

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA MENGGUNAKAN
PERPUSTAKAAN DI STIE WIDYA WIWAHA YOGYAKARTA**

TAHUN 2017

SKRIPSI



Oleh :

Nama : Abdul Rokhim

Nomor Mahasiswa : 14.111.4939

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha

Yogyakarta

2018

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA MENGGUNAKAN
PERPUSTAKAAN DI STIE WIDYA WIWAHA YOGYAKARTA**

TAHUN 2017

SKRIPSI



Oleh :

Nama : Abdul Rokhim

Nomor Mahasiswa : 14.111.4939

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha

Yogyakarta

2018

HALAMAN PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SKRIPSI DENGAN JUDUL:

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA MENGGUNAKAN
PERPUSTAKAAN DI STIE WIDYA WIWAHA YOGYAKARTA
TAHUN 2017**

Nama : Abdul Rokhim

Nomor Mahasiswa : 14.111.4939

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Yogyakarta, 22 Februari 2018

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing

Dra. Lukia Zuraida, MM.

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar keserjanaan disuatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan tidak disebutkan dalam Referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar saya sanggup menerima hukuman /saksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 22 Februari 2018

Penulis

Abdul Rokhim

HALAMAN MOTO

Tanpa Doa keberhasilan tidak dapat diraih hanya dengan kerja keras, dan kerja keras tak akan berhasil tanpa doa, sehingga keberhasilan dapat diraih karena kunci keberhasilan dari doa dan kerja keras...

**STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat**

HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya mempersembahkan karya ini untuk:

1. Bapak dan ibu yang saya cintai selalu memberikan dukungan untuk terus belajar kejenjang yang lebih baik
2. Seluruh keluarga yang telah memberikan perhatian dan dukungan kepada saya selama ini.
3. Kepada kepala unit pelayanan teknis perpustakaan STIE Widya Wiwaha, terimakasih atas dukungan selama proses penelitian
4. Untuk Staf Pendidik dan Kependidikan STIE Widya Wiwaha, Terimakasih atas waktu dan kesempatan telah menjadi bagian dari keluarga besar belajar banyak hal.
5. Untuk Seluruh pihak yang terlibat yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur selalu terpanjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat limpahan rahmat, hidayah dan inayah-Nya maka skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW.

Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Perpustakaan Di STIE Widya Wiwaha Yogyakarta Tahun 2017” ini disusun untuk memenuhi persyaratan kurikulum sarjana strata-1 (S-1) Pada Jurusan Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan dari berbagai pihak, untuk itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Drs. Muhammad Subhan, MM., selaku ketua di STIE Widya Wiwaha Yogyakarta.
2. Dra. Lukia Zuraida, MM., selaku pembimbing atas proses penyusunan tugas akhir.
3. Bapak Agung Slamet Prasetyo, SE.MM., beserta staf selaku unit pelayanan teknis perpustakaan STIE Widya Wiwaha atas ijin yang diberikan sehingga penulis dapat melakukan penelitian di Perpustakaan STIE Widya Wiwaha Yogyakarta.
4. Dosen STIE Widya Wiwaha atas ilmu dan pengarahan selama proses kuliah selama ini.
5. Teman-teman Jurusan Manajemen 2014 dan Akuntansi 2014 atas dukungan selama masa kuliah dan proses penyusunan tugas akhir ini.

Semoga amal kebaikan mereka mendapat imbalan yang setimpal dari Allah SWT. Aamiin.

Penulis Menyadari bahwa pembuatan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh Karena itu kritik dan saran yang membangun sangat

diharapkan guna menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti sendiri dan bagi yang membutuhkan.

Yogyakarta, 22 Februari 2018

Penulis

Abdul Rokhim

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA MENGGUNAKAN PERPUSTAKAAN DI STIE WIDYA WIWAHA YOGYAKARTA

TAHUN 2017

Oleh

Abdul Rokhim

141114939

Tingginya kebutuhan mahasiswa terkait sumber-sumber ilmu dan referensi menjadi alasan yang kuat untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan Perpustakaan STIE Widya Wiwaha. Perkembangan teknologi yang semakin maju juga menjadi sebuah tantangan bagi unit penyedia jasa informasi ini untuk terus membenahi sistem informasi yang telah tersedia. membentuk suatu perpustakaan yang dapat memuaskan mahasiswa akan keinginan dan harapan pengunjung tidaklah mudah, karena dalam pelaksanaannya sering terjadi masalah yang berbeda-beda. Permasalahan baik sarana dan prasarana hingga sumber daya manusia juga terjadi. Melalui pendekatan dimensi kualitas pelayanan terbagi menjadi lima faktor yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati diharapkan dapat memilah apakah posisi perpustakaan ini sudah memuaskan mahasiswa atau belum. Mengelompokan indikator-indikator yang ada dilapangan sesuai dengan lima dimensi kualitas layanan/jasa, kemudian melakukan menyebar kuesioner terhadap mahasiswa STIE Widya Wiwaha yang pernah menggunakan perpustakaan pada jam dan hari yang sudah ditentukan. Pengambilan dilakukan secara acak serta bebas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sejauh ini pelayanan yang diterima pengunjung belum memuaskan secara merata. Hal ini dilihat dari hasil pengujian analisis linier berganda menunjukkan bahwa bukti fisik memiliki nilai signifikan sebesar 0.00, keandalan memiliki nilai signifikan sebesar 0.890, Daya Tanggap memiliki nilai signifikan sebesar 0.064, Jaminan memiliki nilai signifikan sebesar 0.404, Empati memiliki nilai signifikan

sebesar 0.000. Tidak semua variabel memiliki pengaruh yang signifikan karena memiliki nilai lebih dari 0.05. meskipun hasil penelitian menunjukkan kepuasan yang tidak merata, alangkah baiknya kualitas pelayanan terus ditingkatkan agar kepuasan mahasiswa dapat dirasakan secara maksimal.

Kata kunci: Perpustakaan dimensi kualitas jasa

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

ABSTRACT

ANALYSIS OF EFFECT OF QUALITY

SATISFACTORY OF STUDENTS USE THE LIBRARY IN

YOGYAKARTA STIE WIDYA WIWAHA

YEAR 2017

By
Abdul Rokhim
141 114 939

high demand for student-related sources of knowledge and references be a strong reason to continue to improve the quality of library services STIE Widya Wiwaha. The development of increasingly advanced technology is also a challenge for the information service provider unit to continue to fix the information systems that have tersedia.membentuk a library that can satisfy the wishes and expectations of students will be the visitor is not easy, because in practice often a different matter. Problems both the means and prasarasan to human resources also occur. Through the dimensions of service quality approach is divided into five factors: physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy are expected to sort out whether the library position is satisfactory student or not. Classifying the existing indicators in the field according to the five dimensions of service quality / service, then do spread questionnaire to Widya Wiwaha STIE student who had used the library in the hours and days that have been determined. Capturing is done randomly and free. These results indicate that the service received so far has not been satisfactory evenly visitors. It is seen from the test results of multiple linear analysis shows that physical evidence has a significant value of 0:00, the reliability has a significant value of 0.890, responsiveness has a significant value of 0.064, Guarantees have significant value by 0404, Empathy has a significant value for 0000. Not all variables have a significant influence because it has more value than 0.05. although research shows that satisfaction is uneven, it is good quality of service to be improved so that the student satisfaction can be felt optimally.

Keywords: Libraries dimensions of service quality

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	i
Halaman Judul Skripsi	ii
Halaman Pengesahan	iii
Pernyataan Bebas Plagiarisme	iv
Halaman Moto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Abstrak	ix
<i>Abstract</i>	xi
Daftar Isi	xii
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran	xiv

BAB I Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Pertanyaan Masalah	5
1.4 Batasan Masalah	5
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	6

BAB II Landasan Teori

2.1. Hasil Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Pengertian Pemasaran	8
2.3. Jasa	9
2.4. Pemasaran Jasa.....	10
2.5. Bauran Pemasaran Jasa	11
2.6. Kualitas Jasa.....	16
2.7. Dimensi Kualitas Jasa	19
2.8. Kepuasan Pelanggan	21
2.9. Kerangka Berfikir	23
2.10. Hipotesis.....	23

BAB III Metode Penelitian

3.1. Profil Perpustakaan	25
3.2. Struktur Organisasi	26
3.3. Populasi Dan Sampel	26
3.3.1. Populasi	26

3.3.2. Sampel	26
3.4. Metode Pengambilan Data	27
3.5. Definisi Operasional	27
3.6. Metode Pengumpulan Data	30
3.7. Uji Instrumen Penelitian	31
3.7.1. Uji Validitas.....	31
3.7.2. Uji Reliabilitas.....	32
3.8. Uji Hipotesis	32
3.8.1. Regresi Linie Berganda	32
3.8.2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	33
3.8.3. Uji Signifikan Pengaruh Parsial (Uji T)	14
3.8.4. Uji Koefisiensi Determinasi	35

BAB IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan

4.1 Menghitung Sampel.....	36
4.2 Karakteristik Responden.....	36
4.2.1 Jenis Kelamin Mahasiswa	36
4.2.2 Berdasarkan Semester.....	37
4.2.3 Berdasarkan Jurusan	38
4.3 Uji Instrumen dan Data Penelitian.....	38
4.3.1 Uji Validitas.....	38
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	41
4.4 Analisis Hipotesis	41
4.4.1 Hasil Regresi Linier Berganda	41
4.4.2 Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	44
4.4.3 Uji Signifikan Pengaruh Parsial (Uji T)	45
4.4.4 Uji Koefisiensi Determinasi	50
4.5 Pembahasan Hipotesis	46

BAB V Penutup

5.1. Kesimpulan	55
5.2. Saran.....	55

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Perpustakaan.....	4
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Semester	37
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Jurusan.....	38
Tabel 4.4 Hasil Uji V Validitas Bukti Fisik.....	39
Tabel 4.5 Hasil Uji V Validitas Keandalan.....	39
Tabel 4.6 Hasil Uji V Validitas Daya Tanggap	39
Tabel 4.7 Hasil Uji V Validitas Jaminan	40
Tabel 4.8 Hasil Uji V Validitas Empati	40
Tabel 4.9 Hasil Uji V Validitas Kepuasan Mahasiswa	40
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	41
Tabel 4.11 Hasil Uji Linier Berganda.....	42
Tabel 4.12 Hasil Uji F Signifikan Simultan.....	45
Tabel 4.13 Hasil Uji T Bukti Fisik.....	4
Tabel 4.14 Hasil Uji T Keandalan.....	48
Tabel 4.15 Hasil Uji T Daya Tanggap	48
Tabel 4.16 Hasil Uji T Jaminan	49
Tabel 4.17 Hasil Uji T Empati	50
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep-konsep Inti Pemasaran	9
Gambar 2.2 Alur Kerangka Berfikir	23
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Perpustakaan STIE Widya Wiwaha.....	26

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Hasil Data Kuesioner

Lampiran 3 Uji Validitas

Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 5 Hasil Uji Linier Berganda

Lampiran 6 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perpustakaan Perguruan Tinggi adalah Perpustakaan yang merupakan bagian integral dari kegiatan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat dan berfungsi sebagai pusat sumber belajar untuk mendukung tercapainya tujuan pendidikan yang berkedudukan di perguruan tinggi.

Menurut UUD 45 (2007) “Perpustakaan merupakan institusi pengelola koleksi karya tulis, karya cetak dan karya rekam secara profesional dengan sistem yang baku guna memenuhi kebutuhan pendidikan, penelitian, pelestarian, informasi, dan rekreasi para pemustaka”.

Layanan pengguna sebagai salah satu kegiatan pokok dalam perpustakaan merupakan ujung tombak keberhasilan suatu perpustakaan, karena layanan merupakan kegiatan yang berhubungan langsung dengan pengguna perpustakaan. Perpustakaan akan dinilai baik jika perpustakaan memberikan layanan yang terbaik dan dinilai buruk jika layanan yang diberikan buruk, maka diperlukan perencanaan yang matang dan pelayanan prima agar tercipta kepuasan pengguna. Prastowo (2012) mengemukakan bahwa, “.... tujuan pelayanan perpustakaan yang prima adalah memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan dan fokus kepada pelanggan”.

Sebagai insan intelektual mahasiswa tentunya memerlukan sebagai informasi yang dapat mendukung perkuliahannya. Untuk itu dibutuhkan sebuah perpustakaan perguruan tinggi yang mampu memenuhi kebutuhan sebagai sivitas akademik. “Perpustakaan perguruan tinggi merupakan unit pelaksanaan teknis (UPT) perguruan tinggi yang bersama-sama dengan unit lain turut melaksanakan Tri Darma perguruan tinggi dengan cara memilih, menghimpun, mengolah, merawat, dan melayani sumber

informasi kepada lembaga induknya pada khususnya dan masyarakat akademis pada umumnya” (Qalyubi dkk 2003).

Perpustakaan dapat juga diartikan sebagai pelayanan. Semua aktivitas perpustakaan berbentuk pelayanan. Kepuasan pengunjung menjadi salah satu tujuan pelayanan perpustakaan. Untuk mencapai pelayanan yang berkualitas, perpustakaan dituntut untuk memenuhi keinginan stakeholdernya. Tidak saja terpenuhi sumber-sumber informasinya dan keinginan pengunjung tetapi juga perlu diperhatikan fasilitas-fasilitas fisik, kualitas pelayanan dan teknologi yang dapat membantu pengunjung untuk proses pelayanan.

Pelayanan merupakan suatu bentuk kegiatan sosial untuk membantu orang lain dan membentuk kerjasama sama antara pihak dalam jangka panjang maupun jangka pendek. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dapat memahami keinginan dan kebutuhan konsumen. Menurut Kotler (dalam Assegaff, 2009) kualitas harus di mulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir persepsi pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah suatu komitmen untuk merealisasikan konsep yang berorientasikan pada pengguna dengan menetapkan suatu standar kinerja layanan. Penilaian kualitas pelayanan tidak terlepas dari pelanggan, sebab suatu layanan berkualitas apabila pelayanan tersebut mampu memenuhi harapan atau keinginan pelanggan. Salah satu pendekatan kualitas jasa yang banyak dijadikan acuan dalam dalam riset pemasaran adalah model Serqual (*Service Quality*) yang (dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithmal, dan Berry, 1996) dalam serangkaian penelitian mereka terhadap enam sektor jasa. SERQUAL dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyatanya mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (*expected service*).

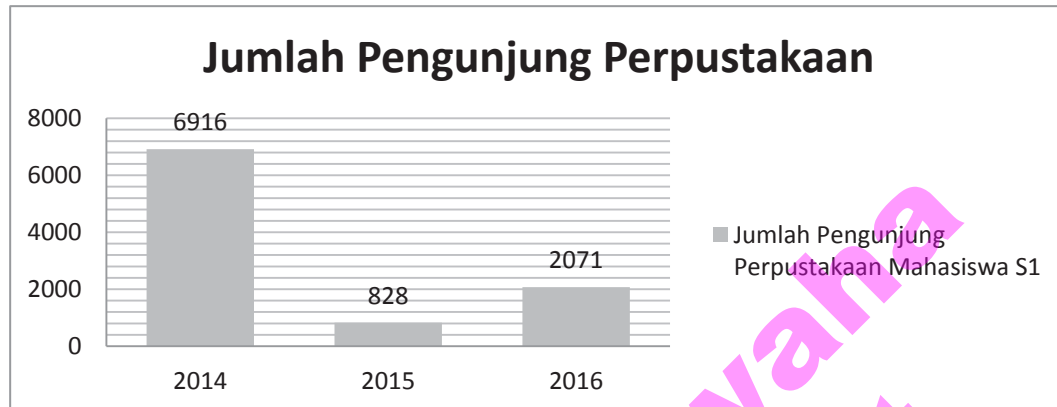
Hampir seluruh insan akademik membutuhkan perpustakaan untuk menunjang aktivitas belajar dan mencari informasi. Sehingga sarana

perpustakaan sangat di butuhkan oleh mahasiswa. Perguruan tinggi swasta (PTS) STIE Widya Wiwaha juga memiliki perpustakaan tersendiri. Perpustakaan STIE Widya Wiwaha adalah sumber informasi dan belajar bagi mahasiswa. Sehingga Perpustakaan STIE Widya Wiwaha harus meningkatkan kualitas pelayanan, sehingga mahasiswa mendapatkan apa yang mereka inginkan. Apabila perpustakaan STIE Widya Wiwaha dapat meningkatkan citra positifnya terhadap mahasiswa tidak menutup kemungkinan bahwa mahasiswa akan kembali dan meromendasikan kepada mahasiswa lain untuk berkunjung. Namun sebaliknya, jika terjadi ketidak puasan yang dirasakan mahasiswa maka akan menimbulkan *negative image* dan membuat mahasiswa tidak mau berkunjung ke perpustakaan lagi.

Akan tetapi pelayanan di perpustakaan kurang memuaskan mahasiswa dan ini menjadi tugas pengelola perpustakaan untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan terhadap mahasiswa STIE Widya Wiwaha. Hal ini dapat dilihat dari grafik pengunjung pada tahun 2016 dibawah ini:

Tabel 1.1

Jumlah Pengunjung Perpustakaan



Sumber data : Data primer yang telah diolah (2017)

Dari Tabel 1.1 diatas menjelaskan bahwa mahasiswa yang mengunjungi perpustakaan terjadi penurunan yang sangat drastis pada tahun 2015 dan terjadi kenaikan pengunjung pada tahun 2016.

Sehingga untuk meningkatkan pelayanan maka dibutuhkan saran dan kritik atau tempat kepuasan dan tidak puas pelayanan perpustakaan. Setiap mahasiswa mempunyai penilaian sendiri terhadap pelayanan yang telah diterima, sehingga pengelola perpustakaan dapat meningkatkan yang lebih prioritas dalam program meningkatkan kualitas pelayanan karena berbagai keterbatasan. Penilaian mahasiswa dapat mempengaruhi kinerja dan kualitas jasa yang diteimanya, oleh karena itu pengelola meningkatkan kinerjanya agar mahasiswa merasa puas dan mau mengunjungi kembali.

Untuk mengetahui apakah pengelola perpustakaan STIE Widya Wiwaha sudah memberikan pelayanan yang sesuai diharapkan mahasiswa, maka perlu dilakukan penelitian dengan judul “ **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA MENGGUNAKAN PERPUSTAKAAN STIE WIDYA WIWAHA**”.

1.2. Rumusan Masalah

Mahasiswa masih sangat membutuhkan sarana perpustakaan yang memiliki fasilitas yang lebih baik, sehingga tercipta kualitas pelayanan jasa yang diharapkan. Faktor-faktor pelayanan tersebut selanjutnya dibagi menjadi lima faktor yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Kepuasan terhadap lima faktor tersebut belum dirasakan secara maksimal oleh mahasiswa sebagai pengguna jasa perpustakaan. Sehingga perlu diteliti terlebih dahulu apakah indikator-indikator yang ada dilapangan seperti ruang membaca pada bukti fisik, prosedur pada pelayanan kehandalan, sarana keluhan pada daya tanggap, keamanan dan kenyamanan pada jaminan, serta sikap komunikasi pada empati, apakah telah memberikan rasa puas terhadap mahasiswa yang berkunjung dipergustakaan.

1.3. Pertanyaan Masalah

Pada latar belakang yang sudah dijelaskan bahwa permasalahan yang dihadapi pengelola perpustakaan adalah terjadinya penurunan pengunjung pada tahun 2016. Sehingga pertanyaan pada kasus ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy*) terhadap kepuasan mahasiswa menggunakan perpustakaan STIE Widya Wiwaha?
2. Dimensi Kualitas pelayanan manakah yang paling berpengaruh kepuasan mahasiswa menggunakan perpustakaan STIE Widya Wiwaha?

1.4. Batasan Masalah

- 1) Komponen yang akan diteliti adalah lima dimensi dalam kualitas jasa yaitu: *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy*.
- 2) Responden yang akan diteliti adalah mahasiswa yang pernah mengunjungi perpustakaan STIE Widya Wiwaha.
- 3) Karakteristik responden meliputi : Jenis Kelamin, Jurusan, Semester.

1.5. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijabarkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh variable (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy*) terhadap kepuasan mahasiswa terhadap kualitas jasa perpustakaan STIE Widya Wiwaha.
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa menggunakan perpustakaan STIE Widya Wiwaha.

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian diharapkan dapat:

1. Bahan masukan bagi pengelola perpustakaan STIE Widya Wiwaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan yang diberikan oleh perpustakaan STIE Widya Wiwaha
3. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan informasi tentang kualitas.
4. Penelitian ini juga dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya tentang kualitas pelayanan jasa dan kepuasan konsumen.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Hasil Penelitian Terdahulu

1. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lili Dwi Susanti dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Salon Ragil Rongkop, 2015, memiliki hasil penelitian antara lain:
 - a. Bahwa Faktor *Reliability* mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen.
 - b. Hasil pengujian secara serempak (uji F) dapat disimpulkan bahwa Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliabilit*), Daya Tanggap (*Responsivenes*), Jaminan (*Assurance*) dan Perhatian (*Empathy*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung > F tabel.
 - c. Hasil Uji secara Parsial (uji T) dapat disimpulkan bahwa Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliabiliyt*), Daya Tanggap (*Responsivenes*), Jaminan (*Assurance*) dan Perhatian (*Empathy*) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zurni Zahara Samosir dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa menggunakan Perpustakaan USU, 2005, memiliki hasil penelitian antara lain:
 - a. Kualitas pelayanan secara serempak berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa yang berarti dimensi kualitas pelayanan beserta indikator-indikatornya memberikan pengaruh nyata terhadap kepuasan mahasiswa dalam menggunakan perpustakaan USU.
 - b. Secara parsial dimensi jaminan (*assurance*) tidak berpengaruh secara signifikan
 - c. Dimensi bukti langsung (*tangible*) yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, kenyamanan, penampilan karyawan adalah

- merupakan dimensi kualitas pelayanan yang paling mempengaruhi kepuasan mahasiswa menggunakan perpustakaan USU.
- d. Sumbangan Variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa adalah 56,3% selebihnya 43,7% kepuasan mahasiswa menggunakan perpustakaan dipengaruhi oleh variable lain yang belum terungkap dalam penelitian ini.
3. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Setyawati dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien Di UPT Puskesmas Rongkop Kabupaten Gunung Kidul, 2014 , memiliki hasil penelitian antara lain:
- a. Bukti Fisik berpengaruh positif, tapi tidak signifikan terhadap kepuasan pasien.
 - b. Kehandalan berpengaruh positif, tapi tidak signifikan terhadap kepuasan pasien.
 - c. Daya Tanggap berpengaruh positif, tapi tidak signifikan terhadap kepuasan pasien.
 - d. Jaminan berpengaruh positif, tapi tidak signifikan terhadap kepuasan pasien
 - e. Bahwa semakin tinggi empati yang diberikan puskesmas ke pasien maka akan semakin tinggi pula kepuasan pasiennya.

2.2. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah system keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditunjukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial (Dharmmesta 1979: 10)

Menurut (Kotler, Philip 1997:6) Pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan serta keinginan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Untuk menjelaskan

definisi, kami memperhatikan dengan seksama istilah-istilah penting berikut:

Gambar 2.1.

Konsep-konsep inti pemasaran



Sumber : Kotler (1997)

2.3. Jasa

Sejumlah ahli tentang jasa berupaya untuk merumuskan definisi jasa yang konklusif, namun hingga sekarang belum ada satupun definisi yang diterima secara bulat. Berbagai definisi mengenai jasa tersebut dapat dilihat dari rumusan-rumusan dibawah ini:

1. Kotler (1997, 476) merumuskan jasa sebagai :

“Setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip *intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksinya bisa dan bisa juga tidak terikat pada suatu produk fisik.”

2. Leonar L. Berry, seperti dikutip Zeithaml dan Bitner (1995, 5), Mendenifisikan:

“Jasa itu sebagai *deeds* (Tindakan, prosedur, aktivitas), proses-proses, dan unjuk kerja yang *intangible*”.

3. Menurut Zeithaml dan Bitner (1996, 5), merangkum semua definisi jasa,yang menurut mereka:

“mencakup semua aktivitas ekonomi yang output-nya bukanlah produk atau kontruksi fisik, yang secara umum konsumsinya dan produksinya dilakukan pada waktu yang sama,dan nilai tambah yang diberikannya dalam bentuk (Kenyamanan, liburan, kecepatan,dan kesehatan)yang secara prinsip *intangible* bagi pembeli pertamanya.”

2.4. Pemasaran Jasa

Kegiatan pemasaran tidak hanya dilakukan pada produk saja, melainkan juga dilakukan terhadap jasa. Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Menurut Rambat, kata jasa itu sendiri mempunyai banyak arti, mulai dari pelayanan pribadi sampai jasa sebagai suatu produk. Menurut Kotler (2003), Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Sehingga pemasaran jasa dapat diartikan sebagai suatu kegiatan pemasaran dimana barang atau produk tidak berwujud, sehingga kita tidak bisa merasakan apabila kita tidak menggunakannya serta produk jasa yang kita terima tidak menjadi hak kita lagi.

Menurut Umar (2003), terdapat delapan aspek mendasar yang membedakan antara jasa dengan barang produksi fisik,yaitu:

- 1) Produk jasa yang dikonsumsi tidak dapat dimiliki oleh konsumen.
- 2) Produk jasa merupakan produk suatu kinerja yang sifatnya intangibles atau tidak dapat diraba.
- 3) Dalam proses produksi jasa, konsumen memiliki peranan yang lebih besar untuk ikut serta pengolahannya dibandingkan dengan produk barang fisik.

- 4) Orang-orang yang terlibat dalam proses jasa berperan dalam pembentukan atau mendesain jasa.
- 5) Dalam hal operasionalisasikan dan keluaran, produk jasa lebih bervariasi.
- 6) Produk jasa tertentu sulit dievaluasi oleh konsumen
- 7) Jasa tidak dapat disimpan
- 8) Faktor waktu dalam proses jasa dan konsumsi jasa lebih relatif diperhatikan.

2.5. Bauran Pemasaran Jasa

Bauran pemasaran seperti yang kita kenal terdiri dari empat P (4P), yaitu: *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (distribusi) dan *Promotion* (promosi). Akan tetapi, di pemasaran jasa, ada beberapa elemen-elemen lain yang bisa dikontrol dan dikoordinasikan untuk keperluan komunikasi dengan dan memuaskan jasa. Elemen-elemen tersebut adalah *People* (orang dan partisipan), *physical evidence* (bukti fisik) dan *process* (proses). Dengan demikian empat P (4P) yang mulanya menjadi bauran pemasaran barang perlu diperluas menjadi tujuh P (7P) jika ingin digunakan untuk pemasaran jasa. Adapun pengertian dari elemen-elemen tersebut:

1. *People* (orang dan partisipan)

Semua yang memainkan sebagian penyajian jasa dan karenanya mempengaruhi persepsi pembeli yang termasuk dalam elemen ini adalah personel perusahaan, konsumen, dan konsumen lain dalam lingkungan jasa.

Partisipan adalah setiap dan semua orang yang memainkan suatu peran waktu-riil jasa (selama berlangsungnya proses dan konsumsi jasa berlangsung). Jadi yang termasuk di sini adalah semua karyawan maupun konsumen. Semua sikap dan tindakan karyawan mempunyai pengaruh terhadap persepsi konsumen atau keberhasilan waktu riil pelayanan (*service encounter*). Karena pada kenyataannya, untuk beberapa jasa seperti konsultan, pengajar,

pembimbing, dan jasa professional yang berorientasi kepada hubungan (relationship-based), si penyaji jasa adalah jasa itu sendiri.

2. *Physical Evidence* (bukti fisik)

Lingkungan fisik dimana jasa disampaikan dan dimana perusahaan dan konsumennya berinteraksi., dan setiap komponen *tangible* memfasilitasi penampulan atau komunikasi jasa tersebut.

Karena jasa itu *intangible* dan karenanya sulit untuk dievaluasi maka bukti fisik memberikan tanda-tanda, misalnya kualitas jasa. Bukti fisik jasa mencakup semua hal yang *tangible* berkenaan dengan suatu jasa seperti brosur, kartu bisnis, format laporan, dan peralatan. Jadi bukti fisik merupakan elemen substansi dalam konsep jasa. Oleh karena itu para pemasar jasa semestinya terlibat di dalam design, perencanaan, dan pengawasan fisik.

3. *Process* (proses)

Semua prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktivitas dengan mana jasa disampaikan yang merupakan system penyajian atau operasi jasa.

Obyek utama dari pemasaran adalah identifikasi kebutuhan dan keinginan pasar. Oleh karena itu jasa didesign untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Proses mencerminkan bagaimana semua elemen bauran pemasaran dikoordinasikan untuk menjamin kualitas dan konsistensi jasa yang diberikan kepada konsumen.

Kotler & Armstrong (1996) menyebutkan karakteristik jasa sebagai berikut:

1. *Intangibility* (Tidak berwujud)

Jasa tidak berwujud, tidak dapat dilihat, dicicipi, dirasakan dan didengar sebelum dibeli.

2. *Inseparability* (Tidak dipisahkan)

Jasa umumnya diproduksi secara khusus dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan, sehingga mutu dari suatu jasa terjadi pada

saat pemberian jasa. Interaksi yang terjadi antara penyedia jasa dan konsumen sangat mempengaruhi mutu dari jasa yang diberikan.

3. *Variability* (Keberagaman)

Jasa sangat beragam, karena tergantung siapa, kapan dan dimana jasa tersebut disediakan. Seringkali pembeli jasa menyadari akan keberagaman yang besar ini dan membicarakan dengan yang lain sebelum memilih satu penyedia jasa.

4. *Perishability* (Tidak dapat tahan lama)

Jasa tidak dapat tahan lama karena jasa tidak berbentuk fisik, sehingga jasa tidak dapat disimpan untuk penjualan atau penggunaan di kemudian hari. Hal ini bukan menjadi masalah ketika permintaan jasa atau teratur, karena mudah untuk melakukan persiapan sebelumnya. Tetapi jika permintaan berfluktuasi, perusahaan jasa dapat dihadapkan pada berbagai masalah yang sulit.

Menurut Tjiptono (2005), Jasa dapat diklasifikasikan menjadi tujuh kriteria yaitu sebagai berikut:

1. Segmen Pasar

Berdasarkan pada segmen pasar, jasa dapat dibedakan menjadi jasa kepada konsumen akhir, misalnya: asuransi jiwa dan pendidikan. Jasa kepada jasa organisasi misalnya jasa akuntansi dan perpajakan, jasa konsultasi manajemen dan jasa konsultasi hukum

2. Tingkat Berwujudan

Kriteria ini berhubungan dengan tingkat keterlibatan produk fisik dengan konsumen. Berdasarkan kriteria tersebut jasa dapat dibedakan tiga macam yaitu sebagai berikut:

a. *Rented goods service*

Dalam jenis ini konsumen hanya menyewa dan menggunakan produk-produk tertentu, berdasarkan tarif tertentu. Misalnya: penyewaan kendaraan, VCD, hotel, villa dan lain-lain.

b. *Owned goods service*

Disini barang-barang yang dimiliki oleh konsumen direparaso, dikembangkan, atau ditingkatkan untuk kerjanya atau dipelihara oleh perusahaan jasa. Jenis ini juga menyangkut perubahan bentuk barang yang dimiliki oleh konsumen. Contoh jasa reparasi arloji, sepeda, motor, komputer, pencucian mobil dan lain-lain.

c. *Non good service*

Jasa ini adalah jasa personal bersifat *intangibile* yang ditawarkan pada konsumen. Contohnya sopir, pengasuh bayi, guru, dosen, tutor, pemandu wisata, dan lain-lain.

3. Keterampilan Penyedia Jasa

Berdasarkan tingkat keterampilan jasa terdiri dari jasa profesional (misalnya konsultan manajemen, konsultan pajak, konsultan hukum dan lain-lain) yang memiliki pelanggan yang selektif dan jasa non-profesional (Misalnya sopir taksi dan penjaga malam)

4. Tujuan Organisasi Jasa

Berdasarkan tujuan organisasi, jasa dapat dibagi menjadi jasa komersial atau jasa profit (Misalnya: sekolah, yayasan panti asuhan, panti wreda, perpustakaan). Jasa komersial masih dapat diklarifikasikan lagi menjadi beberapa jenis menurut Stanton yang dikutip oleh Tjiptono (2005) antara lain sebagai berikut:

- a. Perumahan tau penginapan, mencakup penyewaan apartemen, villa, hotel, motel dan rumah.
- b. Operasi rumah tangga meliputi perbaikan rumah, reparasi peralatan rumah tangga, dan pertanaman.

- c. Rekreasi dan hiburan meliputi penyewaan dan reparasi peralatan digunakan untuk aktivitas-aktivitas rekreasi dan hiburan serta administrasi untuk hiburan, pertunjukan dan rekreasi.
- d. *Personal Care*, mencakup *laundry* dan perawatan kecantikan.
- e. Perawatan kesehatan, meliputi segala macam jasa medis dan kesehatan.
- f. Pendidikan swasta.
- g. Bisnis dan jasa profesional lainnya, meliputi birohukum, konsultan pajak, konsultan manajemen dan akuntansi serta jasa komputerisasi.
- h. Asuransi, perbaikan dan jasa komersial lainnya, seperti asuransi perorangan dan bisnis, jasa kredit dan pinjaman, konseling investasi dan pelayanan pajak.
- i. Transportasi, meliputi jasa angkutan dan penumpang baik melalui darat, laut dan udara serta reparasi penyewaan kendaraan.
- j. Komunikasi, terdiri atas telepon, telegram, internet dan jasa komunikasi bisnis yang terspesifikasi.

5. Regulasi

Dari aspek ini jasa dapat dibagi menjadi *regulated service* (Misalnya: pialang, angkutan umum dan perbankan) dan *non regulated service*.

6. Tingkat Intensitas Karyawan

Berdasarkan tingkat intensitas karyawan (keterlibatan tenaga kerja), jasa dapat dikelompokkan menjadi dua macam, yaitu: *Equipment based service* (Seperti cuci mobil otomatis, jasa sambungan telepon jarak jauh, ATM dan binatu) dan *people based service* (seperti pelatih sepak bola, satpam, jasa akuntan, konsultasi manajemen dan konsultan hukum)

7. Tingkat Kontak Penyedia Jasa dan Pelanggan

Berdasarkan tingkat kontak ini, secara umum jasa dapat dibagi menjadi *high contact service* (sepert: universitas, bank, dokter dan jasa pengadaan) dan *low contact service* (misalnya bioskop).

2.6. Kualitas Jasa

Menurut Tjiptono (1997: 2) kata 'Kualitas' mengandung banyak definisi dan makna yang berbeda akan mengartikan secara berlainan. Beberapa contoh definisi yang kerap kali dijumpai antara lain:

- Kesesuaian dengan persyaratan/tuntutan.
- Kecocokan untuk pemakaian.
- Perbaikan / penyempurnaan berkelanjutan.
- Bebas dari kerusakan/cacat.
- Pemenuhan kebutuhan pelanggan semenjak awal dan setiap saat.
- Melakukan segalasesuatu secara benar semenjak awal.
- Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan.

Menurut Rambat Lupiyoadi (2006), nilai yang diberikan pelanggan sangat kuat didasari oleh faktor kualitas jasa. Dimana kualitas produk (jasa) adalah sejauh mana produk (jasa) memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Kualitas menurut ISO 9000 adalah "*degree to which a set of inherent characteristic fulfills requirement*" (derajat yang dicapai karakteristik yang inheren dalam memenuhi persyaratan). Persyaratan dalam hal ini adalah "*Need or expectation that is stated, generally implied or obligatory*" (yaitu, Kebutuhan atau harapan yang dinyatakan, biasanya tersirat atau wajib). Jadi kualitas sebagaimana diinterpretasikan ISO 9000 merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Pelanggan yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.

Konsep kualitas sendiripadadasarnya bersifat relatif, yaitu tergantung dari perspektif yang digunakan untuk memenuhi ciri-ciri dan spesifikasi. Pada dasarnya terdapat tiga orientasi kualitas yang seharusnya

konsisten satu sama lain: (1) persepsi konsumen, (2) produk (jasa), dan (3) proses. Untuk wujud barang, ketiga orientasi ini hampir selalu dapat dibedakan dengan jelas, tetapi tidak untuk jasa. Untuk jasa, produk dan proses mungkin tidak dapat dibedakan dengan jelas, bahkan produknya adalah proses itu sendiri.

Menurut Sviokla, Kualitas memiliki delapan dimensi pengukuran yang terdiri atas aspek-aspek sebagai berikut:

1. Kinerja (*Performance*)

Kinerja disini merujuk pada karakteristik produk inti meliputi merek, atribut-atribut yang dapat diukur, dan aspek-aspek kinerja individu. Kinerja beberapa produk biasanya didasari oleh preferensi subjektif pelanggan pada bersifat umum.

2. Keberagaman produk (*features*)

Dapat dibentuk produk tambahan dari suatu produk inti yang dapat menambah nilai suatu produk. Keberagaman produk biasanya subjektif oleh masing-masing individu (dalam hal ini konsumen) yang menunjukkan adanya perbedaan kualitas produk atau jasa. Dengan demikian, perkembangan suatu produk menuntut karakter fleksibilitas agar dapat menyesuaikan diri dengan permintaan pasar.

3. Keandalan (*reliability*)

Dimensi ini berkaitan dengan timbulnya yang kemungkinan suatu produk mengalami keadaan tidak berfungsi (*malfunction*) pada suatu periode. Keandalan suatu produk yang menandakan tingkat kualitas sangat berarti bagi konsumen dalam memilih produk. Hal ini menjadi penting mengingat besarnya biaya perhatian dan pemeliharaan yang harus dikeluarkan apabila produk yang dianggap tidak andal mengalami kerusakan.

4. Kesesuaian (*conformance*)

Dimensi lain yang berhubungan dengan kualitas suatu barang adalah kesesuaian produk dengan standar industrinya. Kesesuaian suatu produk dalam jasa diukur dari tingkat akurasi dan waktu

penyelesaian termasuk juga perhitungan kesalahan yang terjadi, keterlambatan yang tidak dapat diantisipasi, dan beberapa kesalahan lain.

5. Ketahanan atau Daya Tahan (*Durability*)

Ukuran ketahanan suatu produk dengan meliputi segi ekonomis maupun teknis. Secara teknis, ketahanan suatu produk didefinisikan sebagai sejumlah kegunaan yang diperoleh seseorang sebelum mengalami penurunan kualitas. Secara ekonomis, ketahanan diartikan sebagai usia ekonomis suatu produk dilihat dari jumlah kegunaan yang diperoleh sebelum terjadi kerusakan dan keputusan untuk mengganti produk.

6. Kemampuan Pelayanan (*serviceability*)

Kemampuan pelayanan jasa bisa disebut dengan kecepatan, kompetensi, kegunaan dan kemudahan produk untuk diperbaiki. Dimensi ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya memerhatikan adanya penurunan kualitas produk tetapi juga waktu sebelum disimpan, penjadwalan pelayanan, proses komunikasi dengan staf, frekuensi pelayanan perbaikan akan kerusakan produk, dan pelayanan lainnya.

7. Estetika (*aesthetics*)

Estetika merupakan dimensi pengukuran yang paling subjektif. Estetika suatu produk dilihat dari bagaimana suatu produk terdengar oleh konsumen, bagaimana penampilan luar suatu produk, rasa, maupun bau. Dengan demikian estetika jelas merupakan penilaian dan refleksi yang dirasakan oleh konsumen.

8. Kualitas yang dipresepsikan (*perceived quality*)

Konsumen tidak selalu memiliki informasi yang lengkap mengenai atribut-atribut produk (jasa). Namun umumnya konsumen memiliki informasi tentang produk secara tidak langsung. Ketahanan produk misalnya, dapat menjadi hal yang sangat kritis dalam pengukuran kualitas produk.

2.7. Dimensi Kualitas Jasa (SERQUAL)

Dalam salah satu studi mengenai SERQUAL oleh Parasuraman (1998) yang melibatkan 800 pelanggan (yang berbagi dalam empat perusahaan) berusia 25 tahun di atas, disimpulkan bahwa terdapat lima dimensi SERQUAL sebagai berikut (Parasuraman, dkk.,1998)

1. Berwujud (*Tangible*)

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

2. Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi tinggi.

3. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

4. Jaminan dan Kepastian (*Assurance*)

Pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*)

5. Empati (*Empathy*)

Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Di mana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman pelanggan.

Menurut Gronroos (dalam pengetahuan, kemampuan dan Ovretveit, 1994) menyatakan bahwa ada tiga kriteria pokok dalam menilai kualitas jasa, yaitu *outcome-related*, *process related*, dan *Image-related criteria*. Ketiga kriteria tersebut masih dapat dijabarkan menjadi enam unsur, yaitu:

1. *Professionalism and Skills*

Kriteria pertama ini merupakan *outcome-related criteria*, dimana pelanggan menyadari bahwa penyedia jasa (*service provider*), karyawan, system operasional, dan sumberdaya fisik, memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah pelanggan secara professional.

2. *Attitudes and Bahaviora*

Process-related criteria. Pelanggan merasa bahwa karyawan perusahaan (*contact personnel*) menaruh perhatian terhadap mereka dan berusaha membantu dalam memecahkan masalah mereka secara spontan dan senang hati.

3. *Accessibility and Flexibility*

Process-related criteria, pelanggan merasa bahwa penyedia jasa, lokasi, jam kerja, karyawan, dan sistem operasionalnya, dirancang dan dioperasikan sedemikian rupa sehingga pelanggan dapat melakukan akses dengan mudah. Selain itu juga dirancang dengan maksud agar dapat bersifat fleksibel dalam menyesuaikan permintaan dan keinginan pelanggan.

4. *Reliability and Trustworthiness*

Process-related criteria, Pelanggan memahamibahwa apapun yang terjadi, mereka bisa mempercayakan segala sesuatunya pada penyedia jasa beserta karyawan dan sistemnya.

5. *Recovery*

Recovery ini juga termasuk dalam *process-related criteria*. Pelanggan menyadaribahwa bilaada kesalahan atau bila terjadi suatu tidak diharapkan, maka penyedia jasa akan segera mengambil tindakan untuk mengendalikan situasi dan mencari pemecahan yang tepat.

6. *Reputation and Credibility*

Kriteria ini merupakan *image-related criteria*. Pelanggan meyakini bahwa operasi dari penyedia jasa dapat dipercaya dan memberikan nilai atau imbalan yang sesuai dengan pengorbanannya.

2.8. Kepuasan pelanggan

Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Kepuasan merupakan tingkat di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan (Kotler, 1997). Dalam era globalisasi ini, perusahaan akan selalu menyadari bahwa pentingnya faktor pelanggan. Oleh karena itu, mengukur tingkat kepuasan pelanggan sangat perlu, walaupun disebut tidaklah semudah mengukur berat badan dan tinggi badang pelanggan yang bersangkutan.

Faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa (Zeithaml dan Bitner,1996). Sebagai contoh pada jasa *mobile communication*, kualitas jasa diukur oleh kualitas panggilan (*call quality*), struktur harga, *mobile device* (HP), jasa tambahan, kenyamanan prosedur, dan dukungan konsumen (Kim, 2000; Gerpott,dkk., 2001; Lee, Lee, dan Freick, 2001).

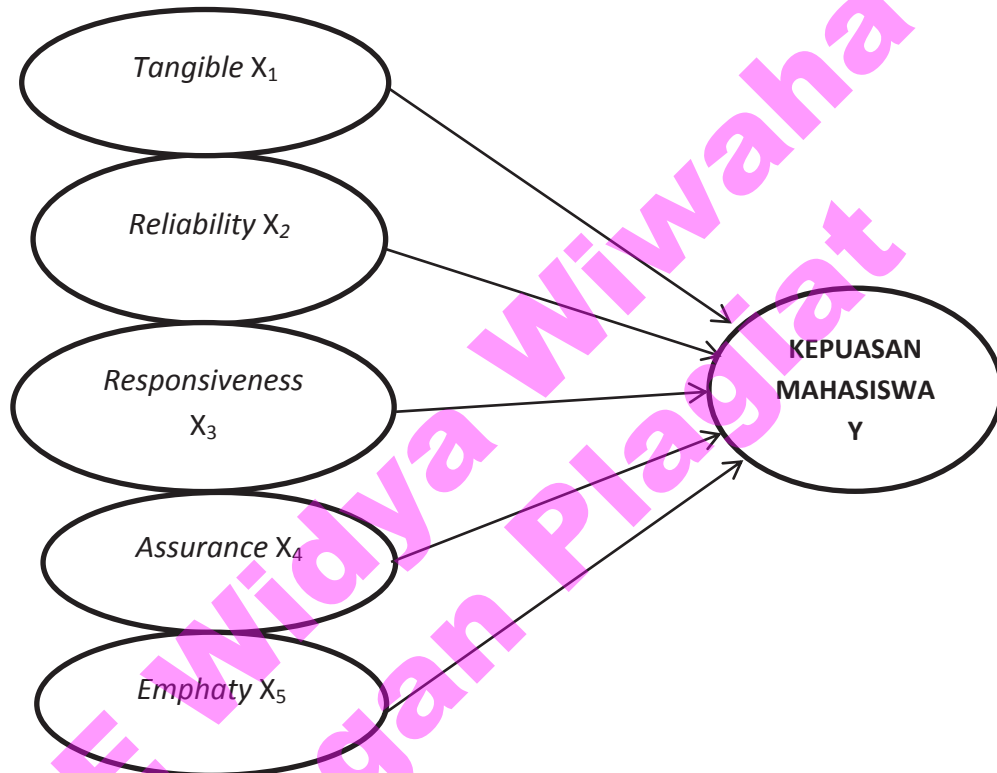
Menurut Tjiptono (2007), mengidentifikasi 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

- 1) Sistem keluhan dan saran (*complaint and suggestion system*), yakni banyaknya perusahaan yang membuka kotak saran dan menerima keluhan yang dialami oleh pelanggan, selain itu customer hotline dan telepon bebas pulsa merupakan salah satu bentuk antisipasi perusahaan terhadap kualitas produk serta kepuasan pelanggan.
- 2) Survey kepuasan pelanggan (*Customer satisfaction surveys*), Umumnya sebagian besar penelitian mengenai kepuasan pelanggan menggunakan metode survey, baik via pos, telepon, *e-mail*, maupun wawancara langsung. Melalui survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik langsung dari pelanggan dan juga memberikan sinyal positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap mereka.
- 3) Pembeli bayangan (*Ghost Shopping*), yakni perusahaan menyuruh orang tertentu sebagai pembeli ke perusahaan lain atau ke perusahaan sendiri. Pembeli itu melaporkan keunggulan dan kelemahan yang ada pada produknya.
- 4) Analisis pelanggan yang lari (*Lost customer analysis*), yakni menghubungi pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/ penyempurnaan selanjutnya.

2.9. Kerangka Berfikir

Alur Pemikiran / Flowchart hubungan antara kualitas pelayanan (X) dan kepuasan konsumen (Y)

Gambar 2.2.
Alur Kerangka Berfikir



2.10. Hipotesis

Hipotesis berasal dari kata hipo yang artinya lemah dan tesis artinya pertanyaan. Jadi hipotesis adalah pertanyaan yang masih lemah maka perlu dibuktikan untuk menegaskan apakah hipotesis dapat diterima atau ditolak berdasarkan fakta atau data empirik yang telah dikumpulkan dalam penelitian. Hipotesis tidak lain adalah jawaban sementara terhadap penelitia. (Akhmad, Jazuli.2002)

1. Variabel bebas yaitu *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* secara parsial berpengaruh signifikan

terhadap kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan perpustakaan STIE Widya Wiwaha.

2. Variabel bebas yaitu *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy* secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan perpustakaan STIE Widya Wiwaha.

**STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat**

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Profil Perpustakaan

Penelitian ini dilakukan pada perpustakaan STIE Widya Wiwaha Yogyakarta. Terletak di jalan Lowanu Sorosutan UH VI/20 Yogyakarta. Perpustakaan ini melayani seluruh civitas akademik mulai dari mahasiswa, dosen, karyawan dan umum. Perpustakaan dibuka dari hari Senin-Jumat dari jam 08.00 WIB sampai 16.00 WIB. Dibuka kembali pada malam hari pukul 19.00 WIB sampai 21.00 WIB. Pada malam hari pelayanan perpustakaan lebih banyak digunakan oleh mahasiswa ekstensi.

Perpustakaan STIE Widya Wiwaha yang dulunya terletak barat gedung perkuliahan dan menjadi satu sama gedung masjid. Gedung perpustakaan STIE Widya Wiwaha menggabungkan dengan gedung perpustakaan dengan ruang kuliah menjadi satu. Gedung tersebut terdiri dari 2 (dua) lantai, lantai pertama dipergunakan untuk ruang perkuliahan dan lantai dua digunakan untuk perpustakaan.

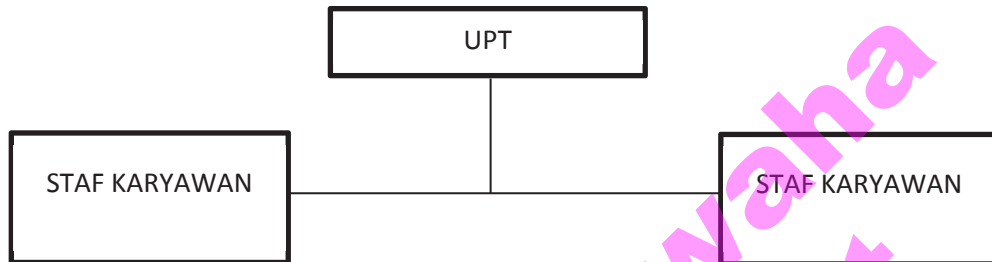
Pada Bagian depan gedung perpustakaan menghadap kearah selatan. Dengan posisi tersebut dapat terlihat dari gedung selatan STIE Widya Wiwaha. Jika dilihat dari luar jelas terlihat ruangan kuliah dan tangga naik kelantai dua.

3.2. Struktur Organisasi Perpustakaan STIE Widya Wiwaha

Stuktur Organisasi Perpustakaan STIE Widya Wiwaha (Tentang Kedudukan, Fungsi, dan Tugas Organisasi Di Lingkungan STIE Widya Wiwaha

Gambar 3.1.

Stuktur Organisasi Perpustakaan STIE Widya Wiwaha



Sumber: Data primer (2017)

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah kelompok yang diminati dalam penelitian, atau kelompok yang akan dikenakan hasil dari penelitiannya (Soehardi Sigit, 2001). Populasi dalam penelitian ini mencakup mahasiswa STIE Widya Wiwaha yang pernah berkunjung di perpustakaan.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah suatu yang dijadikan kesatuan yang akan dipilih (Sanusi, 2013). Satuan sampel dapat berupa individu yang berdiri sendiri atau kumpulan individu.

Teknik yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Purposive Sampling*. Menurut Sugiyono (2010), Metode *Purposive Sampling* adalah teknik pengambilan sampel data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Strata-1 (S-1) STIE Widya Wiwaha yang berkunjung dipergustakaan.

3.4. Metode Pengambilan data

1. Metode Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan secara langsung terhadap obyek peneliti. Teknik ini dilakukan dengan cara melakukan kunjungan ke perusahaan. Dalam pelaksanaan penelitian akan meninjau langsung dan mengamati ke tempat penelitian.

2. Metode Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara membagikan seperangkat pertanyaan tertulis yang diajukan kepada penulis. Secara keseluruhan variabel ini diukur dengan menggunakan ukuran skala Likert karena skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2002). Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. kemudian indikator ini dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan yang dituangkan kedalam bentuk kuesioner. Penaksiran butiran jawaban yang digunakan dalam kuesioner ini, dengan lima jawaban yang masing-masing kategori tersebut masing-masing kategori tersebut nantinya dikualifikasikan dengan memberikan bobot penelitian, Sebagai beriku: (Sugiyono,2001)

Jawaban Tingkat penilaian Konsumen

- | | |
|-----------------------------|---------------|
| - Sangat Setuju (SS) | bobot nilai 5 |
| - Setuju (S) | bobot nilai 4 |
| - Normal (N) | bobot nilai 3 |
| - Tidak Setujua (TS) | bobot nilai 2 |
| - Sangat Tidak Setuju (STS) | bobot nilai 1 |

3.5. Defisini Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi mengenai yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati (Azwar,1997). Definisi operasional dalam ini meliputi :

1. Bukti langsung (*Tangible*) (X_1)

Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik pada perusahaan yang merupakan bukti nyata dari pelayanan (Rambat, 2006). Fasilitas fisik yang tersedia seperti gedung dan ruangan, kelengkapan peralatan, sarana komunikasi dan fasilitas komputer pelayanan.

- a. Fasilitas fisik perpustakaan (Ruang membaca) bersih dan nyaman
- b. Fasilitas layanan seperti wifi dan komputer absensi berfungsi dengan baik
- c. Karyawan perpustakaan berpenampilan rapi dan bersih

2. Keandalan (*Realibility*) (X_2)

Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan (Tjiptono, 2006).

Indikator-indikator kehandalan (*Reliability*) dalam penelitian ini antara lain:

- a. Mahasiswa mendapat pelayanan yang baik dan optimal
- b. Kemudahan prosedur pendaftaran dan pelayanan peminjaman buku bagi mahasiswa
- c. Pelaksanaan waktu pelayanan, sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.

3. Daya tanggap (*Responsiveness*) (X_3)

Merupakan keinginan para staf untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap (Tjiptono, 2006).

Indikator-indikator dalam pelayanan ini antara lain:

- a. Karyawan perpustakaan tanggap menjawab akan pertanyaan dari pengunjung
- b. Karyawan perpustakaan menangani masalah dan keluhan yang dialami pengunjung secara tepat
- c. Karyawan merespon permintaan pengunjung secara cepat dan tepat

4. Jaminan (*Assurance*) (X_4)

Mencangkup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan (Tjiptono, 2006).

Indikator dalam penelitian ini antara lain:

- a. Karyawan perpustakaan mampu meyakinkan keamanan perpustakaan
- b. Karyawan perpustakaan mempunyai pengetahuan dan kompetensi yang profesional dalam melayani mahasiswa.
- c. Karyawan dapat memberikan kepercayaan kepada mahasiswa untuk menangani masalah yang dihadapi

5. Empati (*Empathy*) (X_5)

Merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan (Tjiptono, 2006).

Indikator dalam penelitian ini antara lain:

- a. Karyawan mampu menjalin hubungan yang baik dengan pengunjung
- b. Karyawan mampu berkomunikasi dengan baik
- c. Karyawan mampu memahami kebutuhan pengunjung

6. Kepuasan Mahasiswa (Y)

Pada Umumnya kepuasan merupakan tingkat perasaan antara senang atau kecewa dari konsumen yaitu mahasiswa setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dalam mendapatkan harapan.

- a. Memiliki gedung, fasilitas dan sarana pendukung yang lengkap, baik dan nyaman.
- b. Memberikan pelayanan yang maksimal, memiliki kemudahan prosedur pendaftaran dan sirkulasi peminjaman serta memiliki kedisiplinan waktu operasional yang profesional
- c. Menanggapi pertanyaan, masukan dan keluhan dengan cepat dan tepat

- d. Memiliki citra yang positif terhadap rasa aman dan nyaman serta percaya pada saat pelayanan berlangsung
- e. Mampu berkomunikasi dengan baik dan mampu memahami kebutuhan pengunjung serta mampu menjalin hubungan yang baik.

3.6. Metode Pengumpulan Data Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian yang sifatnya deskriptif eksplanatori yang pada dasarnya ingin menjelaskan dan menguraikan kebenaran suatu hipotesis. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei yang menggunakan kuesioner sebagai alat bantu pengumpulan data dengan unit analisisnya adalah mahasiswa S1 STIE Widya Wiwaha.

Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa S1 yang terdaftar sebagai anggota perpustakaan STIE Widya Wiwaha sampai dengan tahun 2017 yaitu sebanyak penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Sumber : Gendro Wiyono(2011)

Dimana:

n = Ukuran Sampel

N = Populasi

e = Nilai Presisi (Misalnya tingkat kepercayaan 95%, maka e = 0,05)

penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *sampling* aksidental. menurut sugiyono (2002) “teknik *sampling* aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti dan dipandang cocok sebagai sumber data dapat dijadikan sebagai sampel”. Sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa yang sedang menggunakan jasa perpustakaan pada saat peneliti melakukan penelitian di Perpustakaan STIE Widya Wiwaha. Sampel dipilih secara acak tanpa menentukan jurusan.

3.7. Uji Instrument Penelitian

3.7.1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu yang menunjukkan tingkat-tingkat validitas suatu alat ukur yang valid, mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya alat ukur yang kurang valid berarti memiliki tingkat validitas yang rendah. Sebuah alat ukur dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Untuk mengukur uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *bivariate pearson* dengan tingkat signifikan yang digunakan adalah 5% atau 0.05. (Gendro wiyono,2011).

$$r_{ix} = \frac{n \sum ix - (\sum i)(\sum x)}{\sqrt{[n \sum i^2 - (\sum i)^2][n \sum x^2 - (\sum x)^2]}}$$

Sumber : Gendro Wiyono (2011)

- R_{ix} = Koefisien korelasi item-total (*bivariate pearson*)
 i = Skor Item
 x = Skor Total
 n = Banyaknya Subyek

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- Jika r hitung $>$ r table, maka instrument atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total, maka ditanyakan valid.
- Jika r hitung $<$ r table, maka instrument atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total, maka dinyatakan tidak valid
- Jika r hitung lebih kecil atau sama dengan r table maka butiran instrument dianggap tidak valid.

3.7.2. Uji Reliabilitas

Indeks menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relative konsisten apabila pengukuran terhadap aspek yang sama pada alat ukur yang sama, maka alat ukur tersebut dapat dikatakan reliabel. Apabila nilai Cronbach Alpha (α) lebih besar dari 0.6 maka reliabel. Apabila Cronbach Alpha (α) lebih kecil dari 0.6 maka ditolak atau tidak reliabel.

3.8. Uji Hipotesis

3.8.1. Regresi Linier Berganda

Metode yang digunakan untuk menganalisis menggunakan regresi linear berganda yaitu untuk mengetahui dimensi Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Realibility*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) berpengaruh secara serempak parsial terhadap kepuasan mahasiswa. Model Regresi linier berganda dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Mahasiswa

b_1 = Koefisien variable X_1

b_2 = Koefisien variable X_2

b_3 = Koefisien variable X_3

b_4 = Koefisien variable X_4

b_5 = Koefisien variable X_5

X_1 = Bukti langsung (*Tangible*)

X_2 = Keandalan (*Realibility*)

X_3 = Daya tanggap (*Responsiveness*)

X_4 = Jaminan (*Assurance*)

X_5 = Empati (*Empathy*)

3.8.2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Pada penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (Simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2005). Untuk itu hipotesis yang digunakan adalah:

Rumus : $F_{\text{tabel}} = F(k; n-k)$

Keterangan:

k = jumlah variabel bebas (X)

n = jumlah responden penelitian

Ho = Variabel-variabel bebas yaitu Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Realibility*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel-variabel terikat yaitu kepuasan mahasiswa.

Ha = Variabel-variabel bebas yaitu Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Realibility*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel-variabel terikat yaitu kepuasan mahasiswa.

Dasar pengambilan keputusannya (Ghozali, 2005) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- Apabila probabilitas signifikansi < 0.05 atau $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka variabel variabel (X) bebas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y)
- Apabila probabilitas signifikansi > 0.05 atau $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$, maka variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y)

3.8.3. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, Apakah Variabel X_1 , X_2 , X_3 , X_4 dan X_5 benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y secara terpisah atau parsial (Ghozali, 2005). Untuk itu Hipotesis digunakan adalah:

$$T \text{ tabel} = T (a/2 ; n-k-1)$$

Keterangan :

- $a/2$ = nilai error dibagi 2
 k = jumlah variabel bebas (X)
 n = jumlah responden penelitian
 1 = nilai rumus

H_0 = Variabel-variabel bebas yaitu Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Realibility*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel-variabel terikat yaitu kepuasan mahasiswa.

H_a = Variabel-variabel bebas yaitu Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Realibility*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel-variabel terikat yaitu kepuasan mahasiswa.

Dasar pengambilan keputusannya (Ghozali, 2005) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- Apabila probabilitas signifikansi < 0.05 atau $T \text{ hitung} > T \text{ tabel}$, maka variabel variabel (X) bebas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y)
- Apabila probabilitas signifikansi > 0.05 atau $T \text{ hitung} < T \text{ tabel}$, maka variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y)

3.8.4. Uji Koefisiensi Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisa regresi dimana hal ini ditunjukkan besarnya koefisien determinan (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi (R^2) nol variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila semakin mendekati 1 (satu), maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, selain itu koefisien determinasi (R^2) dipergunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X)

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Menghitung Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa S1 yang terdaftar sebagai anggota perpustakaan STIE Widya Wiwaha sampai dengan tahun 2017 yaitu sebanyak penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin:

Populasi (N) adalah sebanyak 1074 orang, taraf kesalahan (e) sebesar 10% atau 0.10 maka besar pengambilan sampel (n) adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1074}{1 + 1074(0,10)^2}$$

$n = 91.48$ orang

dibulatkan menjadi $n = 91$ orang

Sumber: data primer di olah (2018)

4.2. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang diperoleh melalui kuisisioner yang diberikan kepada pengunjung Perpustakaan STIE Widya Wiwaha, maka dapat diketahui karakteristik dari setiap pengunjung. Karakteristik atau identitas responden ini berdasarkan jenis kelamin, jurusan dan semester dari responden tersebut.

4.2.1. Jenis Kelamin Mahasiswa

Berikut ini adalah data informasi karakteristik pengunjung berdasarkan jenis kelamin mahasiswa, yaitu:

Tabel 4.1.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Kategori	Frekuensi	Presentase %
Laki-laki	22	24%
Perempuan	69	76%
Total	91	100%

Sumber : Data Primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh perempuan sebanyak 69 mahasiswa dengan presentase sebesar 76% dan sisanya adalah responden laki-laki sebanyak 22 mahasiswa dengan presentase sebesar 24%. Jumlah ini merupakan faktor kebetulan karena pada saat penyebaran kuesioner, responden perempuan berpartisipasi lebih banyak. Namun perbedaan jenis kelamin dapat menimbulkan persepsi atau sudut pandang dalam menilai kualitas pelayanan yang diberikan oleh perpustakaan STIE Widya Wiwaha.

4.2.2. Berdasarkan Semester

Berikut ini adalah data informasi karakteristik pengujung berdasarkan semester yang sedang ditempuh, yaitu:

Tabel 4.2

Karakteristik Berdasarkan Semester

Kategori	Frekuensi	Presentase%
Semester 1-3	34	37%
Semester 5-7	63	63%
Semester 9 – 11	0	0%
Total	91	100%

Sumber : data primer di olah (2018)

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan semester mahasiswa paling banyak dari semester 5 (lima)

sampai semester 7 (tujuh) dengan jumlah 63 dengan presentase 63%. Mahasiswa semester 1 (satu) sampai semester 3 (tiga) sebanyak 37 dengan presentasi 37% dan paling rendah atau tidak sering berkunjung adalah semester 9 (sembilan) sampai semester 11 (sebelas), mengakibatkan dalam analisis suatau permasalahan seperti pelayanan yang diberikan oleh perpustakaan STIE Widya Wiwaha

4.2.3. Karakteristik Berdasarkan Jurusan

Berikut ini adalah data informasi karakteristik pengunjung berdasarkan semester yang sedang ditempuh, yaitu:

Tabel 4.3

Karakteristik Berdasarkan Jurusan

Kategori	Frekuensi	Presentase
Akuntansi	30	33%
Manajemen	61	67%
Total	91	100%

Sumber : Data primer di olah (2018)

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa karakteristik jurusan yang mendominasi jurusan manajemen dengan banyak mahasiswa sebanyak 61 orang dengan presentase sebesar 67%. Jurusan Akuntansi tidak terlalu banyak hanya 30 mahasiswa dengan presentasi 33% dengan hasil ini dapat menimbulkan persepsi terhadap pelayanan perpustakaan STIE Widya Wiwaha.

4.3. Uji Instrumen dan Data Penelitian

4.3.1. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik dan kevalidan suatu instrument digunakan untuk mengukur konsep yang harusnya diukur. Menurut Sugiyono (2007), menguji validitas konstruk

dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya. Setiap butir pertanyaan dinyatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel (Ghozali, 2005). Rekapitulasi hasil uji coba instrument terlihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4

Hasil Uji V Validitas Bukti Fisik

Butir	r hitung	r tabel	keterangan
X1.1	0,485	0,206	Valid
X1.2	0,391	0,206	Valid
X1.3	0,387	0,206	Valid

Sumber : Data Primer Di Olah (2018)

Tabel 4.5

Hasil Uji V Validitas Keandalan

Butir	r hitung	r tabel	keterangan
X2.1	0,702	0,206	Valid
X2.2	0,684	0,206	Valid
X2.3	0,525	0,206	Valid

Sumber : Data Primer Di Olah (2018)

Tabel 4.6

Hasil Uji V Validitas Daya Tanggap

Butir	r hitung	r tabel	keterangan
X3.1	0,606	0,206	Valid
X3.2	0,511	0,206	Valid
X3.3	0,721	0,206	Valid

Sumber : Data Primer Di Olah (2018)

Tabel 4.7
Hasil Uji V Validitas Jaminan

Butir	r hitung	r tabel	keterangan
X4.1	0,393	0,206	Valid
X4.2	0,670	0,206	Valid
X4.3	0,504	0,206	Valid

Sumber : Data Primer Di Olah (2018)

Tabel 4.8
Hasil Uji V Validitas Empati

Butir	r hitung	r tabel	keterangan
X5.1	0,713	0,206	Valid
X5.2	0,672	0,206	Valid
X5.3	0,629	0,206	Valid

Sumber : Data Primer Di Olah (2018)

Tabel 4.9
Hasil Uji V Validitas Kepuasan Mahasiswa

Butir	r hitung	r tabel	keterangan
Y1	0,639	0,206	Valid
Y2	0,739	0,206	Valid
Y3	0,676	0,206	Valid
Y4	0,586	0,206	Valid
Y5	0,605	0,206	Valid

Sumber : Data Primer Di Olah (2018)

Berdasarkan tabel-tabel hasil uji coba diatas menunjukkan bahwa besarnya nilai r hitung seluruh butir pertanyaan lebih besar dari r tabel yaitu 0,201. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh butir valid.

4.3.2. Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas ini teknik yang digunakan untuk mengukur konsistensi atau reliable internal dalam penelitian ini dengan teknik *Cronbach Alpha*. Apabila nilai *Cronbach Alpha* (α) lebih besar dari 0.6 maka reliabel. Apabila *Cronbach Alpha* (α) lebih kecil dari 0.6 maka ditolak atau tidak reliabel. Hasil pengujian reliabilitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.10

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	Koefisien	Keterangan
Bukti Fisik	0,811	0,6	Reliabel
Kehandalan	0,759	0,6	Reliabel
Daya Tanggap	0,770	0,6	Reliabel
Jaminan	0,808	0,6	Reliabel
Empati	0,757	0,6	Reliabel
Kepuasan Mahasiswa	0,777	0,6	Reliabel

Sumber: data primer diolah (2018)

Berdasarkan ringkasan di atas uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam tabel, dapat diketahui bahwa nilai koefisien *Cronbach Alpha* (α) seluruh variabel penelitian ini lebih besar dari 0.6, sehingga seluruh variabel dinyatakan reliabel dengan mengacu pada pendapat yang dikemukakan oleh Ghozali (2005).

4.4. Analisis Hipotesis

4.4.1. Hasil Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini, dalam menganalisis regresi linear berganda menggunakan IBM SPSS seri 23. Suatu program *Software* komputer untuk digunakan mengolah data baik parametrik maupun nonparametrik, seperti ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.282	1.622		2.640	.010
Bukti Fisik (X1)	.632	.136	.423	4.658	.000
Keandalan (X2)	.024	.173	.017	.139	.890
Daya Tanggap (X3)	-.312	.166	-.203	-1.878	.064
Jaminan (X4)	.099	.118	.074	.838	.404
Empati (X5)	.727	.136	.609	5.333	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Data primer di olah (2018)

Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi linier berganda, maka secara matematis dapat dituliskan dalam persamaan sebagai berikut:

$$Y = 3.718 + 0.814X_1 + -0.065X_2 + -0.237X_3 + -0.162X_4 + 0.851X_5$$

Pada persamaan di atas ditunjukkan pada tabel 4.11 pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). adapun arti dari koefisien regresi linier berganda tersebut adalah

1. Konstanta (a) = 4.282

Apabila variabel Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*) dan Empati (*Empathy*) tidak ada atau sama dengan nol, maka kepuasan pelanggan mempengaruhi 4.282

2. Koefisien regresi $b_1 = 0.632$

Hubungan antara variabel Bukti Fisik (*Tangible*) dengan variabel kepuasan pelanggan di perpustakaan STIE Widya Wiwaha (Y) ditunjukkan oleh koefisien regresi b_1 sebesar 0,632, artinya variabel Bukti Fisik (*Tangible*) berpengaruh positif terhadap kepuasan

- mahasiswa, yakni hanya dapat menaikkan kepuasan hanya di Perpustakaan STIE Widya Wiwaha sebesar 63,2%
3. Koefisien regresi $b_2 = 0.024$

Hubungan antara variabel keandalan (*Reliability*) dengan variabel kepuasan pelanggan di perpustakaan STIE Widya Wiwaha (Y) ditunjukkan oleh koefisien regresi b_2 sebesar -0,065, artinya variabel keandalan (*Reliability*) berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa, yakni hanya dapat menaikkan kepuasan hanya di Perpustakaan STIE Widya Wiwaha sebesar 2,4%
 4. Koefisien regresi $b_3 = -0.312$

Hubungan antara variabel Daya Tanggap (*Responsiveness*) dengan variabel kepuasan pelanggan di perpustakaan STIE Widya Wiwaha (Y) ditunjukkan oleh koefisien regresi b_3 sebesar -0.312, artinya variabel Daya Tanggap (*Responsiveness*) tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa, yakni hanya dapat menaikkan kepuasan hanya di Perpustakaan STIE Widya Wiwaha sebesar -31,2%
 5. Koefisien regresi $b_4 = 0.099$

Hubungan antara variabel Jaminan (*Assurance*) dengan variabel kepuasan pelanggan di perpustakaan STIE Widya Wiwaha (Y) ditunjukkan oleh koefisien regresi b_4 sebesar 0.099, artinya variabel Jaminan (*Assurance*) berpengaruh terhadap positif terhadap kepuasan mahasiswa, yakni hanya dapat menaikkan kepuasan hanya di Perpustakaan STIE Widya Wiwaha sebesar 9,9%
 6. Koefisien regresi $b_5 = 0.727$

Hubungan antara variabel Empati (*Empathy*) dengan variabel kepuasan pelanggan di perpustakaan STIE Widya Wiwaha (Y) ditunjukkan oleh koefisien regresi b_5 sebesar 0.727, artinya variabel Jaminan (*Assurance*) berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa, yakni hanya dapat menaikkan kepuasan hanya di Perpustakaan STIE Widya Wiwaha sebesar 72,7%

4.4.2. Uji Signifikansi Simultan (UJI F)

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (Simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2005). Untuk itu hipotesis yang digunakan adalah :

Ho = Variabel-variabel bebas yaitu Bukti langsung (*Tangible*), Keandalan (*Realibility*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel-variabel terikat yaitu kepuasan mahasiswa.

Ha = Variabel-variabel bebas yaitu Bukti langsung (*Tangible*), Keandalan (*Realibility*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel-variabel terikat yaitu kepuasan mahasiswa.

Dasar pengambilan keputusannya (Ghozali, 2005) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- a. Apabila probabilitas signifikansi < 0.05 atau $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, maka variabel variabel bebas (X) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y)
- b. Apabila probabilitas signifikansi > 0.05 atau $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$, maka variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y)

Tabel 4.12
Hasil Uji F Signifikan Simultan

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	255.366	5	51.073	17.660	.000 ^b
Residual	245.821	85	2.892		
Total	501.187	90			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Empati (X5), Bukti Fisik (X1), Jaminan (X4), Daya Tanggap (X3), Keandalan (X2)

Sumber: Data di olah (2018)

$$F \text{ tabel} = F (k; n-k) = F (5;86) = 2.32$$

Berdasarkan pengujian statistik dengan metode uji F, dimana tingkat signifikan yang diperoleh lebih kecil yakni sebesar 0.000 dari standar signifikan yakni 5% atau 0.05 dan F hitung 17.660 lebih besar dibandingkan F Tabel 2.32, maka sehingga H_a atau variabel terikat (Y) diterima atau kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap mahasiswa

4.4.3. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, Apakah Variabel X_1, X_2, X_3, X_4 dan X_5 benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y secara terpisah atau parsial (Ghozali, 2005). Untuk itu Hipotesis digunakan adalah:

a. Pada bukti fisik (*tangible*):

H_0 = Variabel-variabel bebas yaitu Bukti Fisik (*Tangible*) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel-variabel terikat yaitu kepuasan mahasiswa.

Ha = Variabel-variabel bebas yaitu Bukti Fisik (*Tangible*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel-variabel terikat yaitu kepuasan mahasiswa.

b. Pada Keandalan (*Realibility*):

Ho = Variabel-variabel bebas yaitu Keandalan (*Realibility*) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel-variabel terikat yaitu kepuasan mahasiswa.

Ha = Variabel-variabel bebas yaitu Keandalan (*Realibility*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel-variabel terikat yaitu kepuasan mahasiswa.

c. Daya tanggap (*Responsiveness*):

Ho = Variabel-variabel bebas yaitu Keandalan (*Realibility*), Daya tanggap tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel-variabel terikat yaitu kepuasan mahasiswa.

Ha = Variabel-variabel bebas yaitu Daya tanggap (*Responsiveness*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel-variabel terikat yaitu kepuasan mahasiswa.

d. Jaminan (*Assurance*):

Ho = Variabel-variabel bebas yaitu Jaminan (*Assurance*) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel-variabel terikat yaitu kepuasan mahasiswa.

Ha = Variabel-variabel bebas yaitu Jaminan (*Assurance*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel-variabel terikat yaitu kepuasan mahasiswa.

e. Empati (*Empathy*):

Ho = Variabel-variabel bebas yaitu Empati (*Empathy*) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel-variabel terikat yaitu kepuasan mahasiswa.

Ha = Variabel-variabel bebas yaitu Empati (*Empathy*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel-variabel terikat yaitu kepuasan mahasiswa.

Dasar pengambilan keputusannya (Ghozali, 2005) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

c. Apabila probabilitas signifikansi < 0.05 atau $T \text{ hitung} > T \text{ tabel}$, maka variabel variabel bebas (X) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y)

d. Apabila probabilitas signifikansi > 0.05 atau $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$, maka variabel bebas (X) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y)

$$T \text{ tabel} = T (\alpha/2 ; k; n-k-1) = (0.025; 5; 91-5-1) = 85 = T \text{ tabel} (1.992)$$

Tabel 4.13

Hasil Uji T Bukti Fisik

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.282	1.622		2.640	.010
Bukti Fisik (X1)	.632	.136	.423	4.658	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Mahasiswa

Suber: data primer di olah (2018)

Berdasarkan hasil pengujian tabel 4.13 di atas menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi lebih kecil yaitu sebesar 0.000 dari standar signifikans yakni 5 % atau 0.05 dan T hitung 4.658 lebih besar

dibandingkan T tabel 1.992, dengan nilai beta positif 0.423 lebih besar dibandingkan nilai signifikan sehingga H_a atau variabel bebas (X) diterima dapat disimpulkan bahwa variabel Bukti Fisik (*Tangible*) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

Tabel 4.14
Hasil Uji T Keandalan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.282	1.622		2.640	.010
Keandalan (X2)	.024	.173	.017	.139	.890

a. Dependent Variable: Kepuasan Mahasiswa

Sumber : data primer di olah (2018)

Berdasarkan hasil pengujian tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi lebih besar yaitu sebesar 0.890 dari standar signifikans yakni 5 % atau 0.05 dan T hitung 0.139 lebih kecil dibandingkan T tabel 1.992, nilai beta positif 0.017 lebih kecil dibandingkan dengan nilai signifikan, sehingga H_a atau variabel bebas (X) ditolak dapat disimpulkan bahwa variabel Keandalan (*Reliability*) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

Tabel 4.15
Hasil Uji T Daya Tanggap

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.282	1.622		2.640	.010
Daya Tanggap (X3)	-.312	.166	-.203	-1.878	.064

a. Dependent Variable: Kepuasan Mahasiswa

Sumber : data primer di olah (2018)

Berdasarkan hasil pengujian tabel 4.15 di atas menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi lebih besar yaitu sebesar 0.064 dari standar signifikans yakni 5 % atau 0.05 dan T hitung -1.878 lebih kecil dibandingkan T tabel 1.992, nilai beta negative -0.203 lebih kecil dibandingkan nilai signifikan, sehingga H_a atau variabel bebas (X) ditolak dapat disimpulkan bahwa variabel daya tanggap (*Responsiveness*) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

Tabel 4.16
Hasil Uji T Jaminan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.282	1.622		2.640	.010
Jaminan (X4)	.099	.118	.074	.838	.404

a. Dependent Variable: Kepuasan Mahasiswa

Sumber : data primer di olah (2018)

Berdasarkan hasil pengujian tabel 4.16 di atas menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi lebih besar yaitu sebesar 0.404 dari standar signifikans yakni 5 % atau 0.05 dan T hitung 0.838 lebih kecil dibandingkan T tabel 1.992, nilai beta positif 0.074 lebih kecil dibandingkan nilai signifikan, sehingga H_a atau variabel bebas (X) ditolak dapat disimpulkan bahwa variabel Jaminan (*Assurance*) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

Tabel 4.17
Hasil Uji T Empati
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.282	1.622		2.640	.010
Empati (X5)	.727	.136	.609	5.333	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Mahasiswa

Suber: data primer di olah (2018)

Berdasarkan hasil pengujian tabel 4.17 di atas menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi lebih kecil yaitu sebesar 0.000 dari standar signifikans yakni 5 % atau 0.05 dan T hitung 5.333 lebih besar dibandingkan T tabel 1.992 nilai beta positif 0.609 lebih besar dibandingkan nilai signifikan, sehingga H_0 atau variabel bebas (X) diterima dapat disimpulkan bahwa variabel Empati (*Emphaty*) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

4.4.4. Uji Koefisiensi Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisa regresi dimana hal ini ditunjukkan besarnya koefisien determinan (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi (R^2) nol variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila semakin mendekati 1 (satu), maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, selain itu koefisien determinasi (R^2) dipergunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X)

TABEL 4.18
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.714 ^a	.510	.481	1.701

a. Predictors: (Constant), Empati (X5), Bukti Fisik (X1), Jaminan (X4), Daya Tanggap (X3), Keandalan (X2)

Sumber: data primer di olah (2018)

Berdasarkan tabel 4.18 di atas menunjukkan bahwa besarnya koefien determinasi (r^2 square) = 0.510, maka dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Variabel bebas secara bersama-sama (Simultan) mempengaruhi variabel tidak bebas (terikat) sebesar 51% sisanya sebesar 49% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diketahui.

4.5. Pembahasan Hipotesis

A. Pengaruh Bukti Fisik (*Tangible*) Terhadap Kepuasan Mahasiswa

Melihat hasil pengujian di atas menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara bukti fisik terhadap kepuasan mahasiswa. Bukti fisik didalam penelitian ini antara lain seperti Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik pada perusahaan yang merupakan bukti nyata dari pelayanan Fasilitas fisik yang tersedia seperti gedung dan ruangan, kelengkapan peralatan, sarana komunikasi dan fasilitas komputer pelayanan. Fasilitas fisik perpustakaan di STIE Widya Wiwaha (Ruang membaca) bersih dan nyaman, Fasilitas layanan seperti wifi dan komputer absensi berfungsi dengan baik, Karyawan perpustakaan berpenampilan rapi dan bersih. Bukti fisik ini dapat mempengaruhi penilaian akan kepuasan mahasiswa untuk pertama kali karena bukti fisik dapat terlihat secara langsung ketika mahasiswa akan mendapatkan pelayanan. Pada penelitian ini mahasiswa setuju bahwa perpustakaan STIE Widya Wiwaha

memberikan kepuasan terkait bukti fisik perpustakaan. Hal ini dapat dilihat dari sebagian besar reponden yang menyatakan persetujuannya, artinya kondisi fisik pada perpustakaan sudah sesuai dengan keinginan mahasiswa. Semakin ditingkatkannya kondisi bukti fisik Perpustakaan STIE Widya Wiwaha maka semakin meningkat juga kepuasan mahasiswa.

B. Pengaruh Keandalan (*Reliability*) Terhadap Kepuasan Mahasiswa

Keandalan (*Reliability*) dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel ini tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Faktor Pengaruh dalam keandalan antara lain Mahasiswa mendapat pelayanan yang baik dan optimal, kemudahan prosedur pendaftaran dan pelayanan peminjaman buku bagi mahasiswa, pelaksanaan waktu pelayanan, sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Kepuasan mahasiswa terhadap keandalan karyawan didapatkan setelah mahasiswa melakukan interaksi dengan karyawan. Melihat hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa merasa kurang puas akan keandalan karyawan. Sehingga kompetensi karyawan harus ditingkatkan maka akan meningkat juga kepuasan mahasiswa.

C. Pengaruh Daya Tanggap (*Responsiveness*) Terhadap Kepuasan Mahasiswa

Daya Tanggap (*Responsiveness*) dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel ini tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Faktor Pengaruh dalam daya tanggap antara lain Karyawan perpustakaan tanggap menjawab akan pertanyaan dari pengunjung, Karyawan perpustakaan menangani masalah dan keluhan yang dialami pengunjung secara tepat, Karyawan merespon permintaan pengunjung secara cepat dan tepat. Kepuasan mahasiswa terhadap daya tanggap karyawan didapat setelah mahasiswa melakukan interaksi terhadap karyawan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa kurang puas terhadap daya tanggap karyawan. Sehingga respon daya tanggap ini harus diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa.

D. Pengaruh Jaminan (*Assurance*) Terhadap Kepuasan Mahasiswa

Jaminan (*Assurance*) dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel ini tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Faktor Pengaruh dalam Jaminan antara lain Karyawan perpustakaan mampu meyakinkan keamanan perpustakaan, karyawan perpustakaan mempunyai pengetahuan dan kompetensi yang profesional dalam melayani mahasiswa, karyawan dapat memberikan kepercayaan kepada mahasiswa untuk menangani masalah yang dihadapi. Jaminan ini menciptakan kepuasan setelah mahasiswa melakukan interaksi terhadap karyawan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa kurang puas terhadap jaminan karyawan. Sehingga respon jaminan ini harus diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa.

E. Pengaruh Empati (*Empathy*) Terhadap Kepuasan Mahasiswa

Empati (*Empathy*) dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel ini berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Faktor Pengaruh dalam empati antara lain Karyawan mampu menjalin hubungan yang baik dengan pengunjung, karyawan mampu berkomunikasi dengan baik, Karyawan mampu memahami kebutuhan pengunjung. Proses empati ini menciptakan kepuasan setelah mahasiswa melakukan interaksi terhadap karyawan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa puas terhadap jaminan karyawan. Sehingga respon jaminan ini harus ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa.

F. Variabel Bebas Yang Paling Berpengaruh Terhadap Kepuasan Mahasiswa

Hipotesis pada penelitian ini selain menguji apakah Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa juga menguji faktor bukti fisik menjadi variabel yang paling

berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pada perpustakaan STIE Widya Wiwaha.

Berdasarkan hasil nilai signifikan pengujian regresi linear berganda enunjukkan nilai untuk variabel bukti fisik sebesar 0.000 dengan nilai beta 0.423, variabel keandalan sebesar 0.890 dengan nilai beta sebesar 0.017, variabel daya tanggap sebesar 0.890 dengan nilai beta sebesar -0.203, variabel jaminan sebesar 0.404 nilai beta sebesar 0.074, variabel empati sebesar 0.000 nilai beta sebesar 0.609. Variabel menjadi variabel menjadi dominan terhadap kepuasan mahasiswa. Dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa bukti fisik menjadi variabel yang dominan tidak terbukti.

Sehingga hasil dari penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa merasakan kepuasan terhadap empati menjalin hubungan baik dengan mahasiswa ketika mahasiswa berkunjung ke perpustakaan. Mahasiswa merasakan menjalin hubungan baik dengan karyawan sehingga interaksi. Hal ini dikarenakan karyawan selalu berkomunikasi dengan baik dengan mahasiswa. Karena mahasiswa yakin dengan sikap profesional dan kemampuan kompetensi karyawan sangat baik dalam melayani. Mahasiswa tidak ragu untuk menyampaikan permasalahan kepada karyawan perpustakaan, karena mahasiswa percaya bahwa karyawan dapat membantu memberikan solusi. Untuk itu, empati akan standar pelayanan yang baik perlu ditingkatkan.

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian mengenai analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa kepada Perpustakaan STIE Widya Wiwaha, dapat dibuat beberapa kesimpulan sebagai berikut : Persamaan regresi yakni bukti fisik, empati berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan mahasiswa dan variabel keandalan, daya tangga, jaminan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan , artinya apabila variabel independen naik, maka variabel dependen juga meningkat, dan jika variabel independen turun, maka variabel dependen juga menurun. Dari hasil koefisien regresi yang didapat menunjukkan, variabel empati menjadi faktor terbesar yang mempengaruhi kepuasan Mahasiswa, kemudian bukti fisik, menjadi faktor terendah yang memengaruhi kepuasan mahasiswa. Sedangkan keandalan, daya tangga, jaminan tidak mempengaruhi kepuasan mahasiswa
2. Dari lima variabel yang memengaruhi kepuasan mahasiswa perpustakaan STIE Widya Wiwaha, variabel yang paling dominan adalah variabel Empati (*Empathy*) berdasarkan hasil uji t. variabel Empati (*Empathy*) mempunyai nilai t hitung sebesar 6.485>lebih besar dari t tabel (1,990) paling besar dibandingkan dengan variabel lainnya, dengan signifikan yang disyaratkan.

5.2. Saran

Agar Perpustakaan STIE Widya Wiwaha bisa lebih meningkatkan kepuasan pelanggan maka perlu melakukan beberapa langkah sebagai berikut :

1. Ditingkatkan kualitas pelayanan keandalan, daya tangga, jaminan berpengaruh dikarenakan ketiga variabel ini dianggap kurang signifikan sehingga mahasiswa kurang puas terhadap pelayanan.
2. Memberikan kotak saran dan kotak keluhan mahasiswa sehingga perpustakaan dapat mengetahui kelemahan perpustakaan tersebut.
3. Untuk penelitian selanjutnya lebih mendalam ke pokok permasalahan sehingga dan mengkombinasikan dari penelitian kuantitatif di kombinasikan dengan kualitatif.

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, Jazuli. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis*, Yogyakarta: STIE Widya Wiwaha
- Ferdinan, August. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman untuk penulisan Skripsi, Tesis dan Desertasi Ilmu Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Kotler, Philip., dan Armstrong Gary, (1996). *Dasar-dasar Pemasaran, Edisi V, Jilid 2*, Jakarta: Intermedia
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani . (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi 2*, Jakarta : Salemba Empat
- Prastowo, Andi. (2012). *Manajemen Perpustakaan Sekolah Profesional*. Yogyakarta: DIVA Press.
- Qalyubi Syihabudin, dkk. (2003). *Dasar-dasar Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, Yogyakarta: Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi Fakultas Adab IAIN Sunan Kalijaga.
- Samosir, Zurni Zahara. (2005). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa menggunakan Perpustakaan USU. Departemen Studi Perpustakaan dan Informasi, Universitas Sumatra Utara.
- Setyawati. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien Di UPT Puskesmas Rongkop Kabupaten Gunung Kidul. *Skripsi*. STIE Widya Wiwaha Yogyakarta
- Sanusi, Anwar. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat
- Sigit, Soehardi. (2001). *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial-Bisnis-Manajemen*. Cetakan Kedua, BPFE UST, Yogyakarta: Pena Persada Offset
- Sugiyono.(2000). *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono.(2010). *Metode penelitian kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: CV Alfabeta.

- Susanti, Lili Dwi. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Salon Ragil Rongkop. *Skripsi.*, STIE Widya Wiwaha Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, (2000). *Total Quality Service*, Yogyakarta: Andi Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy, (2005). *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: Bayumedia Publishing
- Tjiptono, Fandy, (2006). *Manajemen Jasa. Edisi Keempat*, Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy, (2007). *Manajemen Jasa*, Malang: Banyumedia
- Wiyono Gendro. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat Analisis Spss 17.0 & Smart Pls2.0*, Yogyakarta: STIM YKPN
- Yuventia, Y. (2012, 14 Juni). "STANDARISASI " PERPUSTAKAAN PERGURUAN TINGGI. Online. Tersedia: <http://digilib.undip.ac.id/v2/2012/06/14/standarisasi-perpustakaan-perguruan-tinggi/> . (19 desember 2017)
- Zeithaml, Valerie A., dan Mary J. Bitner, (1996), *Service Marketing*, McGraw-Hill Companies