

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP SIKAP DAN PERILAKU MEMBELI BUKU BAJAKAN PADA MAHASISWA IPB

An Analysis of Factors Influencing IPB Students Attitudes and Buying Behaviour of Piracy Book

RETNANINGSIH¹, PUSPA WIDYA UTAMI², ISTIQLALIYAH MUFLIKHATI^{1*}

¹Staf Pengajar Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen, Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor, Jalan Lingkar Kampus IPB Dramaga, Bogor 16680

²Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen, Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor, Kampus Dramaga, Bogor 16680

ABSTRACT. *The aim of this research was to analyze factors which influence IPB students attitudes and buying behaviour of piracy book. Research method used cross sectional study design. The primary data from samples was collected along Mei 2009. Data was taken from 100 girls and 100 boys as samples of this research. The samples chosen by proportional sampling in each faculty of IPB. The data consist of primary data and secondary data. Data was analyzed by descriptive and inferential statistic (Mann-Whitney, t-test, multivariate regression, and logistic regression). The result showed that almost samples readed books and mostly they bought a book on the last three months. Almost of them had knowledge about piracy book with average level. Meanwhile, the attitude of the samples to piracy book were neutral. Factors that influenced attitude to piracy book were ages, money allocation, information resources, and level of knowledge. Then, attitude to piracy book was the factor that influenced buying behavior of piracy book.*

Key words: *attitude, book, consumer behavior, knowledge, piracy*

PENDAHULUAN

Hak cipta merupakan bagian yang terbesar dari Hak Kekayaan Intelektual (HAKI). Sebagai negara hukum, HAKI merupakan salah satu hak yang dilindungi undang-undang di Indonesia. Ironisnya, acapkali Hak Atas Kekayaan Intelektual ini dilanggar. Pelanggaran hak cipta yang kerap terjadi di Indonesia antara lain adalah pembajakan buku. Omset penjualan buku bajakan diperkirakan mencapai 10% dari omset penjualan buku asli. Buku yang paling banyak dibajak adalah jenis kamus (20%) dan buku teks perguruan tinggi (10%) (Anonim 2008). Salah satu tempat pemasaran buku bajakan yang menguntungkan pembajak buku adalah perguruan tinggi. Perguruan tinggi merupakan institusi pendidikan yang menjadi pasar yang prospektif bagi pemasaran buku. Dosen dan mahasiswa merupakan

konsumen utama dari penjualan buku di perguruan tinggi. Penerapan sistem mayor minor di IPB, mendorong mahasiswa untuk memiliki wawasan lebih luas dan tidak terkotak-kotak. Keadaan tersebut menuntut mahasiswa untuk lebih aktif dalam memperoleh informasi dan ilmu. Kebutuhan untuk mendukung proses pembelajaran dan meningkatkan pengetahuan, mendorong mahasiswa untuk bisa mempunyai salah satu sumber pengetahuan, yaitu buku. Diduga harga buku yang mahal atau sulit ditemukannya buku yang asli karena peredarannya terbatas atau tidak diterbitkan lagi mendorong munculnya peluang pasar untuk buku bajakan. Pasar buku bajakan terbuka lebar, salah satunya karena penjual buku bajakan yang menawarkan buku relatif lebih murah dan bisa dilakukan pemesanan sebelumnya jika tidak tersedia.

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang

berpengaruh terhadap sikap dan perilaku membeli buku bajakan pada mahasiswa IPB. Tujuan khusus yang ingin dicapai adalah (1) menganalisis kebiasaan mahasiswa dalam membaca dan membeli buku, (2) menganalisis pengetahuan mahasiswa terhadap buku bajakan, (3) menganalisis sikap mahasiswa terhadap buku bajakan, (4) menganalisis perilaku pembelian buku bajakan oleh mahasiswa, (5) menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap sikap mahasiswa mengenai buku bajakan, dan (6) menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perilaku mahasiswa dalam membeli buku bajakan.

METODE

Desain, Lokasi, dan Waktu

Penelitian ini menggunakan desain *cross sectional study*. Penelitian dilakukan di Institut Pertanian Bogor (IPB) yang berlokasi di Kecamatan Dramaga, Kabupaten Bogor. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive* (sengaja) berdasarkan pertimbangan bahwa IPB merupakan salah satu perguruan tinggi besar di Indonesia yang mahasiswanya banyak menggunakan media cetak seperti buku sebagai salah satu sumber informasi yang menunjang kegiatan perkuliahan dan tempat yang mudah ditempuh oleh Peneliti. Waktu pengambilan data dilakukan selama bulan Mei 2009.

Jumlah dan Cara Pemilihan Contoh

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa mayor minor IPB tahun ajaran 2008-2009 yang berjumlah 11.615 orang. Berdasarkan perhitungan jumlah minimal contoh yang ditentukan dengan rumus Slovin (Umar 2003), yang dalam kasus penelitian ini diperoleh jumlah 155 orang. Untuk menghindari adanya *drop out* contoh atau pun kekurangan jumlah contoh, maka contoh penelitian ini diambil sebanyak 200 mahasiswa dengan komposisi berimbang antara laki-laki dan perempuan. Banyaknya jumlah contoh setiap fakultas diberikan kuota sesuai dengan *proportional sampling*. Proses pemilihan contoh adalah secara *convenience sampling*, yakni contoh dipilih berdasarkan kesediaannya untuk mengisi kuesioner dan wawancara langsung sesuai dengan kuota per fakultas.

Jenis dan Cara Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan berdasarkan sumber adalah data primer dan data

sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari contoh, yakni berupa kuesioner. Data sekunder diperoleh dari buku Panduan Program Sarjana tahun 2006 mengenai gambaran umum lokasi penelitian dan data mengenai jumlah mahasiswa dari Direktorat Administrasi Pendidikan IPB. Informasi mengenai penjualan buku juga diperoleh dengan cara mewawancarai beberapa pedagang buku di sekitar kampus.

Pengolahan dan Analisis Data

Pengolahan data menggunakan *Microsoft Excel* dan *SPSS for windows*. Data yang dikumpul dari kuesioner diolah melalui proses *editing, coding, scoring, entry* data ke komputer, *cleaning* data, dan analisis data. Jenis-jenis analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik contoh, karakteristik keluarga, kebiasaan membaca, perilaku membeli buku, sikap, dan perilaku membeli buku bajakan.
2. Uji Regresi Linier Berganda metode *backward* digunakan untuk memprediksi perilaku dari variabel dependen dengan menggunakan lebih dari dua variabel independen. Peneliti ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi sikap buku bajakan. Bentuk umum dari persamaan regresi linear berganda untuk persepsi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + b_8X_8 + b_9X_9 + b_{10}X_{10} + b_{11}X_{11} + b_{12}X_{12} + b_{13}X_{13} + b_{14}D_1 + e$$

Keterangan:

Y = sikap terhadap buku bajakan

a = *unstandardized coefficient* β

b = konstanta

X₁ = Usia (tahun)

X₂ = Semester

X₃ = Besar keluarga (org)

X₄ = Pendapatan orangtua (Rp)

X₅ = Frekuensi membaca

X₆ = Frekuensi membeli buku

X₇ = Alokasi uang membeli buku (Rp)

X₈ = Jumlah sumber informasi

X₉ = Pengetahuan

X₁₀ = Pendidikan Ibu

X₁₁ = Jumlah organisasi

X₁₂ = Pendidikan ayah

X₁₃ = Pendidikan ibu

D₁ = *Control belief* (0=tidak, 1=ya)

3. Uji Regresi Logistik metode *entered* digunakan untuk menganalisis faktor-

faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian buku bajakan yang terdiri dari dua kategori yaitu membeli dan tidak membeli. Persamaan regresi logistik dirumuskan dalam persamaan:

$$\frac{p}{1-p} = e^{a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + b_8X_8 + b_9X_9 + e}$$

Keterangan:

p = Peluang perilaku membeli buku bajakan (0=tidak membeli, 1=membeli)

a = *unstandardized coefficient* β

b = konstanta

X_1 = Usia

X_2 = IPK

X_3 = Uang saku (Rp)

X_4 = Besar keluarga (org)

X_5 = Pendapatan orangtua (Rp)

X_6 = Jumlah sumber informasi

X_7 = Pengetahuan

X_8 = Sikap

X_9 = Alokasi uang membeli buku (Rp)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Contoh

Menurut Hurlock (1980), mahasiswa termasuk usia yang memasuki kriteria remaja akhir dan masa dewasa awal. Hasil penelitian menunjukkan usia contoh antara 17 tahun hingga 23 tahun. Sebagian besar contoh berada pada masa usia dewasa awal. Agama contoh mayoritas adalah Islam, hal ini diperkirakan karena Indonesia merupakan negara dengan jumlah muslim yang sangat besar. Agama dapat dijadikan batasan konsumen dalam berperilaku, misalnya halal atau haram suatu produk atau jasa tersebut. Contoh pada penelitian ini menyatakan bahwa hampir dari seluruh contoh mendapatkan uang saku yang bersumber dari orangtua. Sebaran uang saku per bulan contoh antara Rp 100.000,00 hingga Rp 2.400.000,00.

Karakteristik Keluarga Contoh

Menurut BKKBN (1998), keluarga contoh dapat dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu keluarga kecil, sedang, dan besar (Tabel 2). Pada penelitian ini jumlah anggota keluarga berkisar antara 2-12 orang. Lebih dari separuh contoh merupakan keluarga sedang. Pendidikan orangtua mampu mempengaruhi nilai-nilai yang dianut, cara berfikir, cara pandang, mendidik, dan mengasuh anaknya mengenai suatu masalah. Pendidikan terakhir orangtua

terbanyak adalah tamat Akademi/Perguruan Tinggi/ sederajat.

Tabel 1. Sebaran contoh berdasarkan karakteristik individu

Keterangan	Jumlah	
	n	%
Usia		
Remaja Akhir	26	13,0
Dewasa Awal	174	87,0
Total	200	100,0
Agama		
Islam	190	95,0
Kristen	9	4,5
Hindu	1	0,5
Total	200	100,0
Semester		
2	42	21,0
4	48	24,0
6	54	27,0
8	56	28,0
Total	200	100,0
Jalur masuk IPB		
USMI	132	66,0
SPMB	54	27,0
BUD	14	7,0
Total	200	100,0
IPK		
Rendah (0,00-2,00)	3	1,5
Sedang (2,01-2,75)	64	32,0
Tinggi (>2,75)	133	66,5
Total	200	100,0
Uang saku		
Kecil (Rp.0-Rp 500.000)	38	19,0
Sedang (Rp 500.000 - Rp 1.000.000)	150	75,0
Besar (>Rp 1.000.000)	12	6,0
Total	200	100,0

Sumarwan (2002) menyebutkan bahwa pendidikan akan menentukan jenis pekerjaan yang dilakukan konsumen. Hampir sebagian besar pekerjaan ayah merupakan Pegawai Negeri Sipil (41,7%). Lebih dari separuh ibu contoh adalah Ibu Rumah Tangga atau tidak bekerja (52,5%). Ibu yang tidak bekerja lebih memfokuskan diri terhadap keluarga dan pengurusan rumah tangga di bidang domestik. Sumarwan (2002) menjelaskan bahwa pendapatan merupakan imbalan yang diterima oleh seseorang dari pekerjaan yang dilakukannya untuk mencari nafkah yang biasanya dalam bentuk uang. Pendapatan orangtua berkisar antara Rp 0,00 hingga mencapai Rp 10.000.000,00. Proporsi terbesar (34%) pendapatan orangtua contoh adalah masuk kategori rendah (antara Rp 1.000.000,00 sampai Rp 2.000.000,00). Tidak ada perbedaan yang signifikan karakteristik keluarga contoh laki-laki dan perempuan.

Tabel 2. Sebaran contoh berdasarkan karakteristik keluarga

Keterangan	Jumlah	
	n	%
Besar Keluarga		
Kecil (≤ 4 orang)	66	33,0
Sedang (5-7 orang)	112	56,0
Besar (> 7 orang)	22	11,0
Total	200	100,0
Pendidikan terakhir ayah		
Tidak Sekolah	8	4,0
Tamat SD/Sederajat	24	12,0
Tamat SMP/Sederajat	4	2,0
Tamat SMA/Sederajat	62	31,0
Tamat Akedemi/PT/ Sederajat	102	51,0
Total	200	100,0
Pendidikan terakhir ibu		
Tidak Sekolah	10	5,1
Tamat SD/Sederajat	26	13,1
Tamat SMP/Sederajat	22	11,1
Tamat SMA/Sederajat	66	33,3
Tamat Akademi/PT/ Sederajat	74	37,4
Total	198	100,0
Pekerjaan ayah		
Tidak Bekerja	10	5,2
Pegawai Swasta	24	12,5
Wiraswasta	42	21,9
Petani	11	5,7
PNS	80	41,7
Pensiun	15	7,8
Lain-Lain	10	5,2
Total	192	100,0
Pekerjaan ibu		
Tidak Bekerja/I RT	103	52,6
Pegawai Swasta	11	5,6
Wiraswasta	21	10,7
Petani	3	1,5
PNS	56	28,6
Pensiun	2	1,0
Total	196	100,0
Pendapatan orangtua		
Sangat rendah ($< Rp 1$ juta)	38	19,0
Rendah (Rp 1-2 juta)	68	34,0
Sedang (Rp 2-3 juta)	37	18,5
Tinggi (Rp 3-4 juta)	27	13,5
Sangat tinggi ($> Rp 4$ juta)	30	15,0
Total	200	100,0

Kebiasaan Membaca

Perilaku membaca adalah tindakan yang langsung terlibat dalam kegiatan membaca meliputi pemilihan jenis bacaan yang dibaca, jumlah buku dan sejenisnya yang dibaca, dan frekuensi membaca (Akbar 2008). Hampir seluruh (95,5%) contoh membaca buku dalam tiga bulan terakhir. Buku yang dibaca terdiri dari berbagai macam jenis, seperti buku teks/penunjang kuliah, novel, motivasi, sejarah, komik, dan lainnya.

Frekuensi membaca buku setiap orang berbeda-beda, tergantung pada minat, kemampuan, dan kebiasaan contoh untuk membaca buku. Tabel 3 menunjukkan bahwa sekitar 33,5% contoh menyebutkan bahwa mereka membaca buku dalam waktu dua hingga tiga hari sekali. Setiap orang memiliki waktu khusus untuk membaca buku agar nyaman. Lebih dari separuh contoh merasa nyaman membaca buku ketika mengisi waktu luang. Hasil tersebut serupa dengan penelitian Astiwi (2007), bahwa waktu yang nyaman bagi contoh untuk membaca majalah remaja adalah 82,6% pada waktu yang tidak tentu.

Tabel 3. Sebaran contoh berdasarkan kebiasaan membaca buku

Keterangan	Jumlah	
	n	%
Frekuensi membaca buku		
Setiap hari	47	24,6
2-3 hari sekali	64	33,5
Satu minggu sekali	47	24,6
Tidak tentu	23	12,0
Lain-lain	10	5,2
Total	191	100,0
Waktu yang nyaman membaca buku		
Pagi hari	32	16,0
Sore hari	12	6,0
Malam hari	70	35,0
Tidak tentu	126	63,0
Lain-Lain	2	1,0

Perilaku Membeli Buku

Kebutuhan seseorang untuk memiliki suatu produk akan mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut. Lebih dari separuh contoh (59%) menyatakan bahwa mereka membeli buku dalam tiga bulan terakhir. Hampir seluruh contoh tidak menentukan waktu yang rutin untuk membeli buku. Alasan yang contoh kemukakan adalah aksidental. Tempat yang strategis dan mudah dijangkau dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk. Sebagian besar contoh (75,4%) membeli buku di toko buku. Alokasi uang contoh untuk membeli buku dalam tiga bulan terakhir berkisar antara Rp 0 sampai dengan Rp 300.000,00. Sebagian besar contoh (63,6%) dalam mengalokasikan uang untuk membeli buku termasuk dalam kategori sedang (antara Rp 50.000,00 sampai dengan Rp 100.000,00).

Tabel 4. Sebaran contoh berdasarkan perilaku membeli buku

Keterangan	Jumlah	
	n	%
Frekuensi Membeli Buku		
Seminggu sekali	1	0,8
Sebulan sekali	20	16,9
Tidak tentu (>1 bulan)	97	82,2
Total	118	100,0
Tempat Membeli Buku		
Toko buku	89	75,4
Kios buku	22	18,6
Pedagang kaki lima	24	20,3
Lain-lain	19	16,1
Alokasi uang untuk membeli buku		
Tidak Menganggarkan	17	14,4
Rendah (< Rp 50.000)	17	14,4
Sedang (Rp 50.000-100.000)	75	63,6
Tinggi (> Rp 100.000)	9	7,6
Total	118	100,0

Pengetahuan dan Sikap Terhadap Buku Bajakan

Pengetahuan merupakan informasi yang disimpan dalam bentuk ingatan yang menjadi penentu utama perilaku konsumen (Engel *et al.* 1994). Hampir dari separuh contoh (48,5%) memiliki pengetahuan dengan kriteria sedang. Perbedaan tingkat pengetahuan contoh dapat digunakan untuk menterjemahkan informasi baru dan membuat pilihan pembelian yang berbeda pula.

Sikap adalah gambaran perasaan dari seorang konsumen, dan perasaan tersebut akan direfleksikan oleh perilakunya (Schiffman & Kanuk 1994). Tabel 5 menunjukkan sebagian besar (80,5%) contoh memiliki sikap netral terhadap buku bajakan.

Tabel 5. Sebaran contoh berdasarkan tingkat pengetahuan dan sikap terhadap buku bajakan

Keterangan	Jumlah	
	n	%
Pengetahuan		
Rendah	73	36,5
Sedang	97	48,5
Tinggi	30	15,0
Total	200	100,0
Sikap		
Negatif	24	12,0
Netral	161	80,5
Positif	15	7,5
Total	200	100,0

Menurut Sumarwan (2002) sikap netral adalah salah satu karakteristik *valance* dari sikap, yakni tiga dimensi sikap positif, netral

dan negatif. Diduga pada kategori netral ini contoh memiliki tingkat kecenderungan resisten yang mudah berubah ke arah sikap positif atau negatif. Perubahan tersebut dapat dipengaruhi oleh keyakinan sikap, konsistensi sikap, pengetahuan, perasaan, dan situasi (Sumarwan 2002).

Perilaku Membeli Buku Bajakan

Pembelian dipengaruhi pengenalan kebutuhan yang terdiri dari berbagai faktor baik individu, lingkungan atau situasi. Sebagian besar contoh membeli buku bajakan (75,0%) pada satu tahun terakhir. Besar uang yang dianggarkan contoh untuk membeli buku bajakan antara Rp 0 hingga Rp 500.000,00, dan hampir separuh contoh (47,3%) termasuk ke dalam kriteria rendah. Sebagian besar contoh menyebutkan tempat membeli buku bajakan adalah kios sekitar kampus. Alasan yang paling banyak dipilih konsumen (78,0%) dalam membeli buku bajakan adalah buku bajakan memiliki harga yang murah. Contoh yang menyatakan akan tetap membeli buku bajakan walaupun contoh mengetahui bahwa hal tersebut dilarang oleh negara dan agama sebesar 90,7%. Sebagian besar contoh (77,3%) membeli buku bajakan berupa buku penunjang kuliah (*textbook*).

Tabel 6. Sebaran contoh berdasarkan perilaku membeli buku bajakan

Keterangan	Jumlah	
	n	%
Membeli buku bajakan dalam 1 tahun terakhir		
Sedikit (1-5)	128	85,3
Sedang (6-10)	17	11,3
Banyak (>11)	5	3,4
Total	150	100,0
Alokasi uang untuk membeli buku bajakan		
Tidak Menganggarkan	32	21,3
Rendah (<Rp 50.000,00)	71	47,3
Sedang (Rp 50.000,00-Rp 100.000,00)	33	22,0
Tinggi (>Rp 100.000,00)	14	9,3
Total	150	100,0
Tempat membeli buku bajakan		
Kios di sekitar kampus	118	78,7
Kios di stasiun kereta	19	12,7
Kwitang	20	13,3
Lain-lain	19	12,7
Alasan membeli buku bajakan		
Harga relatif murah	117	78,0
Cetakan bagus	8	5,3
Mudah didapat	69	46,0
Buku asli yang langka	47	31,3
Lain-lain	20	13,3

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sikap terhadap Buku Bajakan

Nilai koefisien determinasi yang telah disesuaikan pada model yang telah disusun sebesar 0,144. Hal ini berarti sebanyak 14,4% variabel dependen persepsi dijelaskan oleh variabel independennya, dan sisanya (85,6%) dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

Usia (0,023) berpengaruh nyata dengan nilai signifikan $\alpha < 0,05$. Variabel independen yang berpengaruh secara signifikan pada $\alpha < 0,01$ adalah alokasi uang (0,007), pengetahuan (0,002), dan *control belief* (0,000). Perhitungan koefisien regresi linear untuk mengetahui faktor yang berpengaruh terhadap persepsi yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = 26,506 + 2,015X_1 - 0,997X_2 - 0,387X_3 + 4,41E-07X_4 + 0,672X_5 - 0,502X_6 + 3,66E-05X_7 - 0,928X_8 + 1,198X_9 - 4,586D_1$$

Keterangan:

Y = sikap terhadap buku bajakan

a = *unstandardized coefficient* β

X₁ = Usia (tahun)

X₂ = Semester

X₃ = Besar keluarga (org)

X₄ = Pendapatan orangtua (Rp)

X₅ = Frekuensi membaca

X₆ = Frekuensi membeli buku

X₇ = Alokasi uang membeli buku (Rp)

X₈ = Jumlah sumber informasi

X₉ = Pengetahuan

D₁ = *Control belief* (0=tidak, 1=ya)

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Membeli Buku Bajakan

Hasil menunjukkan R² (0,634) dari regresi logistik sebesar 63,4%. Hal ini menunjukkan 3,4% variabel yang diinput mempengaruhi perilaku membeli buku bajakan. Sisanya dipengaruhi dari variabel diluar penelitian sebesar 36,6%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap berhubungan negatif terhadap perilaku pembelian buku bajakan. Jika seseorang memiliki sikap positif terhadap perilaku pembelian buku bajakan adalah perbuatan yang salah, maka peluang untuk membeli buku bajakan tersebut akan menurun. Sikap adalah gambaran perasaan dari seorang konsumen, dan perasaan tersebut akan direfleksikan oleh perilakunya. Terlihat bahwa terdapat inkonsistensi antara sikap dan perilaku, yakni sikap contoh yang cenderung netral. Hal ini menegaskan bahwa faktor situasi akan menyebabkan

inkonsistensi sikap. Seseorang yang menyatakan bahwa membeli buku bajakan adalah perbuatan yang salah, namun ia tetap membeli buku bajakan tersebut. Faktor daya beli atau kemudahan untuk memperoleh menyebabkan tidak konsistennya antara sikap dan perilaku.

Faktor yang mempengaruhi perilaku membeli buku bajakan yang dianalisis dengan menggunakan persamaan regresi logistik dapat dirumuskan dalam bentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$\ln \frac{p}{1-p} = -0,697 + 0,436X_1 - 0,234X_2 + 0,000X_3 - 0,058X_4 + 0,000X_5 + 0,280X_6 - 0,296X_7 - 0,078X_8 + 0,001X_9$$

$$\frac{p}{1-p} = e^{(-0,697 + 0,436X_1 - 0,234X_2 + 0,000X_3 - 0,058X_4 + 0,000X_5 + 0,280X_6 - 0,296X_7 - 0,078X_8 + 0,001X_9)}$$

Keterangan:

Y = Peluang perilaku membeli buku bajakan

(0=tidak membeli, 1=membeli)

a = *unstandardized coefficient* β

X₁ = Usia

X₂ = IPK

X₃ = Uang saku (Rp)

X₄ = Besar keluarga (org)

X₅ = Pendapatan orangtua (Rp)

X₆ = Jumlah sumber informasi

X₇ = Pengetahuan

X₈ = Sikap

X₉ = Alokasi uang membeli buku (Rp)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Sebagian besar contoh membeli buku bajakan dalam satu tahun terakhir. Hampir seluruh contoh menyebutkan telah membeli buku bajakan antara satu hingga lima buku. Hampir sebagian contoh memiliki alokasi uang membeli buku bajakan kriteria rendah. Sebagian besar contoh menyatakan bahwa mereka membeli buku bajakan di daerah sekitar kampus. Teman adalah salah satu sumber informasi mengenai buku bajakan yang terbesar. Hampir dari separuh contoh memiliki pengetahuan dengan kriteria sedang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat inkonsistensi antara sikap dan perilaku, yakni sikap contoh yang cenderung netral. Sehingga faktor situasi akan menyebabkan inkonsistensi sikap. Seseorang yang menyatakan bahwa membeli buku bajakan adalah perbuatan yang salah,

namun ia tetap membeli buku bajakan tersebut. Faktor daya beli atau kemudahan untuk memperoleh menyebabkan tidak konsistennya antara sikap dan perilaku. Faktor yang mempengaruhi sikap terhadap buku bajakan adalah usia, jumlah sumber informasi, pengetahuan, dan *control believe*. Faktor yang mempengaruhi perilaku membeli buku bajakan adalah sikap.

Saran

Mahasiswa sebagai seorang yang berintelektual sebaiknya membiasakan diri membaca buku tidak sebatas mengisi waktu luang, melainkan kebutuhan untuk menambah pengetahuan. Disamping itu, untuk mengurangi perilaku mahasiswa dalam membeli buku bajakan hendaknya IPB sebagai lembaga pendidikan agar dapat menambah koleksi buku perpustakaan untuk membantu mahasiswa memenuhi kebutuhan akan buku penunjang kuliah.

Pihak penerbit buku agar memperbanyak buku dengan penentuan harga yang mudah dijangkau oleh konsumen dari berbagai segmentasi pasar dan dapat melihat peluang besar bahwa Perguruan Tinggi merupakan pasar yang besar untuk penjualan buku. Pemerintah meningkatkan kebijakan subsidi kebutuhan buku bagi komunitas pendidikan, khususnya mahasiswa, karena dana APBN untuk pendidikan besar (20%).

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar I. 2008. Analisis Faktor yang Berhubungan dengan Perilaku Membaca dan Tingkat Kepuasan Remaja terhadap Penerbit Komik Jepang (*Manga*) [skripsi]. Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Anonim. 2008. *Omzet Penjualan Buku Bajakan Diperkirakan 10 Persen*. [terhubung berkala]. <http://www.kompas.com/kompasceetak/0210/28/JATIM/omze50.htm> [16 Januari 2009].
- Astiwi H. 2007. Pola Membaca Remaja dan Pengaruhnya terhadap Perilaku Membaca (Kasus Siswa SMUN 2 Bogor, Jawa Barat) [skripsi]. Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Engel JF, Blackwell RD, Miniard PW. 1994. *Perilaku Konsumen Jilid 1*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Hurlock EB. 1980. *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Schiffman LG, Kanuk LL. 1994. *Consumer Behaviour*. Englewoods Cliffs: Prentice-Hall.
- Sumarwan U. 2002. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Umar H. 2003. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

* Korespondensi:
Telp : +62-251 8628303
Email : istiqlaliyah@yahoo.com