

DAFTAR PUSTAKA

- Adzani, C., & Sukendro, G. G. (2020). "Representasi Konsep Diri Remaja Perempuan Pembaca Buku Sebuah Seni Untuk Bersikap Bodo Amat dari Mark Manson". *Koneksi*, 4(2), 200-206. Diperoleh dari <https://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi/article/view/8090>
- Aminullah, M., & Ali, M. (2020). "Konsep Pengembangan Diri Dalam Menghadapi Perkembangan Teknologi Komunikasi Era 4.0". *Komunike*, 12(1), 1-23. Diperoleh dari <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/komunike/article/view/2243>
- As'ad, Moh, 2002. *Psikologi Industri* (Edisi Ke-empat). Yogyakarta: Liberty.
- Atmoko, A. D., Munir, Z., & Ramadhan, G. (2019). "Pengaruh Menonton Tayangan Televisi Terhadap Perilaku Agresif Pada Anak Prasekolah". *Jurnal Keperawatan Profesional*, 7(1). Diperoleh dari <https://ejournal.unuja.ac.id/index.php/jkp/article/view/509>
- B. E, Damanik. (2018). "Pengaruh Motivasi Dan Pengembangan Diri Terhadap Prestasi Kerja Dosen". *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (EK & BI)*, 20-28. Diperoleh dari <http://jurnal.murnisadar.ac.id/index.php/EKBI/article/view/42>
- Bungin, Burhan. (2017). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Edisi Kedua). Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Endah, Wijayanti. 2021. *Ulasan Buku Siapa yang Datang Ke Pemakamanku Saat Aku Mati Nanti?* (<https://www.fimela.com/lifestyle/read/4513311/ulasan-buku-siapa-yang-datang-ke-pemakamanku-saat-aku-mati-nanti>, diakses 3 November 2021 pukul 16.30 WITA).
- F. A, Dharma. (2017). "Dialektika Komunikasi Intrapersonal: Mengkaji Pesona Komunikasi Dengan Diri Sendiri". *Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 2(1), 25-44. Diperoleh dari <https://ejournal.iainsurakarta.ac.id/index.php/al-balagh/article/view/483>
- Firmanto, Riski. 2021. *Efek Media Massa Menurut Robert dan McQuail* (<https://jurnal.diary.co.id/efek-media-massa/>, diakses pada 10 Mei 19.00 WITA)

- Fitriansyah, F. (2018). "Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak (Studi Deskriptif Pengguna Media Sosial dalam Membentuk Perilaku Remaja". *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 18(2), 171-178. Diperoleh dari <https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/cakrawala/article/view/4228>
- Hamid, S., A. (2016). "Pengaruh Media Massa terhadap Perubahan Sosial Masyarakat". *E-Bangi*, 11, 214-226. Diperoleh dari <https://scholar.google.com/citations?user=7QOgvh4AAAAJ&hl=id>
- Harususilo, Y, E. 2021. *Kepala Perpustakaan: Indeks Kegemaran Indonesia 2020 Masuk Kategori Sedang*. (<https://www.kompas.com/edu/read/2021/02/02/203054871/kepalaperpustakaan-indeks-kegemaran-baca-indonesia-2020-masuk-kategori-sedang?page=all>, diakses 30 Maret 2021 pukul 17.51 WITA)
- Ivony. 2017. *Teori S-O-R (Teori Stimulus Organism Respons)*. (<https://pakarkomunikasi.com/teori-sor>, diakses 3 Mei pukul 19.20 WITA)
- Lumencia, B. (2019). *Pengaruh Daya Tarik Bookstagrammer terhadap Minat Beli Buku (Studi pada Followers Akun Instagram @feanoreads)*. (Disertasi). Yogyakarta: Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta.
- Mahendra, B. (2017). "Eksistensi sosial remaja dalam Instagram (sebuah perspektif komunikasi)". *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(1), 151-160. Diperoleh dari <https://publikasi.mercubuana.ac.id/files/journals/16/articles/1649/submission/original/1649-3678-1-SM.pdf>
- Masni, H. (2017). *Strategi Meningkatkan Motivasi Belajar Mahasiswa*. *Jurnal Ilmiah Dikdaya*, 5(1), 34-45.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pakdosen. 2018. *Komunikasi Intrapersonal*. (<http://repository.unpas.ac.id/41530/2/bab%202%20spg.pdf>, diakses 13 Mei 2022 pukul 13.30 WITA)
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi". *Jurnal Common*, 3(1), 71-80. Diperoleh dari <https://ojs.unikom.ac.id/7/index.php/common/article/view/1950/1307>
- Pravitasari, L. D. A. (2019). *Person deixis as persuasion in self-improvement book: the 7 habits of highly effective people*. (Disertasi). Malang: Universitas Negeri Malang.
- R, Rahmania. (2019). "Komunikasi Intrapersonal dalam Komunikasi Islam". *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 2(1), 77-90.

Diperoleh dari <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/peurawi/article/view/5072>

Riadi, Muchlisin. 2020. *Pengembangan Diri (Pengertian, Tujuan, Fungsi, Bentuk, dan Pelaksanaan)* (<https://www.kajianpustaka.com/2020/06/pengembangan-diri.html>, diakses pada 5 Mei 2022 pukul 14.25 WITA)

Romli, Khomsahrial. 2017. *Komunikasi Massa*. Jakarta: Grasindo.

Saleh, G., & Pitriani, R. (2018). “Pengaruh Media Sosial Instagram dan WhatsApp Terhadap Pembentukan Budaya Alone Together”. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 103-114. Diperoleh dari <https://journal.untar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/2673/1708>

Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). “Komunikasi dan media sosial”. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69. Diperoleh dari https://www.researchgate.net/profile/AstariClaraSari/publication/329998890_KOMUNI_KASI_DAN_MEDIA_SOSIAL/links/5c2f3d83299bf12be3ab90d2/KOMUNIKASI-DAN-MEDIA-SOSIAL.pdf

Setiawan, Samhis. 2022. *Media Massa – Pengertian, Jenis, Karakteristik, Fungsi, Peran, Faktor, Dampak, Contoh* (<https://www.gurupendidikan.co.id/media-massa/>, diakses 10 Mei 2022 pukul 17.10 WITA)

U, Khairina. (2019). “Content Communities Bookstagrammer Indonesia sebagai Media Komunikasi Pecinta Buku di Indonesia”. *At-Tanzir: Jurnal Ilmiah Prodi Komunikasi Penyiaran Islam*, 74-90. Diperoleh dari <https://ejournal.staindirundeng.ac.id/index.php/tanzir/article/view/288>

Widyarini, M. N. 2013. *Kunci Pengembangan Diri*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Wulan, R. (1999). “Nonton Televisi dan Aktivitas Membaca pada Anak”. *Buletin Psikologi*, 7(1). Diperoleh dari <https://jurnal.ugm.ac.id/buletinpsikologi/article/view/7402>

Zulvi, N. I., & Esfandari, D. A. (2021). “Studi Fenomenologi Motif Bookstagrammer Indonesia”. *eProceedings of Management*, 8(3). Diperoleh dari <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/15016/14916>

LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian

Hubungan Membaca Buku *Siapa yang Datang ke Pemakamanku Saat Aku Mati Nanti?* dan Motivasi Pengembangan Diri Pembaca di Kalangan Bookstagram Indonesia

1. Nama

.....

2. Jenis Kelamin

- 1) Laki-laki
- 2) Perempuan

3. Usia

- 1) <15 tahun
- 2) 16-20 tahun
- 3) 21-25 tahun
- 4) 26-30 tahun
- 5) 31-35 tahun
- 6) >36 tahun

4. Sejak kapan Anda mengikuti akun tersebut?

- 1) 2017
- 2) 2018
- 3) 2019
- 4) 2020
- 5) 2021
- 6) 2022

5. Mengapa Anda memilih untuk mengikuti akun tersebut?

- 1) Tertarik dengan dunia perbukuan
- 2) Ingin berjejaring dengan bookstagram lainnya
- 3) Mencari referensi dan rekomendasi bacaan
- 4) Lainnya...

6. Apakah Anda pernah mengulas buku "Siapa yang Datang ke Pemakamanku Saat Aku Mati Nanti" di akun Instagram / Bookstagram Anda?
 - 1) Ya
 - 2) Tidak

7. Dari mana Anda mengetahui buku ini?
 - 1) Keluarga / teman / kerabat
 - 2) Media sosial (Instagram, Twitter, TikTok, Facebook, dsb)
 - 3) Di toko buku
 - 4) Lainnya...

8. Mengapa Anda tertarik untuk membaca buku ini?
 - 1) Sinopsisnya menarik
 - 2) Merupakan penulis favorit
 - 3) Sampul bukunya menarik
 - 4) Direkomendasikan oleh orang lain
 - 5) Lainnya...

9. Kapan pertama kali Anda membaca buku ini?
 - 1) 2020
 - 2) 2021
 - 3) 2022

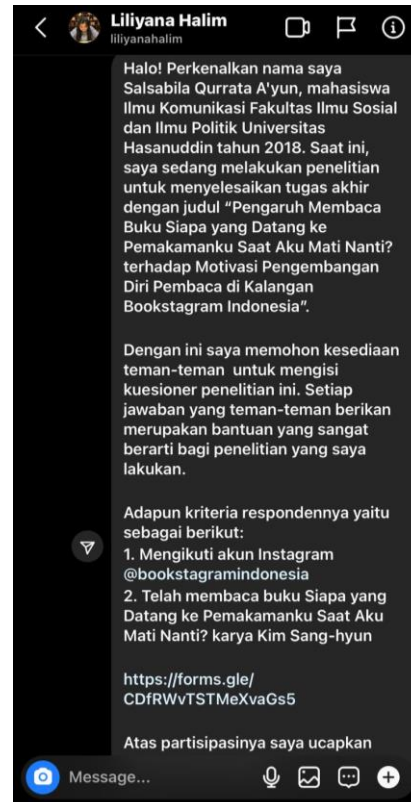
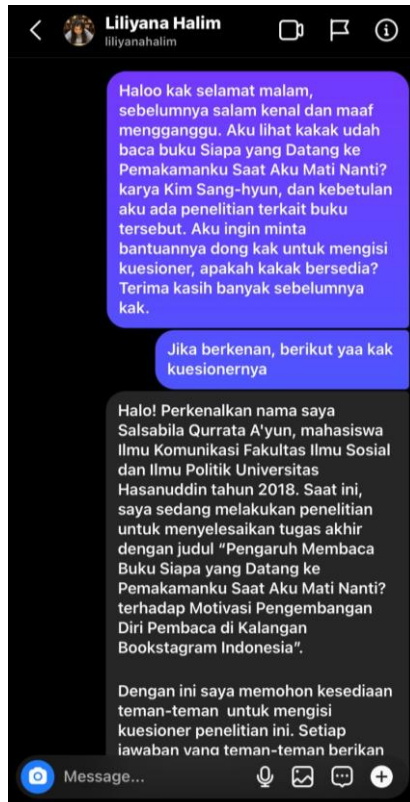
10. Berapa kali Anda telah membaca buku ini sampai selesai?
 - 1) 1 kali (Rendah)
 - 2) 2-3 kali (Sedang)
 - 3) >4 (Tinggi)

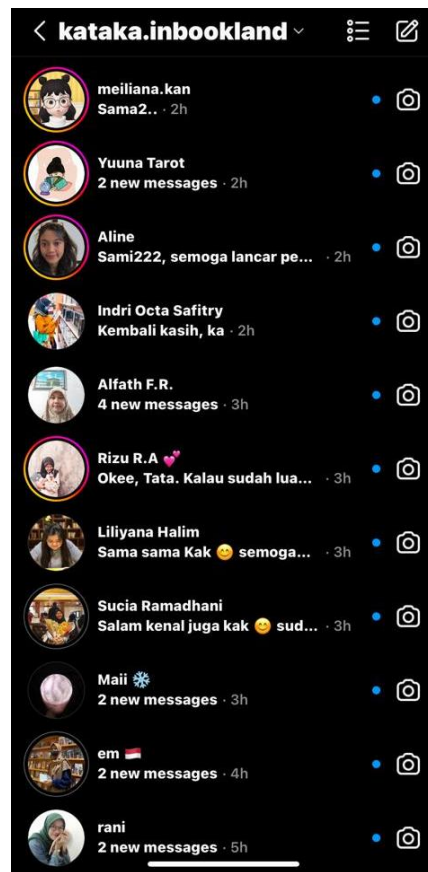
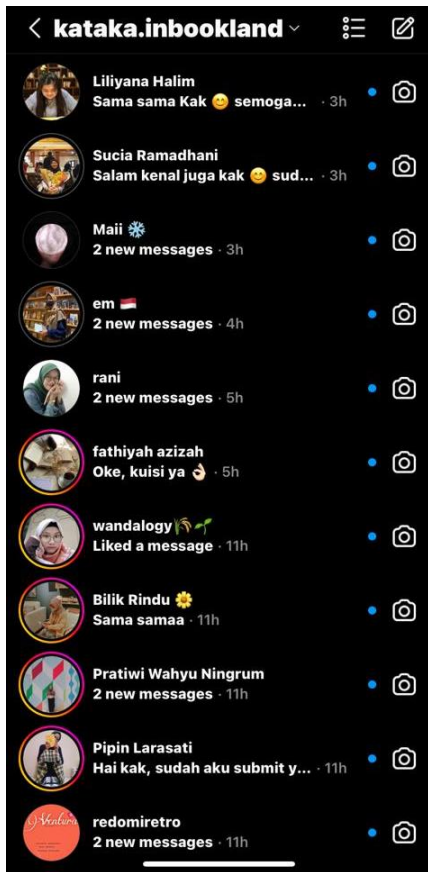
11. Berapa rentang waktu yang Anda gunakan untuk membaca buku ini?
 - 1) <1 kali dalam sehari (Rendah)
 - 2) 2-3 kali dalam sehari (Sedang)
 - 3) >3 kali dalam sehari (Tinggi)

12. Saya memahami isi buku "Siapa yang Datang ke Pemakamanku Saat Aku Mati Nanti"
 - 1) Sangat Tidak Setuju
 - 2) Tidak Setuju
 - 3) Setuju
 - 4) Sangat Setuju

13. Saya merasa tersentuh setelah membaca buku tersebut
- 1) Sangat Tidak Setuju
 - 2) Tidak Setuju
 - 3) Setuju
 - 4) Sangat Setuju
14. Saya merasa dekat dan relate dengan isi buku tersebut
- 1) Sangat Tidak Setuju
 - 2) Tidak Setuju
 - 3) Setuju
 - 4) Sangat Setuju
15. Setelah membaca buku tersebut, saya memiliki keinginan untuk mengembangkan diri
- 1) Sangat Tidak Setuju
 - 2) Tidak Setuju
 - 3) Setuju
 - 4) Sangat Setuju
16. Keinginan tersebut kemudian berhasil mendorong saya untuk mengembangkan diri
- 1) Sangat Tidak Setuju
 - 2) Tidak Setuju
 - 3) Setuju
 - 4) Sangat Setuju
17. Pengembangan diri yang saya lakukan guna membentuk saya menjadi pribadi yang lebih baik
- 1) Sangat Tidak Setuju
 - 2) Tidak Setuju
 - 3) Setuju
 - 4) Sangat Setuju
18. Adanya keinginan dan motivasi untuk mengembangkan diri melahirkan perubahan perilaku pada diri saya
- 1) Sangat Tidak Setuju
 - 2) Tidak Setuju
 - 3) Setuju
 - 4) Sangat Setuju

Penyebaran Kuesioner di Instagram





RESPONDEN SKRIPSI

Akun	Follow	Link	Postingan Only	Ulasan	Send	Done
@bukunyavenus	✓	https://www.instagram.com/p/CRIAlqEQt5/?utm_source=ig_web_copy_link	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
@justphantom_	✓	https://www.instagram.com/p/CV2UrXsYlCz/?utm_source=ig_web_copy_link	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
@awanaread	✓	https://www.instagram.com/p/CV8_BupB7ES/?utm_source=ig_web_copy_link	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
@nindyaw	✓	https://www.instagram.com/p/CMztdtRHNYw/?utm_source=ig_web_copy_link	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
@situkangbaca	✓	https://www.instagram.com/p/CZKZJ6vP8CP/?utm_source=ig_web_copy_link	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
@rrandattapak	✓	https://www.instagram.com/p/CeI9XN_PsWVR/?utm_source=ig_web_copy_link	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
@chapterverse_	✓	https://www.instagram.com/p/CeJyUGTpwXf/?utm_source=ig_web_copy_link	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
@zh_naufal	✓	https://www.instagram.com/p/CeJAz1B3Va/?utm_source=ig_web_copy_link	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
@arumbashef	✓	https://www.instagram.com/p/CdsiGByGH4/?utm_source=ig_web_copy_link	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
@panpanda24	✓	https://www.instagram.com/p/Cd2-28XhZd/?utm_source=ig_web_copy_link	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
@suciaramadhani	✓	https://www.instagram.com/p/CdnHYHQFsXq/?utm_source=ig_web_copy_link	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
@rth_reads	✓	https://www.instagram.com/p/Cdm8EEpPxtL/?utm_source=ig_web_copy_link	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
@may_s24	✓	https://www.instagram.com/p/CdtdmUhm2e/?utm_source=ig_web_copy_link	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
@diavanillakim	✓	https://www.instagram.com/p/CdF4nOptMQ/?utm_source=ig_web_copy_link	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
@perpustakaanua	✓	https://www.instagram.com/p/Ccg66G0v3Q/?utm_source=ig_web_copy_link	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
@xocoffeegram id	✓	https://www.instagram.com/p/CcY1AdhXTU/?utm_source=ig_web_copy_link	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Penyebaran Kuesioner di Twitter



Tabel Frekuensi Responden

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	35	17.7	17.7	17.7
	Perempuan	162	81.8	81.8	99.5
	3	1	.5	.5	100.0
Total		198	100.0	100.0	

Usia Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16-20 tahun	23	11.6	11.6	11.6
	21-25 tahun	134	67.7	67.7	79.3
	26-30 tahun	32	16.2	16.2	95.5

31-35 tahun	8	4.0	4.0	99.5
>36 tahun	1	.5	.5	100.0
Total	198	100.0	100.0	

Sejak Kapan Mengikuti Akun @bookstagramindonesia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2017	4	2.0	2.0	2.0
	2018	17	8.6	8.6	10.6
	2019	27	13.6	13.6	24.2
	2020	47	23.7	23.7	48.0
	2021	45	22.7	22.7	70.7
	2022	58	29.3	29.3	100.0
	Total	198	100.0	100.0	

Mengapa Mengikuti Akun @bookstagramindonesia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tertarik dengan dunia perbukuan	88	44.4	44.4	44.4
	Ingin berjejaring dengan bookstagram lainnya	24	12.1	12.1	56.6
	Mencari referensi dan rekomendasi bacaan	80	40.4	40.4	97.0
	Lainnya	6	3.0	3.0	100.0
Total		198	100.0	100.0	

Pernah Mengulas Buku Ini

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	144	72.7	72.7	72.7
	Tidak	53	26.8	26.8	99.5
	3	1	.5	.5	100.0
	Total	198	100.0	100.0	

Dari Mana Mengetahui Buku Ini

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Keluarga/teman/kerabat	31	15.7	15.7	15.7
	Media sosial (Instagram, Twitter, Tiktok, Facebook, dsb)	145	73.2	73.2	88.9
	Di toko buku	17	8.6	8.6	97.5
	Lainnya	5	2.5	2.5	100.0
	Total	198	100.0	100.0	

Mengapa Tertarik Membaca Buku Ini

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sinopsisnya menarik	107	54.0	54.0	54.0
	Merupakan penulis favorit	8	4.0	4.0	58.1
	Sampul bukunya menarik	21	10.6	10.6	68.7
	Direkomendasikan oleh orang lain	39	19.7	19.7	88.4
	Lainnya	23	11.6	11.6	100.0
	Total	198	100.0	100.0	

Berapa Kali Membaca Buku Ini Sampai Selesai

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 kali = Rendah	123	62.1	62.1	62.1
	2-3 kali = Sedang	55	27.8	27.8	89.9
	>4 kali = Tinggi	19	9.6	9.6	99.5
	4	1	.5	.5	100.0
	Total	198	100.0	100.0	

Berapa Rentang Waktu yang Digunakan Untuk Membaca Buku Ini dalam Sehari

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<1 kali dalam sehari = Rendah	44	22.2	22.2	22.2
	2-3 kali dalam sehari = Sedang	99	50.0	50.0	72.2
	>3 kali dalam sehari = Tinggi	54	27.3	27.3	99.5
	4	1	.5	.5	100.0
	Total	198	100.0	100.0	

Memahami Isi Buku

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	31	15.7	15.7	15.7
	Tidak Setuju	41	20.7	20.7	36.4
	Setuju	54	27.3	27.3	63.6
	Sangat Setuju	72	36.4	36.4	100.0
	Total	198	100.0	100.0	

Merasa Tersentuh Setelah Membaca

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	38	19.2	19.2	19.2
	Tidak Setuju	37	18.7	18.7	37.9
	Setuju	57	28.8	28.8	66.7
	Sangat Setuju	66	33.3	33.3	100.0
	Total	198	100.0	100.0	

Merasa Dekat dan Relate dengan Isi Buku

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	41	20.7	20.7	20.7
	Tidak Setuju	35	17.7	17.7	38.4
	Setuju	60	30.3	30.3	68.7
	Sangat Setuju	62	31.3	31.3	100.0
	Total	198	100.0	100.0	

Memiliki Keinginan untuk Mengembangkan Diri

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	40	20.2	20.2	20.2
	Tidak Setuju	32	16.2	16.2	36.4
	Setuju	59	29.8	29.8	66.2
	Sangat Setuju	67	33.8	33.8	100.0
	Total	198	100.0	100.0	

Mendorong untuk Mengembangkan Diri

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	35	17.7	17.7	17.7
	Tidak Setuju	41	20.7	20.7	38.4
	Setuju	79	39.9	39.9	78.3
	Sangat Setuju	43	21.7	21.7	100.0
	Total	198	100.0	100.0	

Menjadi Pribadi yang Lebih Baik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	40	20.2	20.2	20.2
	Tidak Setuju	34	17.2	17.2	37.4
	Setuju	58	29.3	29.3	66.7
	Sangat Setuju	66	33.3	33.3	100.0
	Total	198	100.0	100.0	

Melahirkan Perubahan Prilaku

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	44	22.2	22.2	22.2
	Tidak Setuju	29	14.6	14.6	36.9
	Setuju	65	32.8	32.8	69.7
	Sangat Setuju	60	30.3	30.3	100.0
	Total	198	100.0	100.0	

Tabel Silang

**Berapa Kali Membaca Buku Ini Sampai Selesai * Mendorong untuk Mengembangkan Diri
Crosstabulation**

		Mendorong untuk Mengembangkan Diri				Total
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
Berapa Kali Membaca Buku Ini Sampai Selesai	1 kali = Rendah	19	26	52	26	123
	2-3 kali = Sedang	14	9	20	12	55
	>4 kali = Tinggi	2	5	7	5	19
	4	0	1	0	0	1
Total		35	41	79	43	198

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	8.003 ^a	9	.534
Likelihood Ratio	7.213	9	.615
Linear-by-Linear Association	.096	1	.756
N of Valid Cases	198		

Berapa Kali Membaca Buku Ini Sampai Selesai * Menjadi Pribadi yang Lebih Baik Crosstabulation

		Menjadi Pribadi yang Lebih Baik				Total
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
Berapa Kali Membaca Buku Ini Sampai Selesai	1 kali = Rendah	22	22	41	38	123
	2-3 kali = Sedang	15	9	9	22	55
	>4 kali = Tinggi	2	3	8	6	19

4	1	0	0	0	1
Total	40	34	58	66	198

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	12.456 ^a	9	.189
Likelihood Ratio	12.177	9	.203
Linear-by-Linear Association	.025	1	.874
N of Valid Cases	198		

Berapa Kali Membaca Buku Ini Sampai Selesai * Melahirkan Perubahan Prilaku Crosstabulation

		Melahirkan Perubahan Prilaku				
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Total
Berapa Kali Membaca	1 kali = Rendah	24	20	43	36	123
Buku Ini Sampai Selesai	2-3 kali = Sedang	16	6	16	17	55
	>4 kali = Tinggi	3	3	6	7	19
	4	1	0	0	0	1
Total		44	29	65	60	198

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	6.920 ^a	9	.645
Likelihood Ratio	6.413	9	.698
Linear-by-Linear Association	.096	1	.757
N of Valid Cases	198		

Berapa Rentang Waktu yang Digunakan Untuk Membaca Buku Ini dalam Sehari * Mendorong untuk Mengembangkan Diri Crosstabulation

		Mendorong untuk Mengembangkan Diri				Total
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
Berapa Rentang Waktu yang Digunakan Untuk Membaca Buku Ini dalam Sehari	<1 kali dalam sehari = Rendah	9	12	12	11	44
	2-3 kali dalam sehari = Sedang	14	18	46	21	99
	>3 kali dalam sehari = Tinggi	11	11	21	11	54
	4	1	0	0	0	1
Total		35	41	79	43	198

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	10.111 ^a	9	.342
Likelihood Ratio	9.040	9	.434
Linear-by-Linear Association	.080	1	.777
N of Valid Cases	198		

Berapa Rentang Waktu yang Digunakan Untuk Membaca Buku Ini dalam Sehari * Menjadi Pribadi yang Lebih Baik Crosstabulation

		Menjadi Pribadi yang Lebih Baik				Total
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
Berapa Rentang Waktu yang Digunakan Untuk Membaca Buku Ini dalam Sehari	<1 kali dalam sehari = Rendah	7	12	12	13	44
	2-3 kali dalam sehari = Sedang	19	15	26	39	99

>3 kali dalam sehari = Tinggi	14	6	20	14	54
4	0	1	0	0	1
Total	40	34	58	66	198

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	13.802 ^a	9	.130
Likelihood Ratio	12.186	9	.203
Linear-by-Linear Association	.291	1	.590
N of Valid Cases	198		

Berapa Rentang Waktu yang Digunakan Untuk Membaca Buku Ini dalam Sehari * Melahirkan Perubahan Prilaku Crosstabulation

		Melahirkan Perubahan Prilaku				Total
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
Berapa Rentang Waktu yang Digunakan Untuk Membaca Buku Ini dalam Sehari	<1 kali dalam sehari = Rendah	12	7	14	11	44
	2-3 kali dalam sehari = Sedang	19	14	34	32	99
	>3 kali dalam sehari = Tinggi	12	8	17	17	54
	4	1	0	0	0	1
Total		44	29	65	60	198

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	5.159 ^a	9	.820
Likelihood Ratio	4.675	9	.862
Linear-by-Linear Association	.155	1	.694
N of Valid Cases	198		

Uji Chi Square

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	75.824 ^a	54	.027
Likelihood Ratio	45.343	54	.793
Linear-by-Linear Association	.077	1	.782
N of Valid Cases	198		

Koefisien Korelasi

Symmetric Measures

		Value	Asymptotic Standard Error ^a	Approximate T ^b	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	.619			.027
	Cramer's V	.253			.027
	Contingency Coefficient	.526			.027
Interval by Interval	Pearson's R	.020	.069	.276	.783 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	.009	.072	.126	.900 ^c
N of Valid Cases		198			