faktor	93

4.54	Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Membeli Buku di Toko Buku Gramedia Jember	94
4.55	Hasil Uji Regresi Linear Berganda antara Faktor Kualitas Layanan, Produk, Sosial dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian	95



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Model Perilaku Konsumen	23
2.2 Model Perilaku Konsumen	24
2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku	25
2.4 Model Pengambilan Keputusan Konsumen	33
2.5 Kerangka Pikir Penelitian	37
4.1 Grafik Hubungan antara Faktor Kualitas Layanan dengan Keputusan Pembelian	97
4.2 Grafik Hubungan antara Faktor Produk dengan Keputusan Pembelian ..	97
4.3 Grafik Hubungan antara Faktor Sosial dengan Keputusan Pembelian ..	98
4.4 Grafik Hubungan antara Faktor Psikologis dengan Keputusan Pembelian	99

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A. Matrik Penelitian	121
B. Pedoman Penelitian	123
C. Angket / Kuesioner Penelitian	124
D. Hasil Tabulasi Data Isian Responden	129
E. Analisis Data	135
E.1 Pengujian Validitas Pada Instrumen Pertanyaan	135
E.2 Pengujian Reliabilitas Pada Instrumen Pertanyaan	140
E.3 Analisis faktor I	145
E.4 Analisis Faktor II	150
F. Data Analisis Regresi	155
G. Analisis Regresi Linear Berganda	160
H. Struktur Organisasi dan Rekapitulasi Perhitungan Jumlah Pengunjung Toko Buku Gramedia Jember	163
I. Dokumentasi Penelitian	165
J. Denah Lokasi Toko Buku Gramedia Jember	169
K. Langkah-Langkah Focus Group	175