

PENGARUH DESAIN SAMPUL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN BUKU DI TOKO BUKU GRAMEDIA
AMBARUKMO PLAZA YOGYAKARTA TAHUN 2008

Diajukan Kepada Fakultas Adab
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Perpustakaan
Dalam Ilmu Perpustakaan Dan Informasi



Skripsi

Oleh:
Tuti Awaliyah
NIM: 04141760

**PROGRAM STUDI ILMU PERPUSTAKAAN DAN INFORMASI
FAKULTAS ADAB
UNIVERSITAS SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2008**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tuti Awaliyah

Nim : 04141760

Jurusan : Ilmu Perpustakaan dan Informasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Desain Sampul Terhadap Tingkat Penjualan Di Toko Buku Gramedia Ambarukmo Plaza Yogyakarta”** adalah merupakan hasil karya penulis sendiri bukan jiblakan ataupun saduran dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah menjadi rujukan, dan apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam penyusunan karya ini, maka tanggung jawab ada pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr,Wb

Yogyakarta, 10 Desember 2008

Penulis,



Tuti Awaliyah
04141760



DEPARTEMEN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ADAB
Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta 55281 Telp./Fax. (0274) 513949

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor : UIN.02/DA/PP.00.9 / 0121 /2009

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul :

PENGARUH DESAIN SAMPUL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUKU TOKO BUKU DI GRAMEDIA AMBARUKMO PLAZA YOGYAKARTA TAHUN 2008.

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

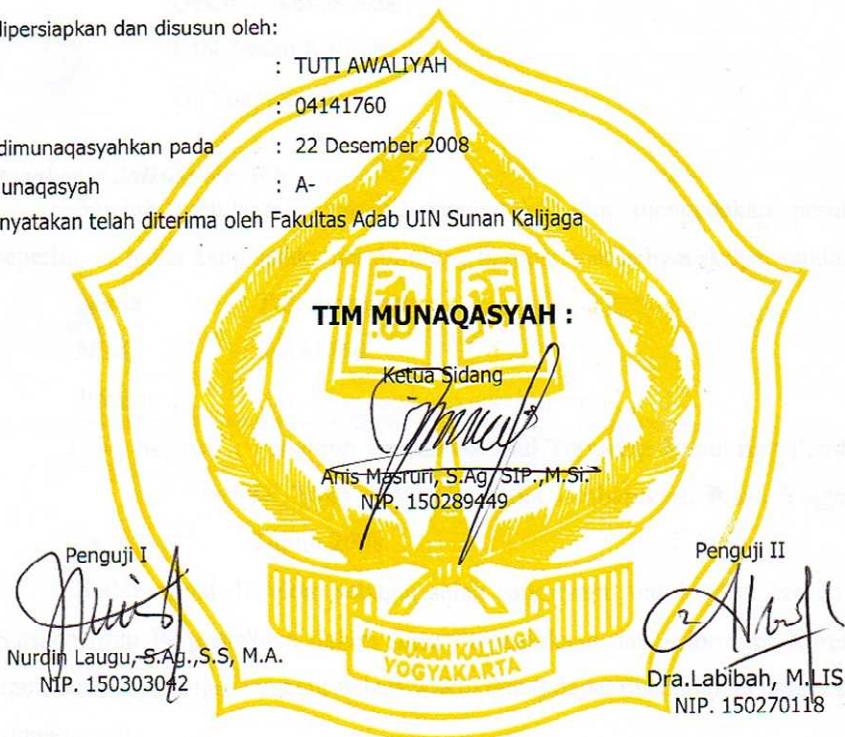
Nama : TUTI AWALIYAH

NIM : 04141760

Telah dimunaqasyahkan pada : 22 Desember 2008

Nilai Munaqasyah : A-

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Adab UIN Sunan Kalijaga



Sri Rohyanti Zulaikha, S. Ag. Sip., M. Si
Dosen Fakultas Adab
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi Saudari Tuti Awaliyah

Kepada Yang Terhormat
Dekan Fakultas Adab
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perubahan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudari :

Nama : Tuti Awaliyah
NIM : 04141760
Jurusan : Ilmu Perpustakaan dan Informasi (Adab)
Judul Skripsi : Pengaruh Desain Sampul Terhadap Keputusan Pembelian
Di Toko Buku Gramedia Ambarukmo Plaza Yogyakarta
Tahun 2008

Sudah dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Perpustakaan dalam Ilmu Perpustakaan dan Informasi. Karena itu kami berharap skripsi tersebut dalam waktu dekat dapat disidangkan dalam sidang munaqasyah.

Demikian, atas perhatiannya kami ucapan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 05 Desember 2008
Pembimbing


Amis Marwini

(Sri Rohyanti Zulaikha, S.Ag., SIP., M.Si.)
NIP. 150290097)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Almamaterku Fakultas Adab UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

*Ayahanda tersayang (Firmuh Tamsari) dan Ibunda tercinta (Casmuri)
atas setiap tetesan keringat, cucuran air mata serta lantunan do'anya
untukku dan kasih sayangnya*

*Seseorang yang menjadi penyemangat hidupku, selalu ada dalam
hatiku terima kasih atas motivasi untuk merampungkan skripsi ini*

Temen-teman yang telah memberi semangat untuk terus berprestasi

MOTTO

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إِنَّ اللَّهَ لَا يَغِيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يَغِيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ . (الرَّعد: ١١)

“Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan suatu kaum, sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri” (Ar-ra’d: 11)

KATA PENGANTAR

Tiada kata yang pantas dipanjangkan kehadiran Ilahi Robbi kecuali puji syukur karena berkat rahmat dan ‘inayahnya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam semoga tercurah kepada junjungan kita, kekasih Allah SWT, Muhammad SAW, figur manusia sempurna yang sudah selayaknya dijadikan teladan dalam mengarungi biduk kehidupan ini.

Alhamdulillah, berkat rahmat dan pertolongan Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi dalam rangka mengakhiri studi di Fakultas Adab UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Skripsi ini ditulis guna memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Perpustakaan dalam Ilmu Perpustakaan dan Informasi. Adapun judul skripsi tersebut adalah **Pengaruh Desain Sampul Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Buku Gramedia Ambarukmo Plaza, Yogyakarta**. Penulis megucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan pembuatan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Syihabuddin Qalyubi, Lc., M.AG. selaku Dekan Fakultas Adab UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Anis Masruri, S.Ag., SIP., M.si. selaku ketua jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi, yang telah mengajar sekaligus mendidik penulis dengan pengetahuan, keramahan, serta kehalusan budinya.
3. Bapak Tafrikhuddin, S.ag., M.pd. Selaku Penasehat Akademik kelas B angkatan 2004, yang telah memberi banyak pengetahuan dan senantiasa

memberikan nasehat dan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

4. Ibu Sri Rohyanti Zulaikha, S. Ag. SIP., M. Si. Selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dengan penuh kesabaran disela-sela kesibukannya.
5. Para dosen Fakultas Adab beserta staf karyawan.
6. Pegawai UPT perpustakaan Sunan Kalijaga.
7. Nara sumber dan seluruh staf karyawan di toko buku Gramedia Ambarukmo Plaza Yogyakarta yang telah menerima dan membantu dalam pengumpulan data, serta memberikan informasi yang sangat berharga bagi terselesainya skripsi ini.
8. Ayahanda dan ibunda yang senantiasa memberikan do'a, kasih sayang, serta dukungan baik moral maupun materiil, hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
9. Adik-adikku Ambar dan Leha atas kasih sayang, pengertian, dan mensuportku, semoga kita menjadi keluarga yang selalu rukun dan damai, amin.
10. Azka yang telah banyak membantu, memberikan motivasi dengan cinta dan selalu siap mendengarkan keluh kesahku.

11. Kakakku Rofii terima kasih do'a, kesabaran dan sejuta kasih sayangnya.
12. Yossy Suparyo terima kasih atas inspirasinya kepada penulis.
13. Segenap saudaraku yang ada di Kalimantan, Ambarawa, Pekalongan dan Klaten. Terima kasih atas motifasi dan do'anya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini
14. Seluruh teman-teman seangkatan 2004, PMII, DEMA, pempek NY. Kamto, perpustakaan icbc, TK Baitul Hikmah, TK YWKA dan Pondok Pesantren Sunan Pandan Aran kalian semua adalah bagian hidupku, semoga kita tidak hanya menjadi seorang teman tapi lebih dari itu kita adalah saudara.
15. Semua pihak yang ikut membantu dalam menyusun skripsi ini, yang tidak mungkin disebutkan satu persatu.

Besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat menjadi salah satu sumbangan pemikiran yang dapat bermanfaat bagi penulis sendiri maupun para pembaca sekalian.

Yogyakarta, 10 Desember 2008 M
12 Djulhijjah 1429 H

Tuti Awaliyah
04141760

INTISARI

Pengaruh Desain Sampul Terhadap Keputusan Pembelian Buku di Toko Buku Gramedia Ambarukmo Plaza Yogyakarta Tahun 2008

Sampul merupakan elemen penting dalam dunia perbukuan. Di dunia penerbitan, pekerjaan desain sampul ditangani oleh bidang tersendiri yang kedudukannya setara dengan tim keredaksi maupun marketing. Pesatnya perkembangan aplikasi destop publishing menyebabkan desain sampul buku menjadi media pemikat para pembaca dan konsumen untuk mengetahui dan memiliki buku. Penelitian ini menggunakan pendekatan korelasi, di mana terdapat dua variabel penelitian, yaitu sampul buku (variabel bebas) dan keputusan pembelian untuk membeli buku (variabel terikat). Lokasi yang dipilih adalah Toko Buku Gramedia Ambarukmo Plaza karena merupakan salah satu toko buku terkenal di Yogyakarta. Sampel penelitian diambil menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Instrumen penelitian yang digunakan adalah observasi, dokumentasi, wawancara, dan angket. Setelah diadakan analisis ada pengaruh positif yang signifikan desain sampul dengan keputusan pembelian buku di toko buku Gramedia Ambarukmo Plaza Yogyakarta, yang ditunjukkan dengan koefisien korelasi (R) sebesar=0,548. Dari hasil penelitian ini desain sampul memberikan sumbangan efektif sebesar=30,1% terhadap keputusan pembelian buku di toko buku Gramedia Ambarukmo Plaza Yoogyakarta, yang ditujukkan dengan koefisien determinan (R^2) sebesar=0,301.

Kata kunci: Desain Sampul Buku, Pemasaran, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The Influence of Cover Design on the Decision of Purchasing Books
at the Book Store of Gramedia Ambarukmo Square Yogyakarta Since 2008

Cover design is one of the important elements in book marketing. In publishing companies, the work for the cover design is seriously handled by a certain department which is the same level as editing as well as marketing departments. The rapid development of desktop publishing software's influences the book cover design to become a fundamental element that attracts people to have or buy books. This research employs a correlation approach to understand the relation between two variables (independent and dependent) namely: "cover design" as independent and decision of purchasing books as dependent". The research is carried out in Ambarukmo Square Gramedia Book store by the reason that it is one of the biggest book stores in Yogyakarta. The samples of the research were taken through purposive sampling. The techniques of data collection are observation, documentation, interview, and questionnaire. The result of the research shows that there is a significant correlation between the cover design and the decision of purchasing books. The relation indicates the coefficient-correlation by 0,548. Thus, the research concludes that the cover design contributed about 30,1% towards the decision of purchasing books in Gramedia Book Store in October 2008 by coefficient-determinant numbering at 0,301

Keyword: Cover Design, Marketing, and Purchasing Decision

DAFTAR ISI

COVER

NOTA DINAS	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBERAHAN	v
HALAMAN MOTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
INTISARI	x
ABSTRAKSI	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii

BAB I

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Hipotesis	6
1.6 Sistematika Pembahasan	7

BAB II

2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Desain Sampul	12
2.2.1.1 Tipografi	13
2.2.1.2 Gambar	16
2.2.1.3 Warna	18
2.2.1.4 Campuran	19
2.2.2 Elemen-Elemen Sampul	20
2.2.2.1 Judul	20

2.2.2.2 Nama Pengarang	20
2.2.2.3 Penerbit	21
2.2.3 Tata Letak Desain Sampul	21
2.2.4 Teknik Produk Sampul	22
2.2.5 Aplikasi Desktop Publishing	22
2.2.6 Pemasaran Buku	24
2.2.6.1 Elemen-Elemen Pemasaran	24
2.2.7 Hubungan Desain Sampul Dengan Keputusan Pembelian Buku	29
2.2.7 1 Sampul	29
2.2.7 2 Keputusan Pembelian	30
2.2.6.2 Proses Dalam Kegiatan Pembelian	30
BAB III	
3.1 Metode Penelitian	32
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	32
3.3 Jenis Penelitian	32
3.4 Subjek dan Objek Penelitian	33
3.5 Variabel Penelitian	34
3.6 Metode Pengukuran dan Pengujian Instrument Penelitian	35
3.6.1 Metode Pengukuran	35
3.6.2 Pengujian Instrument Penelitian	35
3.6.3 Populasi dan Sampel Penelitian	37
3.7.3.1 Populasi	37
3.7.3.2 Sampel	37
3.6.4 Metode Pengumpulan Data	38
3.6.4.1 Observasi	38
3.6.4.2 Dokumentasi	39
3.6.4.3 Angket	39
3.6.4.4 Interview	39
3.6.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	40
3.6.6 Metode Analisis Data	41
3.6.6.1 Analisis Deskriptif	42

3.6.6.2 Analisis Inferensial	42
BAB IV	
4. Analisis Data	44
4.1 Gambaran Umum	44
4.1.1 Sejarah Gramedia	44
4.1.2 Visi dan Misi Gramedia	45
4.1.3 Struktur Organisasi	46
4.1.4 Fasilitas Di Gramedia	46
4.1.5 Jam Pelayanan	47
4.1.6 Hasil Penjualan	47
4.2 Kondisi Demografi Responden.....	47
4.3 Pembahasan Instrument (Angket).....	48
4.3.1 Uji Validitas Instrument	49
4.3.2 Uji Reabilitas Instrument	50
4.4 Analisis Deskriptif	51
4.4.1 Deskripsi Data Desain Sampul (X)	51
4.4.2 Deskripsi Keputusan Pembelian (Y)	63
4.5 Pengujian Hipotesis.....	65
BAB V	
5. Penutup	68
5.1. Simpulan.....	68
5.2. Saran.....	68
Daftar Pustaka	69
Lampiran	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1	
(Kelompok Font)	14
Tabel 2	
(Aplikasi Pengolahan Citra)	23
Tabel 3	
(Tahap-Tahap Pembelian)	31
Tabel 4	
(Kisi-Kisi Angket Desain Sampul (X))	36
Tabel 5	
(Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin)	48
Tabel 6	
(Distribusi Responden Menurut Status Pekerjaan)	48
Tabel 7	
(Rangkuman Hasil Validitas Instrument Keputusan Pembelian)	50
Tabel 8	
(Rangkuman Hasil Uji Reabilitas Butir Instrument Desain sampul)	51
Tabel 9	
(Distribusi Data Persepsi Responden Terhadap Desain Sampul (X))	52
Tabel 10	
(Deskripsi Jawaban Tentang Warna Favorit)	53
Tabel 11	
(Deskripsi Jawaban Terhadap Judul)	54
Tabel 12	
(Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Desain Sampul)	55
Tabel 13	
(Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Huruf)	55
Tabel 14	
(Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Pengarangnya)	56
Tabel 15	

(Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Ringkasan Buku).....	57
Tabel 16	
(Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Komentar Di Buku)	57
Tabel 17	
(Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Label <i>Best Saller</i>)	58
Tabel 18	
(Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Diskon Harga)	59
Tabel 19	
(Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Sampul Yang Disertai Foto) ..	59
Tabel 20	
(Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Kualitas Harga Yang Mahal)..	60
Tabel 21	
(Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Informasi buku).....	61
Tabel 22	
(Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Pembelian Buku Yang Sudah Diketahui Sebelumnya).....	62
Tabel 23	
(Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk Buku Asli) ...	62
Tabel 24	
(Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Penerbitnya Yang Terkenal) ..	63
Tabel 25	
(Distribusi Data Keputusan Pembelian (Y))	64
Tabel 26	
(Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana)	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	
(Sampul Tipografi)	16
Gambar 2	
(Sampul Buku Dengan Foto dan Ilustrasi)	17
Gambar 3	
(Sampul Campuran Huruf, Image, Ilustrasi)	19
Gambar 4	
(Tata Letak dalam Desain Sampul)	22
Gambar 5	
(Struktur Organisasi di Toko Buku Gramedia)	46
Gambar 6	
(Histogram Persepsi Responden Terhadap Desain Sampul pada Konsumen di Toko Buku Gramedia Ambarukmo Plaza Yogyakarta)	53
Gambar 7	
(Histogram Keputusan Pembelian Buku di Toko Buku Gramedia Ambarukmo Plaza Yogyakarta)	65

BAB I

1.1. Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah melahirkan era digital. Namun demikian, bahan bacaan dalam bentuk buku tetap menjadi rujukan beragam kalangan. Dunia perbukuan juga berkembang pesat terbukti dengan puluhan ribu judul buku baru terbit tiap tahunnya.

Pada tahun 2007, IKAPI (Ikatan Penerbit Indonesia) memiliki anggota sebesar 686 penerbit. Ada 100 penerbit buku pelajaran melayani 60 juta siswa sekolah dasar, sekolah menengah lanjutan pertama, dan sekolah lanjutan tingkat atas. Selain itu, 120 penerbit buku Islam dan sisanya penerbit buku umum dan lain sebagainya. Setiap tahun sedikitnya 10.000 judul buku baru diterbitkan (Mulyanta, 2007:23).

Perkembangan di dunia penerbitan juga ditunjukkan dengan banyaknya pameran dan bursa buku yang diselenggarakan. Pengelola Penerbit Pinus Yogyakarta, setiap tahun sedikitnya 14 kali pameran buku. Di Jakarta digelar pameran buku setidaknya tiga kali per tahun. Selanjutnya, minimal dua kali di Jawa Barat (Bandung), Jawa Tengah (Solo dan Semarang), Yogyakarta, Jawa Timur (Surabaya). Masing-masing satu kali di Sumatera Utara (Medan), Sumatera Barat (Padang), dan Riau (Pekanbaru). Penerbit Quill Yogyakarta setiap penerbit bisa meraih omset pemasaran hingga 40-100 juta tiap pameran (Suparyo, 2004:4).

Mulyanta (2007:30) menyatakan setiap tahun sedikitnya ada 10.000 judul buku baru diterbitkan. Sementara itu, ada 3.600 toko buku yang terdaftar, terdiri 520 toko buku yang aktif, 25% tergolong besar, kompleks, dan modern; 75%

tergolong kecil, sederhana, dan tradisional. Hasilnya, omset per bulan dari toko buku se-Indonesia dapat mencapai 1,1 trilyun.

Perbincangan tentang buku selalu menjadi topik yang menarik, tak terkecuali oleh media massa. Penelusuran penulis, *Koran Tempo* memiliki rubrik yang berisi pembahasan buku-buku bermutu setiap minggu, bahkan ada suplemen khusus bernama *Ruang Baca* setiap minggu ketiga tiap bulannya. Demikian pula Harian *Kompas*, koran ini memiliki rubrik resensi setiap hari Minggu dan suplemen *Pustaka Loka* tiap bulannya.

Hal serupa terdapat juga pada media massa lainnya, baik media nasional maupun lokal (Suparyo, 2004:19). Mereka memberikan ruang maupun kolom untuk kajian buku. Selain mengkaji isi dan teknik penulisan buku, desain sampul buku seringkali mendapat perhatian khusus. Hal itu membuktikan sampul buku merupakan elemen penting yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Dalam masyarakat dikenal peribahasa yang sangat populer, *Don't Judge the Book from the Cover* (Dianawati, 2004:38). Peribahasa ini memang tidak memiliki keterkaitan dengan dunia perbukuan, sebab ia hanyalah kiasan yang mengajarkan kebijaksanaan (*wisdom*) bahwa tidak semestinya kita menilai orang lain hanya sekadar dari penampilan luarnya saja. Namun, pepatah itu juga menyiratkan makna denotatif, yakni masih banyak orang yang membeli produk, tidak terkecuali buku, karena tertarik dengan desain sampulnya.

Pernyataan di atas bukan tanpa dasar. Para pegiat grafis percaya bahwa grafis dapat berpengaruh dengan otak dan mata (Hernowo, 2004:141). Menurutnya, sebuah buku yang ditata dengan apik dan melibatkan secara

proporsional dan sinergis antara bahasa kata dan bahasa rupa mampu memberikan efek yang lebih ketimbang buku yang hanya terdiri dari teks melulu atau gambar saja, atau ada teks dan gambar, tapi tidak proporsional.

Karena itu kalangan penerbitan memberikan perhatian khusus dalam urusan tata letak dan desain sampul. Sampul merupakan elemen penting dalam dunia perbukuan, bahkan banyak perusahaan penerbitan mendirikan divisi tersendiri yang khusus menangani desain sampul (Triswanto, 2005:iv). Melalui dukungan aplikasi *desktop publishing* yang canggih, desain sampul buku menjadi alat pemikat para pembaca dan pembeli untuk mengetahui dan memiliki buku tersebut (Triswanto, 2005:v).

Untuk meraih pasar yang bagus tidak cukup hanya dengan membangun jaringan distribusi yang baik. Namun harus dibarengi dengan tampilan fisik yang menarik (Agnes, 2008:2). Penerbit Kiblat merupakan contoh penerbit yang menerapkan strategi ini dan meraih sukses. Sebelumnya, penerbit yang berfokus pada penerbitan buku-buku sastra Sunda, ini sempat cemas sebab sastra Sunda kurang disukai khalayak. Lalu mereka mencoba strategi baru, yaitu mencetak buku-buku sastra Sunda dengan tampilan fisik yang menarik sebagaimana tren sampul buku yang terjadi saat ini. Hasilnya, dalam kurun waktu dua tahun terakhir sudah 40 buku berbahasa Sunda yang mereka terbitkan dengan respons pembeli cukup baik.

Hal di atas diyakini oleh Dorothea Rosa Herliany, menurutnya peranan desain sampul tidak hanya meningkatkan keputusan pembelian, tetapi juga kesan masyarakat terhadap penerbit. Ia menuturkan, kumpulan cerpennya, *Perempuan*

yang Menunggu, awalnya diterbitkan hanya 2.000 eksemplar. Selama lima tahun lamanya Rossa tidak pernah mendengar kabar cetakan pertama bukunya tersebut, apakah habis terjual atau tidak. Akhirnya, Rossa memutuskan menerbitkan ulang bukunya di penerbitannya sendiri dengan membuat sampul sendiri yang jauh lebih menarik. Hasilnya sangat memuaskan, yaitu 1.500 eksemplar bukunya habis dalam waktu enam bulan, bahkan mengalami cetak ulang (Agnes, 2008:5).

Meski tidak ada penelitian khusus tentang pengaruh desain sampul terhadap keputusan pembelian buku, dari pemaparan di atas menunjukkan sampul menjadi salah satu faktor yang mampu memikat pembeli. Bahkan, secara tidak terduga sampul buku kumpulan cerpen tersebut justru menjadi *brand image* terhadap penerbitannya. Pengamatan terhadap perilaku konsumen dalam pembelian buku ini menarik untuk dikaji karena keberadaan sampul buku pada awalnya hanya berfungsi sebatas sebagai pelindung isi naskah. Sekarang, ketika buku telah menjadi salah satu komoditas, cara menyajikan pelindung isi naskah pun telah berubah, fungsi keindahan dan nilai bisnis dari sampul buku menjadi perhatian utama penerbit.

Toko buku, selanjutnya menurut Wing Wahyu Winarto (2007:1) Toko Buku Gramedia, merupakan salah satu toko buku yang terbesar di Indonesia. Menurut Wikipedia (2008), Toko Buku Gramedia merupakan unit usaha perusahaan PT. Gramedia Asri Media, sebuah anak perusahaan Kelompok Kompas-Gramedia. PT Gramedia Asri Media memiliki jaringan toko buku dengan nama Toko Buku Gramedia di beberapa kota di Indonesia, seperti Jakarta, Yogyakarta, Semarang, Surabaya, Surakarta, Makassar, dan kota-kota besar lainnya.

Buku-buku yang ada di Toko buku Gramedia sebagian besar didisplai masih dalam kondisi kemasan plastik (*shrink*). Dengan kemasan seperti itu, pembaca tidak dapat leluasa mempelajari isi buku sebelum membelinya. Meski beberapa buku yang menyediakan contoh untuk dibaca oleh pembeli, tetapi desain sampul dapat dikatakan merupakan media utama yang memberikan informasi perihal buku pada pembeli. Sampul buku memberikan informasi tentang siapa pengarangnya, judulnya, ringkasan isinya, dan apa pendapat pakar tentang buku (*endorsement*).

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini sangat penting untuk dilakukan untuk mendapatkan gambaran, apakah ada pengaruh desain sampul terhadap keputusan pembelian buku, khususnya di Toko buku Gramedia. Penelitian ini akan memberikan masukan bagi dunia perbukuan dan perpustakaan di Indonesia tentang pentingnya elemen sampul buku bagi pembaca atau pengguna. Terlebih, sepenuhnya penulis belum ada peneliti lain yang pernah melakukan kajian terhadap bidang ini sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi penulis untuk melakukan penelitian pada objek tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Apakah ada korelasi signifikan antara desain sampul dengan keputusan pembelian buku di toko buku Gramedia Yogyakarta?

1.2.2 Seberapa besar pengaruh desain sampul terhadap keputusan pembelian buku di toko buku Gramedia Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Untuk mengetahui adakah pengaruh yang signifikan antara desain sampul terhadap keputusan pembelian di toko buku Gramedia Ambarukmo Plaza Yogyakarta?

1.3.2 Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh desain sampul terhadap keputusan pembelian di toko buku Gramedia Ambarukmo Plaza Yogyakarta?

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Bagi pustakawan, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dalam bidang ilmu perpustakaan dan informasi khususnya tentang mata kuliah *desktop publishing* serta memperkaya pengetahuan mengenai metode yang bagus dalam mendesain sampul.

1.4.2 Bagi akademis, penelitian ini diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran akan pentingnya desain sampul terhadap buku tersebut.

1.5 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2004:156) hipotesis adalah jawaban yang sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Ada dua jenis hipotesis, yaitu hipotesis kerja (H_a) dan Hipotesis Null (H_0). Hipotesis kerja atau disebut hipotesis alternatif, disingkat H_a . Hipotesis kerja menyatakan adanya hubungan antara variabel X dan Y atau adanya perbedaan antara dua kelompok.

Dalam penelitian ini Ha: Ada pengaruh yang signifikan desain sampul terhadap keputusan pembelian di toko buku Gramedia Ambarukmo Plaza Yogyakarta. Hipotesis Noll atau Null hipotesis, disingkat Ho, hipotesis menyatakan tidak adanya perbedaan antara dua variabel atau tidak ada pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

1.6 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan bertujuan untuk menunjukkan rangkaian pembahasan secara sistematis yang diajukan.

Bab pertama, pendahuluan Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua, terdiri dari dua bagian. Pertama, tinjauan pustaka berupa hasil-hasil penelitian sebelumnya yang memiliki kesamaan topik dengan penelitian ini. Kedua, landasan teori, yaitu konsep-konsep yang dijadikan paradigma berpikir yang mendukung penelitian yang dilakukan seperti konsep-konsep yang dikemukakan para pakar berkaitan dengan pengaruh desain sampul terhadap keputusan pembelian

Bab ketiga adalah penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pendekatan penelitian, waktu dan tempat, populasi dan sampel, variabel penelitian, uji validitas, reabilitas, metode pengambilan data, instrumen penelitian, metode analisis data, langkah-langkah penelitian.

Bab keempat, berisi deskripsi tentang objek penelitian dan pembahasan hasil-hasil penelitian. Objek penelitian berisi tentang gambaran umum toko buku

Gramedia Ambarukmo Plaza Yogyakarta. Hasil penelitian meliputi penentuan sampel, displai data, uji hipotesis melalui uji korelasi.

Bab kelima, penutup berisi simpulan penelitian dan saran-saran.

Sebagai akhir penelitian ini, bagian akhir disertakan daftar pustaka yang digunakan dalam penulisan skripsi ini dan lampiran untuk mendukung kekuatan analisis data penelitian.

BAB V

5. PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis, maka penulis mengambil simpulan sebagai berikut:

1. Ada korelasi positif yang signifikan antara desain sampul dengan keputusan pembelian buku di toko buku Gramedia Ambarukmo Plaza Yogyakarta, sebagaimana ditunjukkan dengan koefisien korelasi (R) sebesar= 0,548. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Desain sampul memberikan pengaruh efektif sebesar= 30,1% terhadap keputusan pembelian buku di toko buku Gramedia Ambarukmo Plaza Yogyakarta, sebagaimana ditunjukkan dengan koefisien determinan (R^2) sebesar= 0,301.

5.2 Saran

Melihat adanya pengaruh desain sampul terhadap keputusan pembelian di toko buku Gramedia Ambarukmo Plaza maka penulis menyarankan:

1. Bagi penerbit proses desain mendapatkan perhatian yang lebih serius supaya menarik konsumen.
2. Bagi perpustakaan, pada saat pengadaan bahan pustaka desain sampul menjadi bahan pertimbangan sebagai koleksi yang akan dibeli.
3. Bagi ilmu perpustakaan untuk memasukkan ilmu desain sampul sebagai

kajian psikologi pemakai, terutama keputusan pembelian untuk menggunakan bahan pustaka.

4. Penelitian ini masih banyak kekurangan untuk penelitian selanjutnya.

Harap untuk mengkaji lebih detail dan lokasi yang lebih beragam

DAFTAR PUSTAKA

- Agnes. 2008 <http://64.203.71.11/tbgramedia/profil.cfm> tanggal 15 juni 2008 pukul 19.00
- Arikunto, Suharsini. 2002. *Prosedur Penelitian: Pendekatan dan Praktek*. Edisi Revisi V. Jakarta: Rineka Cipta
- 1993. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*, edisi V Jakarta: Reinekha Cipta
- Azwar, Syaifuddin. 2000. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bambang, Trim 2007 <http://ysutarso.wordpress.com/2007/04/05/mengamati-perilaku-pasar-konsumen/> kamis, 25 juli 2008 pukul 17.00
- Basu, Swasta Dharmesta dan T. Handoko. 2000. *Manajemen pemasaran analisis perilaku konsumen*, edisi I. Yogyakarta: BPFE
- Dianawati, Ajeng. 2004. *1001 SMS Bijak*. Jakarta: Gagasan Media.
- Djatin, Jusni dan Hartinah, Srihartinah (2006). *Pengemasan dan Pemasaran Informasi: Pengalaman PDII-LIPI*. Jakarta: PDII-LIPI: www.consal.org.sg/webupload/forums/attachments/2277.doc diakses tanggal 20 September 2006.
- Ensiklopedi Nasional Indonesia jilid 16*, 1990. Jakarta: PT. Cipta Adi Pustaka
- Hadi, Sutrisno. 1983. *Metodologo research 1. 2. 3.* Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Gajah Mada
- Hernowo. 2004. *Langkah Mudah Membuat Buku Yang Menggugah*. Bandung: MLC
- Kamaluddin. 2008. "Rancang Bangun Web Site Di Perpustakaan Masjid Siti Rawani Bekasi (skripsi) jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi Yogyakarta
- Komaruddin, Yooke Tjuparman S. 2006. *Kamus Istilah Karya Tulis Ilmiah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kuncoro, Mudjarad. 2001. *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN

- Lubis, Arlina Nurbait. 2007. *Strategi pemasaran dan persaingan bisnis*. Makalah Guna Melengkapi Tugas Mata Kuliah Program Studi Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sumatra Utara
- Maki, Tatsu. 2002. *Mastering Computer Grafic, untuk karir dan bisnis*. Jakarta Nexx Media Inc
- Mardalis. 1995. Metodologi Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal. Jakarta: Bumi Aksara
- Mulyanta. 2007 (photoready.co.uk.<http://www.kabarindonesia.com/berita.php?pil=13&dn=20071121071115> tanggal 5 juni 2008 pukul 20.15
- Nandang, 2004. “ Kamus Komputer dan Teknologi Informasi” dalam <http://www.total.or.id/info.php?kk=dekstop%20publishing> tanggal 5 juni 2008 pukul 20.15
- Nawawi, Hadari dan Mimi Martini. 1996. *Penelitian Terapan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press
- Nuradi, dkk. 1996. *Kamus Istilah Periklanan Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Nuruddien. 2004. “Bagaimana Mengemas Buku”. dipresentasikan dalam *Workshop Nasional Penulisan dan Penerbitan Buku yang diselenggarakan SUKA-PRESS dan ANahl UIN Suka*, Yogyakarta.
- Pedhazhur, E.J.(1997) Multiple regression in behavioral research. Wadsworth: Thomson Learning <http://psikologistatistik.blogspot.com/2007/08/korelasi-dan-regresi.html>. tanggal 03 agustus 2008 pukul 15.00
- Rahmat, Jalaluddin. 2000. *Metode Penelitian komunikasi, cet ke-4*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Salim, Peter dan Yenny Salim. 1991. *Kamus bahasa Indonesia kontemporer* Jakarta: Modern English Press
- Sembiring, Inget. 1998. “desktop publishing” dalam <http://www.bogor.net/idkf/idkf/aplikasi/n21/n21-software-05-1998.doc> tanggal 4 juni 2008 pukul 14.00
- Singarimbun, Masri, dan Sofyan Effendi. 1995. *Metode penelitian survey cet ke-2*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Soehartono, Irawan. 2000. *Metode penelitian social, cet ke-4*. Bandung: Remaja Rosdakarya

- Sugiarto, dkk. 2003. *Tehnik sampling*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono, Muhammad. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfa Beta
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Suparyo, Yossy. 2004. *Menggurat Fakta*. Yogyakarta: LPM Ekspresi-Universitas Negeri Yogyakarta
- Triswanto, Sugeng Dwi. 2005. Corel Drow 12. Yagyakarta: Media Abadi
- Usman, Husaini dan Purnomo Sutadi Akbar. 1996. *Metode penelitian social*. Jakarta: Aksara Bumi
- Widjaja Tunggal, Amin. 1996 *Kamus Marketing*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Wikipedia. 2008. [HTTP://ID.WIKIPEDIA.ORG/WIKI/GRAMEDIA_\(TOKO_BUKU\)](HTTP://ID.WIKIPEDIA.ORG/WIKI/GRAMEDIA_(TOKO_BUKU)) TGL 10 JUNI 2008 20.00
- Winarsunu. 2006. *Statistik Dalam Penelitian psikologi dan penelitian*. Malang: UMM
- Winarto, Wing Wahyu. 2007 “Mengolah File Dengan Psf:file” dalam <http://maswing.wordpress.com/2007/07/06/mengolah-file-dengan-pfsfile/> tanggal 15 januari 2009 pukul 10.00
- Wittermans, T dan E-pino. 1980. *Kamus Inggris-Indonesia*. Jakarta: PT. Pradiya Paramita

Frequency Table

Item "Desain Sampul" No. 1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	7	8.1	8.1
	2	49	57.0	65.1
	3	11	12.8	77.9
	4	16	18.6	96.5
	5	3	3.5	100.0
Total	86	100.0	100.0	

Item "Desain Sampul" No. 2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	12	14.0	14.0
	3	8	9.3	23.3
	4	49	57.0	80.2
	5	17	19.8	100.0
Total	86	100.0	100.0	

Item "Desain Sampul" No. 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	5.8	5.8
	2	25	29.1	34.9
	3	19	22.1	57.0
	4	22	25.6	82.6
	5	15	17.4	100.0
Total	86	100.0	100.0	

Item "Desain Sampul" No. 4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	8	9.3	9.3
	3	2	2.3	11.6
	4	49	57.0	68.6
	5	27	31.4	100.0
Total	86	100.0	100.0	

Item "Desain Sampul" No. 5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	3.5	3.5	3.5
2	22	25.6	25.6	29.1
3	15	17.4	17.4	46.5
4	23	26.7	26.7	73.3
5	23	26.7	26.7	100.0
Total	86	100.0	100.0	

Item "Desain Sampul" No. 6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	7	8.1	8.1	8.1
3	7	8.1	8.1	16.3
4	51	59.3	59.3	75.6
5	21	24.4	24.4	100.0
Total	86	100.0	100.0	

Item "Desain Sampul" No. 7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.2	1.2	1.2
2	14	16.3	16.3	17.4
3	16	18.6	18.6	36.0
4	37	43.0	43.0	79.1
5	18	20.9	20.9	100.0
Total	86	100.0	100.0	

Item "Desain Sampul" No. 8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	3.5	3.5	3.5
2	41	47.7	47.7	51.2
3	20	23.3	23.3	74.4
4	17	19.8	19.8	94.2
5	5	5.8	5.8	100.0
Total	86	100.0	100.0	

Item "Desain Sampul" No. 9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.3	2.3	2.3
2	12	14.0	14.0	16.3
3	14	16.3	16.3	32.6
4	36	41.9	41.9	74.4
5	22	25.6	25.6	100.0
Total	86	100.0	100.0	

Item "Desain Sampul" No. 10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	25	29.1	29.1	29.1
3	19	22.1	22.1	51.2
4	30	34.9	34.9	86.0
5	12	14.0	14.0	100.0
Total	86	100.0	100.0	

Item "Desain Sampul" No. 11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.2	1.2	1.2
2	3	3.5	3.5	4.7
4	30	34.9	34.9	39.5
5	52	60.5	60.5	100.0
Total	86	100.0	100.0	

Item "Desain Sampul" No. 12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.2	1.2	1.2
2	17	19.8	19.8	20.9
3	18	20.9	20.9	41.9
4	40	46.5	46.5	88.4
5	10	11.6	11.6	100.0
Total	86	100.0	100.0	

Item "Desain Sampul" No. 13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	15	17.4	17.4	17.4
3	17	19.8	19.8	37.2
4	42	48.8	48.8	86.0
5	12	14.0	14.0	100.0
Total	86	100.0	100.0	

Item "Desain Sampul" No. 14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.3	2.3	2.3
2	13	15.1	15.1	17.4
3	11	12.8	12.8	30.2
4	34	39.5	39.5	69.8
5	26	30.2	30.2	100.0
Total	86	100.0	100.0	

Item "Desain Sampul" No. 15

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	3.5	3.5	3.5
2	36	41.9	41.9	45.3
3	12	14.0	14.0	59.3
4	25	29.1	29.1	88.4
5	10	11.6	11.6	100.0
Total	86	100.0	100.0	

Frequencies

Statistics

		Desain Sampul (X)	Frekuensi Pembelian (Y)
N	Valid	86	86
	Missing	0	0
Mean		53.05	2.78
Median		53.00	3.00
Mode		54	3
Std. Deviation		7.391	1.259
Variance		54.633	1.586
Range		45	4
Minimum		30	1
Maximum		75	5
Sum		4562	239

Frequency Table

Desain Sampul

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Baik	1	1.2	1.2	1.2
	Cukup Baik	13	15.1	15.1	16.3
	Baik	48	55.8	55.8	72.1
	Sangat Baik	24	27.9	27.9	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

Frekuensi Pembelian (Y)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Judul Buku	17	19.8	19.8	19.8
	2 Judul Buku	19	22.1	22.1	41.9
	3 Judul Buku	25	29.1	29.1	70.9
	Judul Buku	16	18.6	18.6	89.5
	5 atau Lebih Judul Buku	9	10.5	10.5	100.0
Total		86	100.0	100.0	

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	30	34.9	34.9	34.9
	Wanita	56	65.1	65.1	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

Status

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bekerja	18	20.9	20.9	20.9
	Mahasiswa	52	60.5	60.5	81.4
	Lain-lain	16	18.6	18.6	100.0
	Total	86	100.0	100.0	

Correlations

Correlations

		Desain Sampul (X)	Frekuensi Pembelian (Y)
Desain Sampul (X)	Pearson Correlation	1	.548**
	Sig. (2-tailed)	.	.000
	N	86	86
Frekuensi Pembelian (Y)	Pearson Correlation	.548**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.
	N	86	86

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Desain Sampul (X) ^a	.	Enter

- a. All requested variables entered.
- b. Dependent Variable: Frekuensi Pembelian (Y)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.548 ^a	.301	.292	1.059

- a. Predictors: (Constant), Desain Sampul (X)
- b. Dependent Variable: Frekuensi Pembelian (Y)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	40.539	1	40.539	36.125	.000 ^a
	Residual	94.263	84	1.122		
	Total	134.802	85			

a. Predictors: (Constant), Desain Sampul (X)

b. Dependent Variable: Frekuensi Pembelian (Y)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant) -2.177	.832		-2.615	.011
	Desain Sampul (X) .093	.016	.548	6.010	.000

a. Dependent Variable: Frekuensi Pembelian (Y)

Residuals Statistics^a

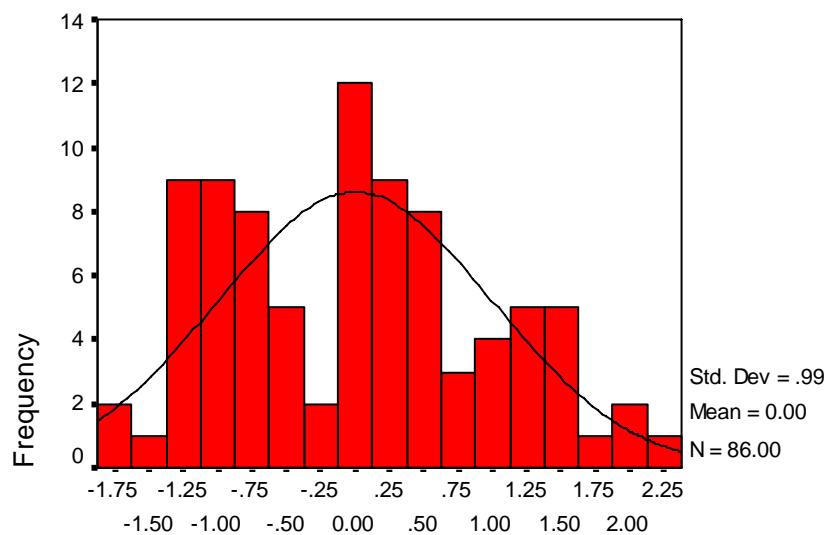
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	.63	4.83	2.78	.691	86
Residual	-1.90	2.41	.00	1.053	86
Std. Predicted Value	-3.118	2.970	.000	1.000	86
Std. Residual	-1.790	2.277	.000	.994	86

a. Dependent Variable: Frekuensi Pembelian (Y)

Charts

Histogram

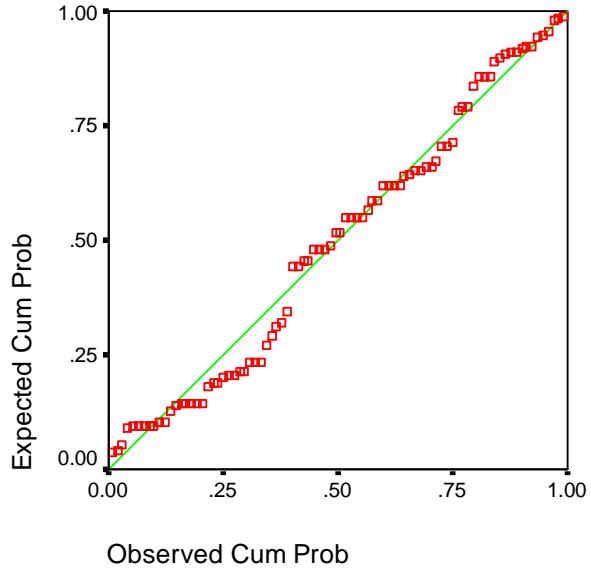
Dependent Variable: Frekuensi Pembelian (Y)



Regression Standardized Residual

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residuals

Dependent Variable: Frekuensi Pembelian (Y)



ANGKET PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Saat ini saya mahasiswa jurusan Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab Universitas Islam Negeri Yogyakarta, sedang melakukan penelitian di Gramedia Yogyakarta untuk menyusun skripsi yang berjudul “Pengaruh Desain Sampul Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Buku Gramedia Yogyakarta Tahun 2008” demi kelancaran penulisan skripsi ini, saya mengharapkan bantuan Anda untuk bersedia mengisi angket ini dengan sejujur-jujurnya. Identitas dan jawaban Anda saya jamin kerahasiaannya.

Atas bantuan dan partisipasinya saya ucapan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Dosen Pembimbing

Hormat Saya

Sri Rohyanti Z.

Tuti Awaliyah

Identitas Responden

Nama : _____

Status : _____

Jenis Kelamin :

Petunjuk pengisian

1. Tuliskan identitas anda pada lembar jawaban yang telah disediakan
2. Isilah pertanyaan dengan jujur serta tanggung jawab sesuai dengan keadaan yang Anda rasakan.
3. Berilah tanda silang pada (X) pada pilihan, SS, S, R, TS, STS yang Anda pilih

Angket ini bertujuan mengetahui seberapa besar pengaruh desain sampul

Contoh Angket

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
1.	Saya tertarik membeli buku jika warna sampulnya sesuai dengan warna favorit saya					
2.	Judul harus singkat dan jelas					
3.	Gambar desain sampul yang mewakili isi buku, tanpa melihat dari judulnya					
4.	Huruf yang dipakai dalam sampul harus memudahkan pembaca mengetahui isi buku					
5.	Saya tertarik membeli buku karena pengarangnya sudah diakui kehebatannya dibidang penulisan					
6.	Saya sering membeli buku karena tertarik pada ringkasan buku (<i>endorsement</i>) yang disampaikan dalam sampul belakang					
7.	Komentar yang ada dalam buku, membangkitkan selera saya untuk memiliki buku itu					
8.	Saya membeli buku jika ada tulisan yang diberi label <i>Best seller</i>					
9.	Adanya diskon harga membuat saya ingin membeli buku itu					
10.	Saya lebih suka desain sampul yang disertai gambar foto					
11.	Harga yang mahal harus diimbangi dengan kualitas dari buku tersebut					

12.	Saya membeli buku setelah mendengar informasi buku melalui media masa, launching, media elektronik dan lain sebagainya					
13.	Saya membeli buku karena saya sudah mengetahui buku itu sabelumnya <i>(Referensi)</i>					
14.	Saya lebih percayakan pada kualitas produk yang asli					
15.	Saya tertarik pada buku karena penerbitnya terkenal					

CURRICULUM VITAE

1. Data Pribadi

Nama : Tuti Awaliyah
Tempat, Tanggal Lahir : Pangkalan Bun, 11 Maret 1986
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Alamat Asal : Jl. Kasan Rejo RT .20 Bamban Kec. Arut Selatan
Kab. Kota Waringin Barat Kalimantan Tengah

2. Data Orang Tua

Nama Ayah : Firmuh Tamsari
Pekerjaan : Swasta
Nama ibu : Casmuri
Pekerjaan : Wiraswasta
Alamat : Jl. Kasan Rejo RT .20 Bamban Kec. Arut Selatan
Kab. Kota Waringin Barat kalimantan Tengah

3. Data Pendidikan

Sekolah Dasar : SD Madurejo 6 Pangkalan Bun Lulus tahun 1999
Madrasah Tsanawiyah : MTs. Sunan Pandan Aran Yogyakarta Lulus tahun 2001
Madrasah Aliyah : MA. Sunan Pandan Aran Yogyakarta Lulus tahun 2004
Perguruan Tinggi : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Lulus tahun 2008