

**ANALISIS KUALITAS LAYANAN PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS GADJAH MADA TERHADAP KEPUASAN  
MAHASISWA DI UNIVERSITAS GADJAH MADA  
TAHUN 2016**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

Nama : Siti Nurnaini  
Nomor Mahasiswa : 134114086  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI WIDYA WIWAHA  
YOGYAKARTA  
2017**

## ABSTRAK

### ANALISIS KUALITAS LAYANAN PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS GADJAH MADA TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS GADJAH MADA TAHUN 2016

Oleh  
Siti Nurnaini  
134114086

Tingginya kebutuhan mahasiswa terkait sumber-sumber referensi menjadikan alasan yang kuat untuk terus meningkatkan kualitas layanan di Perpustakaan Universitas Gadjah Mada. 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 akan keinginan dan harapan pengunjung tidaklah mudah, karena dalam pelaksanaannya sering ditemukan permasalahan-permasalahan yang berbeda-beda. Permasalahan baik sarana dan prasarana hingga sumber daya manusia masih juga terjadi. Melalui pendekatan dimensi kualitas layanan yang terbagi akan lima faktor yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati diharapkan dapat memetakan apakah posisi perpustakaan saat ini sudah memuaskan pengunjung atau belum. Mengelompokkan indikator-indikator yang ada di lapangan sesuai dengan lima dimensi kualitas layanan kemudian melakukan penyebaran kuesioner kepada pengunjung perpustakaan dimana dalam penelitian ini sampel yang digunakan mahasiswa yang mengunjungi perpustakaan pada hari dan jam yang sudah ditentukan. Pengambilan sampel dilakukan secara acak dan bebas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sejauh ini pelayanan yang diterima pengunjung sudah memuaskan secara merata. Hal ini dilihat dari hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa bukti fisik memiliki nilai signifikan 0,007, kehandalan memiliki nilai signifikan sebesar 0,035, daya tanggap memiliki nilai signifikan sebesar 0,042, jaminan memiliki nilai signifikan sebesar 0,008 dan empati memiliki nilai signifikan sebesar 0,038. Semua variabel berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa karena memiliki nilai signifikan kurang dari 0,05. Meskipun hasil penelitian menunjukkan kepuasan disetiap faktor, alangkah baiknya kualitas layanan terus ditingkatkan agar kepuasan pengunjung dapat dirasakan secara maksimal.

Kata kunci : perpustakaan, dimensi kualitas jasa

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	i
Halaman Judul Skripsi .....	ii
Halaman Pengesahan Skripsi .....	iii
Halaman Pengesahan Ujian.....	iv
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	v
Halaman Motto.....	vi
Halaman Persembahan .....	vii
Kata Pengantar .....	viii
Abstrak .....	x
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel .....	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran .....	xvi

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian .....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	7
1.4 Batasan Masalah .....	7
1.5 Tujuan Penelitian .....	7
1.6 Manfaat Penelitian .....	8

### **BAB II LANDASAN TEORI**

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Landasan Teori .....	10
2.2.1 Pemasaran Jasa .....	10
2.2.2 Kualitas Layanan.....	18
2.2.3 Kepuasan Konsumen.....	19
2.3 Kerangka Berfikir .....	21

2.4 Hipotesis .....	22
---------------------	----

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Lokasi Penelitian.....	23
3.2 Variabel Penelitian.....	25
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	26
3.4 Alat Pengumpul Data.....	29
3.5 Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.6 Populasi dan Sampel .....	30
3.7 Teknik Analisis .....	32
3.7.1 Uji Validitas .....	32
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	32
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	33
3.7.4 Uji Hipotesis.....	33

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Karakteristik Responden.....	36
4.1.1 Jenis Kelamin Mahasiswa.....	36
4.1.2 Jenjang Pendidikan Mahasiswa.....	37
4.2 Uji Instrumen dan Data Penelitian.....	38
4.2.1 Uji Validitas .....	38
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	41
4.3 Analisis Hipotesis .....	42
4.3.1 Hasil Regresi Linier Berganda .....	42
4.3.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	44
4.3.3 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t).....	46
4.3.4 Uji Koefisien Determinasi.....	51
4.4 Pembahasan Hipotesis .....	52
4.4.1 Pengaruh Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> ) Terhadap Kepuasan Mahasiswa .....	52
4.4.2 Pengaruh Keandalan ( <i>Reliability</i> ) Terhadap Kepuasan Mahasiswa .....	53

4.4.3	Pengaruh Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> ) Terhadap Kepuasan Mahasiswa.....	53
4.4.4	Pengaruh Jaminan ( <i>Assurance</i> ) Terhadap Kepuasan Mahasiswa .....	54
4.4.5	Pengaruh Empati ( <i>Empathy</i> ) Terhadap Kepuasan Mahasiswa .....	55
4.5	Faktor Paling Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen .....	55

## **BAB V PENUTUP**

5.1	Kesimpulan .....	57
5.2	Saran .....	57

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

**STIE Widya Wiwaha**  
**Jangan Plagiat**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Kunjungan Fisik Perpustakaan Universitas Gadjah Mada .....	4
Tabel 1.2	Jumlah Kunjungan Virtual Melalui <i>Website</i> .....	5
Tabel 1.3	Jumlah Mahasiswa Kerja Paruh Waktu .....	5
Tabel 1.4	Jumlah Akses Dokumen <i>Fulltext Online</i> .....	5
Tabel 1.5	Jumlah Koleksi Cetak Perpustakaan .....	5
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	36
Tabel 4.2	Jenjang Pendidikan Mahasiswa.....	37
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Bukti Fisik.....	38
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Kehandalan.....	39
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Bukti Daya Tanggap.....	39
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Jaminan.....	39
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Empati .....	40
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Kepuasan Mahasiswa .....	40
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas .....	41
Tabel 4.10	Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	42
Tabel 4.11	Rekapitulasi Hasil Uji F.....	45
Tabel 4.12	Hasil Uji-t Bukti Fisik.....	48
Tabel 4.13	Hasil Uji-t Kehandalan.....	48
Tabel 4.14	Hasil Uji-t Daya Tanggap .....	49
Tabel 4.15	Hasil Uji-t Jaminan.....	50
Tabel 4.16	Hasil Uji-t Empati .....	50
Tabel 4.17	Hasil Uji Kefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Alur Kerangka Berfikir .....	21
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Perpustakaan Universitas Gadjah Mada .....	24

**STIE Widya Wiwaha**  
**Jangan Plagiat**

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Hasil Data Kuesioner
- Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 4 Hasil Regresi Linear berganda
- Lampiran 5 Hasil Uji Keofisien Determinasi ( $R^2$ )

**STIE Widya Wiwaha**  
**Jangan Plagiat**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perpustakaan adalah sebuah koleksi buku dan majalah. Walaupun dapat diartikan sebagai koleksi pribadi perseorangan, namun perpustakaan lebih umum dikenal sebagai sebuah koleksi besar yang dibiayai dan dioperasikan oleh sebuah kota atau institusi, serta dimanfaatkan oleh masyarakat yang rata-rata tidak mampu membeli sekian banyak buku atas biaya sendiri. Seiring berjalannya waktu, perpustakaan modern telah didefinisikan kembali sebagai tempat untuk mengakses informasi dalam format apa pun, apakah informasi itu disimpan dalam gedung perpustakaan tersebut ataupun tidak. Dalam perpustakaan modern ini selain kumpulan buku tercetak, sebagian buku dan koleksinya ada dalam perpustakaan digital (dalam bentuk data yang bisa diakses lewat jaringan komputer).

Peran perpustakaan yaitu suatu upaya untuk memelihara dan meningkatkan efisiensi dan efektifitas proses belajar-mengajar. Perpustakaan yang terorganisasi secara baik dan sistematis, secara langsung atau pun tidak langsung dapat memberikan kemudahan bagi proses belajar mengajar di sekolah tempat perpustakaan tersebut berada. Hal ini, terkait dengan kemajuan bidang pendidikan dan dengan adanya perbaikan metode belajar-mengajar yang dirasakan tidak bisa dipisahkan dari masalah penyediaan fasilitas dan sarana pendidikan.

Adapun tujuan dari perpustakaan adalah untuk membantu masyarakat dalam segala umur dengan memberikan kesempatan dengan dorongan melalui jasa pelayanan perpustakaan agar mereka:

- 1) Dapat mendidik dirinya sendiri secara berkesimbangan
- 2) Dapat tanggap dalam kemajuan pada berbagai lapangan ilmu pengetahuan, kehidupan sosial dan politik
- 3) Dapat memelihara kemerdekaan berfikir yang konstruktif untuk menjadi anggota keluarga dan masyarakat yang lebih baik
- 4) Dapat mengembangkan kemampuan berfikir kreatif, membina rohani dan dapat menggunakan kemampuannya untuk dapat menghargai hasil seni dan budaya manusia
- 5) Dapat meningkatkan tarap kehidupan sehari-hari dan lapangan pekerjaannya
- 6) Dapat menjadi warga negara yang baik dan dapat berpartisipasi secara aktif dalam pembangunan nasional dan dalam membina saling pengertian antar bangsa
- 7) Dapat menggunakan waktu senggang dengan baik yang bermanfaat bagi kehidupan pribadi dan sosial

Berkembangnya teknologi yang semakin maju dapat memberikan dampak positif pada penyedia jasa informasi seperti perpustakaan agar dapat memenuhi kebutuhan informasi pengunjung secara maksimal. Informasi dan media edukasi yang lengkap saat ini dianggap sangat penting oleh

pengunjung. Sehingga ini menjadikan alasan para penyedia jasa ini untuk berlomba-lomba meningkatkan segala bentuk kualitas pelayanan antara lain penyajian informasi secara digitalisasi yang juga didukung oleh sumber daya yang kompeten.

Keberadaan perpustakaan universitas di Universitas Gadjah Mada sangat penting untuk mahasiswa. Melihat kebutuhan mahasiswa akan ilmu pengetahuan sangat besar, maka keberadaan unit jasa ini diharapkan dapat menunjang proses akademiknya. Hal ini disebabkan perpustakaan merupakan salah satu sarana penunjang untuk mencari buku-buku referensi dan dokumen pendukung lainnya yang dibutuhkan oleh mahasiswa.

Meskipun keberadaan perpustakaan di perguruan tinggi sangat penting, membentuk suatu layanan jasa perpustakaan yang sesuai dengan keinginan pengunjung tidaklah mudah, karena dalam pelaksanaannya sering juga ditemukan permasalahan-permasalahan teknis yang dapat membuat pengunjung merasa tidak nyaman. Oleh karena itu, perlu sistem informasi dan peningkatan kualitas sumber daya manusia serta fasilitas pendukung lainnya yang baik untuk dapat menunjang pelayanan yang diberikan. Sistem informasi yang disajikan secara *online* melalui *website* diharapkan dapat menunjang ketersediaan informasi secara fleksibel tanpa harus datang ke perpustakaan terlebih dahulu. Informasi terkait ketersediaan buku-buku referensi serta dokumen pendukung lainnya diharapkan dapat memudahkan mahasiswa untuk mengetahui ketersediaannya. Selain sistem informasi, sistem digitalisasi dokumen juga diperlukan agar mahasiswa dapat dengan

mudah mengakses dokumen-dokumen yang edisinya terbatas atau dokumen yang sudah langka. Digitalisasi informasi adalah proses mengubah berbagai informasi, kabar, atau berita dari format analog menjadi format digital sehingga lebih mudah untuk diproduksi, disimpan, dikelola, dan didistribusikan. Digitalisasi dilakukan untuk membuat arsip dokumen yang bersifat terbatas dan langka dalam bentuk digital, sehingga dapat diakses dengan mudah oleh pengunjung.

Selain peningkatan sistem informasi, peningkatan kualitas sumber daya manusia juga diperlukan guna menunjang pengaplikasian sistem-sistem tersebut sehingga tercipta kualitas layanan yang handal dan profesional. Sikap ramah, sigap, tanggap dan berwawasan luas dari karyawan sangat dibutuhkan oleh pengunjung dalam rangka memenuhi kebutuhan informasi yang akan dicari serta keramahan karyawan juga diperlukan ketika menghadapi keluhan dan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh pengunjung. Faktor-faktor di atas merupakan faktor-faktor penentu bagi terciptanya kualitas layanan yang maksimal.

Berikut adalah informasi yang didapatkan dari Perpustakaan Universitas Gadjah Mada yang dapat menunjukkan bahwa keberadaan perpustakaan ini berpengaruh positif terhadap mahasiswa:

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Kunjungan Fisik Perpustakaan Universitas Gadjah Mada**

Tahun 2014		Tahun 2015	
Pengunjung Internal (orang)	Pengunjung Eksternal (Orang)	Pengunjung Internal (Orang)	Pengunjung Eksternal (orang)
178.788	8.602	192.311	20.150

Sumber : Data Primer (2015)

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Kunjungan Virtual Melalui Website**

Tahun 2014	Tahun 2015
309.406 Kali	1.008.006 Kali

Sumber : Data Primer (2015)

**Tabel 1.3**  
**Jumlah Mahasiswa Kerja Paruh Waktu**

Tahun 2014	Tahun 2015
24 Orang	30 Orang

Sumber : Data Primer (2015)

**Tabel 1.4**  
**Jumlah Akses Dokumen *Fulltext Online*\***

Tahun 2014	Tahun 2015
2.624.423 Dokumen	2.672.410 Dokumen

Sumber : Data Primer (2015)

\*Akses via ezproxy.ugm.ac.id

**Tabel 1.5**  
**Jumlah Koleksi Cetak Perpustakaan**

Tahun 2014			Tahun 2015		
Buku	Penelitian	Terbitan Berkala	Buku	Penelitian	Terbitan Berkala
178.119 eksemplar	18.577 eksemplar	36.465 eksemplar	178.119 eksemplar	18.577 eksemplar	36.465 eksemplar

Sumber : Data Primer (2015)

Mencermati data-data di atas, dapat dilihat bahwa pengunjung perpustakaan universitas mengalami kenaikan di tahun 2015. Begitu juga dengan pengunjung virtual, jumlah mahasiswa kerja paruh waktu dan jumlah akses dokumen. Namun tidak ada kenaikan untuk jumlah koleksi cetak.

Konsistensi dalam peningkatan kualitas layanan ini harus dilaksanakan secara terus-menerus dan berbanding lurus dengan peningkatan kualitas

sumber daya manusianya. Proses pelayanan terjadi karena adanya interaksi antara karyawan dengan mahasiswa, sehingga karyawan perlu memiliki kemampuan, sikap, perhatian, tanggung jawab dan kedisiplinan agar kualitas layanan dapat terus meningkat setiap tahunnya. Fasilitas-fasilitas seperti gedung, peralatan komputer, ruang baca, jaringan internet dan sebagainya juga tidak kalah penting karena hal-hal tersebut merupakan bukti fisik yang juga mempengaruhi kepuasan mahasiswa ketika menggunakannya. Pengelolaan pelayanan melalui kritik dan saran juga dapat ditingkatkan untuk mengetahui prioritas pelayanan seperti apa yang diinginkan oleh mahasiswa.

## **1.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Mahasiswa masih sangat membutuhkan sarana perpustakaan yang memiliki fasilitas yang lebih baik, sehingga tercipta kualitas layanan jasa yang maksimal. Faktor-faktor kualitas layanan 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 apakah indikator-indikator yang ada di lapangan seperti penampilan gedung pada bukti fisik, prosedur pelayanan pada kehandalan, sarana keluhan pada daya tanggap, keamanan dan kenyamanan pada jaminan, serta sikap komunikasi pada empati, apakah telah memberikan rasa puas terhadap mahasiswa yang mengunjungi perpustakaan.

### 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang timbul diatas, maka dapat dirumuskan permasalahannya yaitu:

- 1) Apakah kualitas pelayanan jasa yang meliputi bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*realibility*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) berpengaruh pada kepuasan mahasiswa sebagai pengguna layanan jasa perpustakaan?
- 2) Faktor kualitas jasa apakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa?

### 1.4 Batasan Masalah

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana kualitas layanan jasa di Perpustakaan Universitas Gadjah Mada dengan memberikan kuesioner kepada mahasiswa yang berkunjung ke perpustakaan pada hari dan waktu yang telah ditentukan.

### 1.5 Tujuan Penelitian

- 1) Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan jasa yang meliputi bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*realibility*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) pada kepuasan mahasiswa sebagai pengguna layanan jasa perpustakaan.
- 2) Mengetahui apakah faktor bukti fisik (*tangible*) merupakan pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan mahasiswa.

## 1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh perpustakaan universitas. Sehingga ke depannya dapat semakin memperbaiki kualitas layanan dengan mengacu pada penelitian ini.

**STIE Widya Wiwaha**  
**Jangan Plagiat**

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Muh Yunus Bandu dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Makassar Barat, memiliki beberapa hasil penelitian antara lain:

1. Hasil penelitian mengenai analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Makassar Barat, dapat dibuat beberapa kesimpulan sebagai berikut :  
Persamaan regresi yakni bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, 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 *reability* menjadi faktor terbesar yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, kemudian *emphaty*, *tangible*, *responsiveness*, sementara *assurance* menjadi faktor terendah yang memengaruhi kepuasan pelanggan.
2. Dari lima variabel yang memengaruhi kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) Rayon Makassar Barat, variabel yang paling dominan adalah variabel *reability* (kehandalan) berdasarkan hasil uji-t, variabel *reability*

(kehandalan) mempunyai nilai  $t$  hitung (5,155) >  $t$  tabel (1,986) paling besar dibandingkan dengan variabel lainnya, dengan signifikan yang disyaratkan.

Membandingkan dengan penelitian yang akan dilakukan, apakah dengan fasilitas layanan yang sudah diperbaiki seperti gedung, fasilitas parkir, dan sistem digitalisasi yang dilakukan oleh Perpustakaan UGM memberikan pengaruh yang baik terhadap kepuasan mahasiswa. Melihat pengelola perpustakaan berusaha mengoptimalkan perbaikan pada setiap unsurnya.

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 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 Lupiyoadi, 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. Produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau sebaliknya. Sehingga pemasaran jasa dapat diartikan sebagai suatu kegiatan pemasaran dimana barang atau produk tidak berwujud, sehingga kita tidak bisa merasakannya apabila kita tidak menggunakannya serta produk jasa yang kita terima tidak menjadi hak milik bagi kita.

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

- 1) Produk jasa yang dikonsumsi tidak dapat dimiliki oleh konsumen.
- 2) Produk jasa merupakan produk suatu kinerja yang sifatnya *intangibles* atau tidak dapat diraba. Jadi produk jasa merupakan kinerja yang tidak dapat diraba bentuknya.
- 3) Dalam proses produksi jasa, konsumen memiliki peran 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 operasionalisasi masukan 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 relatif lebih diperhatikan.

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

- 1) *Intangibility* (tidak terwujud).

Jasa tidak terwujud, 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* (keragaman)

Jasa sangat beragam, karena tergantung siapa, kapan dan di mana jasa tersebut disediakan. Seringkali pembeli jasa menyadari akan keragaman 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 tetap 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) dan jasa

kepada jasa organisasi misalnya jasa akuntansi dan perpajakan, jasa konsultasi manajemen dan jasa konsultan hukum.

2). Tingkat Keberwujudan

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

a. *Rented goods service*

Dalam jenis ini konsumen hanya menyewa dan menggunakan produk-produk tertentu, berdasarkan tarif tertentu dan selama jangka waktu tertentu. Misalnya penyewaan mobil, VCD, hotel, villa, apartemen dan lain-lain.

b. *Owned goods service*

Disini barang-barang yang dimiliki oleh konsumen direparasi, dikembangkan, atau ditingkatkan untuk kerjanya atau dipelihara oleh perusahaan jasa. Jenis ini juga menyangkut perubahan bentuk barang yang dimiliki oleh konsumen. Contohnya jasa reparasi (arloji, sepeda motor, komputer, pencucian mobil, perawatan rumput lapangan golf dan lain-lain.

c. *Non goods service*

Jasa ini adalah jasa personal bersifat *intangible* yang ditawarkan pada konsumen. Misalnya sopir, pengasuh bayi, dosen, tutor, pemandu wisata, ahli kecantikan dan lain-lain.

### 3) Keterampilan Penyedia Jasa

Berdasarkan tingkat keterampilan jasa terdiri dari jasa profesional (misalnya konsultan manajemen, konsultan pajak, konsultan hukum, dokter, perawat, arsitek 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 dana bantuan panti asuhan, panti wreda, perpustakaan). Jasa komersial masih dapat diklasifikasikan lagi menjadi beberapa jenis menurut Stanton yang dikutip oleh Tjiptono (2005) antara lain sebagai berikut.

- a. Perumahan atau penginapan, mencakup penyewaan apartemen, villa, hotel, motel dan rumah.
- b. Operasi rumah tangga meliputi perbaikan rumah, reparasi peralatan rumah tangga, pertanaman.
- c. Rekreasi dan hiburan meliputi penyewaan dan reparasi peralatan yang 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 biro hukum, konsultas pajak, konsultasi 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 dan 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, konsultan manajemen dan konsultasi hukum).

7) Tingkat Kontak Penyedia Jasa dan Pelanggan

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

Organisasi dalam melakukan suatu penawaran biasanya mencakup beberapa jenis jasa, di mana komponen jasa merupakan bagian kecil ataupun bagian keseluruhan penawaran tersebut. Berdasarkan hal itu, penawaran suatu perusahaan dibedakan menjadi lima kategori yaitu :

- 1) Penawaran barang berwujud murni, contohnya adalah makanan cepat saji, sabun cuci, air minum kemasan, dan sebagainya.
- 2) Penawaran barang berwujud disertai jasa, contohnya penjualan produk sepeda motor dimana pelanggan juga membutuhkan servis rutin dan onderdil sepeda motor yang sudah dibelinya.
- 3) Campuran, dimana porsi antara produk dan jasanya seimbang, contohnya adalah penawaran makan di sebuah restaurant dimana pelanggan yang memesan makan disertai dengan kebutuhan pelayanan yang memuaskan.
- 4) Jasa Utama disertai barang tambahan, contohnya adalah perusahaan transportasi yang menjual jasa disertai produk tambahan misalnya makanan yang disajikan dengan merek tertentu.
- 5) Penawaran Jasa murni, contoh yang sering ditemui adalah pelayanan jasa salon kecantikan dan pijat refleksi.

Untuk mengembangkan unit usaha jasa yang telah dimiliki, diperlukan strategi bauran pemasaran jasa agar dapat semakin berkembang sehingga dapat menarik konsumen sebanyak-banyaknya. Menurut Kotler dan Armstrong (1996 : 48), bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan yang dipadukan oleh perusahaan untuk

menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran. Menurut Tjiptono (2007), bauran pemasaran jasa merupakan seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan.

Menurut Radiany dan Sularso (2008) konsep bauran pemasaran produk terdiri atas 4P (*product, price, place, promotion*). Namun untuk bauran pemasaran dalam jasa perlu ditambahkan menjadi 3P, sehingga bauran pemasaran jasa menjadi 7P (*product, price, place, promotion, people, physical evidence* dan *process*).

- 1) *Product*, adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan.
- 2) *Price*, adalah jumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk.
- 3) *Promotion*, adalah aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pangsa sasaran untuk membelinya.
- 4) *Place*, adalah saluran distribusi yang paling efektif agar produknya dapat ditemukan konsumen ketika konsumen membutuhkannya.
- 5) *People*, adalah personel yang melakukan transaksi dengan pihak lain.
- 6) *Physical evidence*, adalah bukti fisik yang akan disajikan kepada konsumen.
- 7) *Process*, adalah proses yang terjadi ketika pihak perusahaan berinteraksi dengan pihak lain.

### 2.2.2 Kualitas Layanan

Dampak dari berkembangnya teknologi yang semakin maju, mengakibatkan persaingan penyedia jasa semakin ketat. Sehingga untuk mempertahankan pelanggan perlu peningkatan kualitas layanan yang diberikan. Mengingat konsumen semakin banyak keinginan untuk memenuhi kebutuhan informasi yang diperlukan. Dengan alasan inilah organisasi penting untuk terus meningkatkan kualitas layanan agar dapat memenuhi keinginan dari konsumen.

Pengertian tentang kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2000) adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi harapan.

*Service quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima (Parasuraman, dkk. 1998) Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2006), yaitu:

- 1) Bukti fisik (*tangibles*) yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang dimaksud bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan.
- 2) Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- 3) Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

- 4) Jaminan (*assurance*) dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.
- 5) Empati (*empathy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Sebagai contoh perusahaan harus mengetahui keinginan pelanggan secara spesifik dari bentuk fisik produk atau jasa sampai pendistribusian yang tepat.

Strategi kualitas layanan biasanya berbeda-beda pada setiap organisasi. Hal ini terjadi karena kualitas layanan berasal dari kepemimpinan organisasi, budaya organisasi yang berorientasi terhadap konsumen, kemudian penggunaan sistem layanan yang bangun secara efektif dan faktor penunjang lainnya.

### **2.2.3 Kepuasan Konsumen**

Kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/jasa yang diterima dan yang diharapkan (Kotler, 1997). Organisasi apapun menganggap kepuasan konsumen sangat penting. Apabila konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, maka konsumen tidak akan ragu untuk kembali lagi.

Menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh organisasi yaitu pertama, kualitas produk di

mana pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Kedua, kualitas pelayanan di mana pelanggan akan merasa puas jika mendapatkan pelayanan yang baik. Ketiga, emosional di mana pelanggan akan merasa puas dan bangga serta mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum jika ia menggunakan produk tersebut. Keempat, harga yaitu ketika produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah. Terakhir, biaya yaitu ketika pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk mendapatkan suatu produk (Lupiyoadi, 2006).

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

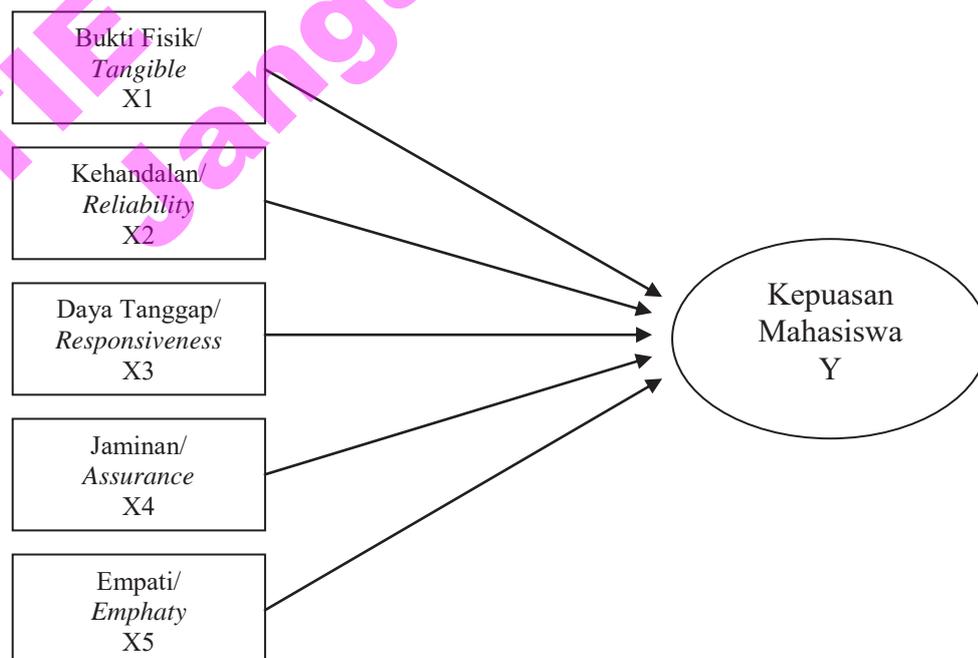
- 1) Sistem keluhan dan saran (*complaint and suggestion system*), yakni banyak perusahaan yang membuka kotak saran dan menerima keluhan yang dialami oleh pelanggan, selain itu customer hotline dan telepon bebas pulsa juga merupakan salah satu bentuk antisipasi perusahaan terhadap kualitas produk serta 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.

### 2.3 Kerangka Berfikir

Alur pemikiran / flowchart hubungan antara kualitas layanan (X) dan kepuasan konsumen (Y)

**Gambar 2.1**  
**Alur Kerangka Berfikir**



## 2.4 Hipotesis

Berdasarkan masalah pokok penelitian dan tujuan yang ingin dicapai, maka sebagai hipotesis adalah :

- 1) Kualitas pelayanan jasa yang terdiri dari bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*realibility*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pada perpustakaan Universitas di Universitas Gadjah Mada?
- 2) Bukti fisik (*tangible*) merupakan variabel paling berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pada perpustakaan Universitas di Universitas Gadjah Mada?

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Perpustakaan Universitas, Universitas Gadjah Mada yang beralamatkan di Bulaksumur, Kotak Pos 16, Yogyakarta, 55281.

Perpustakaan UGM berdiri pada 1 Maret 1951 di Jl. Panembahan Senopati (sekarang Hotel Limaran) Yogyakarta ketika kampus UGM masih berada di lingkungan Kraton. Kemudian Perpustakaan UGM pindah ke Sekip Unit V menempati eks Gedung Konferensi Kolombo pada 19 Desember 1959, yang lebih dikenal sebagai Perpustakaan UGM Unit II dengan luas bangunan 4.461 m<sup>2</sup>. Tanggal 31 Juli 1975 Perpustakaan UGM memperoleh tambahan gedung di Bulaksumur yang selanjutnya disebut sebagai Perpustakaan UGM Unit I terletak di sebelah selatan Gedung Pusat UGM dengan luas bangunan 2.883 m<sup>2</sup>.

Berdasarkan Surat Keputusan Rektor UGM nomor : 200/P/SK/HT/2008 Tanggal 9 Mei 2008, Perpustakaan Sekolah Pascasarjana UGM disatukan pengelolaannya dengan dengan Perpustakaan Universitas dan menjadi Perpustakaan UGM Unit III dengan luas 1.782 m<sup>2</sup>. Mulai 1 April 2012 semua unit di Perpustakaan UGM telah menempati satu lokasi yaitu di Bulaksumur 16 Yogyakarta. Dengan adanya penambahan 2 gedung baru diharapkan Perpustakaan UGM dapat lebih maksimal dalam melayani penggunaannya.

**Visi Perpustakaan Universitas Gadjah Mada :**

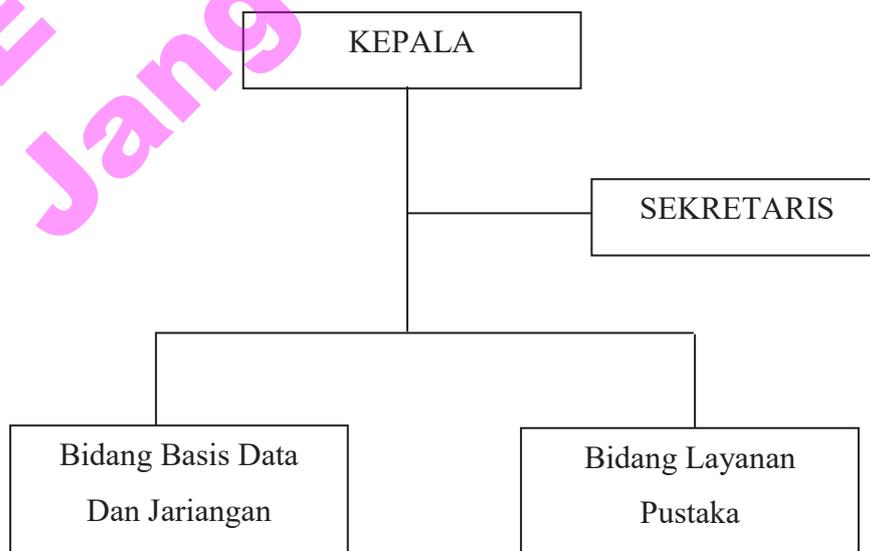
*“Menjadi pusat layanan informasi global berbasis teknologi yang mengunggulkan penelitian dan pendidikan pascasarjana”.*

**Misi Perpustakaan Universitas Gadjah Mada :**

- 1) Menjadi pusat rujukan informasi ilmiah bagi segenap civitas academica UGM.
- 2) Menjadi sarana penunjang yang handal dalam pelaksanaan tugas Tri Dharma Perguruan Tinggi.
- 3) Memfasilitasi pembelajaran sepanjang hayat dan menjadi rumah kedua bagi segenap civitas academica UGM.

**Struktur Organisasi Perpustakaan Universitas Gadjah Mada (Menurut Peraturan Rektor Universitas Gadjah Mada Nomor 1/P/SK/HT/2015 Tentang Kedudukan, Fungsi, Dan Tugas Organisasi Di Lingkungan Universitas Gadjah Mada)**

**Gambar 3.1**  
**Struktur Organisasi Perpustakaan Universitas Gadjah Mada**



### 3.2 Variabel Penelitian

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2007). Pada penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu :

1) Variabel dependen

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian utama peneliti. Hakekat sebuah masalah mudah terlihat dengan mengenai berbagai variabel dependen yang digunakan dalam sebuah model. Variabilitas dari atau atas faktor inilah yang berusaha untuk dijelaskan (Ferdinand, 2006). Dalam penelitian ini variabel dependen adalah kepuasan mahasiswa (Y).

2) Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif (Ferdinand, 2006). Pada penelitian ini variabel independen dilambangkan dengan (X), yaitu :

- |   |      |
|---|------|
| a. Bukti fisik ( <i>tangible</i> )        | (X1) |
| b. Keandalan ( <i>reliability</i> )       | (X2) |
| c. Daya tanggap ( <i>responsiveness</i> ) | (X3) |
| d. Jaminan ( <i>assurance</i> )           | (X4) |
| e. Empati ( <i>emphaty</i> )              | (X5) |

### 3.3 Definisi Operasional Variabel

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

#### 1) Bukti fisik (*tangible*) (X1)

Bukti fisik (*tangible*) adalah kebutuhan pelanggan yang berfokus pada fasilitas fisik (Zeithaml. Et. Al. 1985 dikutip oleh Aviliani dan Wilfridus, 1997). Fasilitas fisik yang tersedia seperti gedung dan ruangan, kelengkapan peralatan, sarana komunikasi dan fasilitas komputer pelayanan.

Indikator-indikator bukti fisik (*tangible*) dalam penelitian ini antara lain:

- a. Keadaan fisik (bangunan dan interior) Perpustakaan Universitas Gadjah Mada baik
- b. Fasilitas layanan seperti wifi, digital library, komputer akses berfungsi dengan baik
- c. Area parkir, ruang tunggu dan ruang baca bersih dan nyaman
- d. Petugas Perpustakaan berpenampilan rapi, bersih dan menarik

#### 2) Keandalan (*reliability*) (X2)

Keandalan (*Reliability*) merupakan kemampuan memberikan pelayanan dengan segera, akurat dan terpercaya (Tjiptono, 2006).

Indikator-indikator keandalan (*reliability*) dalam penelitian ini antara lain:

- a. Petugas Perpustakaan memberikan pelayanan yang maksimal
- b. Kemudahan prosedur pendaftaran dan pelayanan peminjaman bagi pengunjung

- c. Kemampuan petugas dalam memberikan informasi terkait koleksi perpustakaan
- d. Pelaksanaan waktu pelayanan, sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.

3) Daya tanggap (*responsiveness*) (X3)

Daya tanggap (*Responsiveness*) merupakan keinginan para staf untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap (Tjiptono, 2006).

Indikator-indikator daya tanggap (*responsiveness*) dalam penelitian ini antara lain:

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

4) Jaminan (*assurance*) (X4)

Jaminan (*Assurance*) merupakan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keraguraguan (Tjiptono, 2006).

Indikator-indikator jaminan (*assurance*) dalam penelitian ini antara lain:

- a. Petugas mampu meyakinkan pengunjung terhadap keamanan perpustakaan
- b. Petugas memiliki pengetahuan dan kompetensi yang profesional dalam melayani pengunjung.

- c. Petugas dapat memberikan kepercayaan kepada pengunjung untuk menangani masalah yang dihadapi pengunjung

5) Empati (*emphaty*) (X5)

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

Indikator-indikator empati (*emphaty*) dalam penelitian ini antara lain:

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

6) Kepuasan Mahasiswa (Y)

Pada umumnya kepuasan pelanggan ini merupakan tingkat perasaan senang atau kecewa dari konsumen yaitu mahasiswa setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya.

Indikator-indikator kepuasan konsumen dalam penelitian ini antara lain:

- 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 komunikasi yang baik dan mampu memahami kebutuhan pengunjung serta mampu menjalin hubungan yang baik dengan pengunjung.

### 3.4 Alat Pengumpul Data

Alat yang digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini adalah menggunakan kuesioner dengan skala Likert. Skala Likert menurut Djaali (2008:28) adalah skala yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena pendidikan. Skala Likert adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuesioner, dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Pada penelitian ini terdiri dari 4 jawaban dengan bobot nilai berbeda-beda.

1. Jawaban puas sekali diberi bobot 4
2. Jawaban puas diberi bobot 3
3. Jawaban kurang puas diberi bobot 2
4. Jawaban tidak puas diberi bobot 1

### 3.5 Data dan Teknik Pengumpulan Data

Data adalah informasi yang diakui kebenarannya dan akan menjadi dasar untuk dianalisis dalam penelitian.

### 1) Jenis Data

- a. Data primer merupakan informasi yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumbernya. Data primer dalam hal ini merupakan hasil pengamatan, wawancara dan pengisian kuesioner oleh responden.
- b. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung. Data ini bersumber dari dokumen laporan yang berkaitan dengan penelitian ini.

### 2) Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendukung penelitian ini, maka diperlukan informasi atau data baik dari dalam organisasi atau dari luar organisasi. Untuk itu diperlukan data-data yang dapat diambil dari berbagai sumber yaitu :

- a. Survei/observasi
- b. Wawancara
- c. Kuesioner/Angket

## 3.6 Populasi dan Sampel

### 1) Pengertian Populasi dan Sampel

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan (Sanusi, 2013). Menurut Ferdinand, populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal, atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat semesta penelitian. Sehingga populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa yang menggunakan jasa layanan perpustakaan

universitas. Populasi ini bersifat heterogen yang dapat dilihat dari beragamnya usia, jenis kelamin dan jenjang pendidikannya. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Gadjah Mada baik dari jenjang D3 sampai dengan S3.

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

## 2) Teknik Pengambilan Sampel

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2010), metode *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan pada penelitian ini adalah keterbatasan waktu dan biaya sehingga pengambilan sampel dilakukan pada waktu yang telah ditentukan.

## 3) Penentuan Jumlah Sampel

Karena terbatasnya dana dan waktu penelitian serta tidak diketahuinya jumlah populasi, maka pengambilan jumlah sampel menggunakan teori yang dikemukakan oleh Arikunto (2008) yaitu “Apabila kurang dari 100 lebih baik diambil semua hingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10-15% atau 20-55%”. Melihat data pengunjung fisik internal pada tahun 2015 sebanyak 192.311 orang, maka dalam satu harinya diperkirakan pengunjung sebanyak 616 orang. Dari perhitungan tersebut dapat diketahui sampel dalam

penelitian ini adalah sebanyak 92 responden. Sedangkan untuk memperoleh data 92 orang, saya melakukan penyebaran kuesioner sebanyak 100 buah, sehingga apabila ditemukan data yang tidak layak di entri, maka masih ada kuesioner yang dapat menggantikan.

### **3.7 Teknis Analisis**

#### **3.7.1 Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Karena kuesioner dapat dikatakan sah jika pertanyaan pada kuesioner dapat memperlihatkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Sehingga validitas digunakan untuk melihat sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung (untuk setiap butir dapat dilihat pada kolom *corrected item-total correlations*) dengan  $r$  tabel untuk *degree of freedom* ( $df$ )= $n-k$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah item. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka pertanyaan tersebut dikatakan valid (Ghozali, 2005).

#### **3.7.2 Uji Reliabilitas**

Uji Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur

reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai  $\alpha > 0,60$  (Ghozali, 2005).

### 3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linear sederhana, yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas (Sanusi, 2013). Dalam penelitian ini menganalisis ada tidaknya pengaruh *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* terhadap kepuasan mahasiswa.

### 3.7.4 Uji Hipotesis

#### a. 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 :

$H_0$  : Variabel-variabel bebas yaitu bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*realibility*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan mahasiswa.

$H_a$  : Variabel-variabel bebas yaitu bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*realibility*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variable terikatnya yaitu kepuasan mahasiswa.

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

- a) Apabila probabilitas signifikansi  $> 0.05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- b) Apabila probabilitas signifikansi  $< 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

b. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel X1, X2, X3, X4 dan X5 benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y secara terpisah atau parsial (Ghozali, 2005). Untuk itu hipotesis yang digunakan adalah :

$H_0$  : Variabel-variabel bebas yaitu bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan mahasiswa.

$H_a$  : Variabel-variabel bebas yaitu bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat kepuasan mahasiswa.

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

- a) Apabila angka probabilitas signifikansi  $> 0.05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- b) Apabila angka probabilitas signifikansi  $< 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- c. Uji Koefisien Determinasi

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

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada pengunjung Perpustakaan Universitas Gadjah Mada, maka dapat diketahui karakteristik dari setiap pengunjung. Karakteristik atau identitas responden ini berdasarkan jenis kelamin dan jenjang pendidikan dari responden tersebut.

##### 4.1.1 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	Persentase %
Laki-Laki	33	33.0
Perempuan	67	67.0
Total	100	100.0

Sumber : data primer diolah (2016)

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh perempuan sebanyak 67 mahasiswa dengan persentase sebesar 67% dan sisanya adalah responden laki-laki sebanyak 33 mahasiswa dengan persentase sebesar 33%. Jumlah

ini merupakan faktor kebetulan karena pada saat penyebaran kuesioner, responden perempuan berpartisipasi lebih banyak. Namun demikian perbedaan jenis kelamin dapat menimbulkan perbedaan persepsi atau sudut pandang dalam menilai kualitas layanan yang diberikan oleh Perpustakaan Universitas Gadjah Mada.

#### 4.1.2 Jenjang Pendidikan Mahasiswa

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

**Tabel 4.2**  
**Jenjang Pendidikan Mahasiswa**

Kategori	Frekuensi	Persentase %
DIII/IV	9	9.0
S1	70	70.0
S2	21	21.0
Total	100	100.0

Sumber : data primer di olah (2016)

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jenjang pendidikan mahasiswa didominasi oleh mahasiswa S1 sebanyak 70 orang dengan persentase sebesar 70%, selanjutnya ,ahasiswa S2 sebanyak 21 orang dengan persentase sebesar 21% dan yang paling rendah adalah mahasiswa D3/D4 sebanyak 9 orang dengan persentase sebesar 9%. Perbedaan pada jenjang pendidikan ini juga dapat

mengakibatkan perbedaan dalam kemampuan analisis terhadap suatu permasalahan seperti pelayanan yang diberikan oleh Perpustakaan Universitas Gadjah Mada.

## 4.2 Uji Instrumen dan Data Penelitian

### 4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Menurut Sugiyono (2007), untuk menguji validitas konstruk dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya. Setiap butir pertanyaan dinyatakan valid apabila memiliki  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (Ghozali, 2005). Rekapitulasi butir kuesioner hasil uji coba instrumen terlihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Validitas Bukti Fisik**

Butir	r hitung	r tabel	keterangan
Butir 1	0.674	0.195	valid
Butir 2	0.780	0.195	valid
Butir 3	0.820	0.195	valid
Butir 4	0.680	0.195	valid

Sumber : Data primer diolah (2016)

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Validitas Kehandalan**

Butir	r hitung	r tabel	keterangan
Butir 1	0.840	0.195	valid
Butir 2	0.851	0.195	valid
Butir 3	0.822	0.195	valid
Butir 4	0.794	0.195	valid

Sumber : Data primer diolah (2016)

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Validitas Daya Tanggap**

Butir	r hitung	r tabel	keterangan
Butir 1	0.856	0.195	valid
Butir 2	0.880	0.195	valid
Butir 3	0.893	0.195	valid

Sumber : Data primer diolah (2016)

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas Jaminan**

Butir	r hitung	r tabel	keterangan
Butir 1	0.902	0.195	valid
Butir 2	0.906	0.195	valid
Butir 3	0.920	0.195	valid

Sumber : Data primer diolah (2016)

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Validitas Empati**

Butir	r hitung	r tabel	keterangan
Butir 1	0.922	0.195	valid
Butir 2	0.948	0.195	valid
Butir 3	0.899	0.195	valid

Sumber : Data primer diolah (2016)

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Validitas Kepuasan Mahasiswa**

Butir	r hitung	r tabel	keterangan
Butir 1	0.679	0.195	valid
Butir 2	0.826	0.195	valid
Butir 3	0.756	0.195	valid
Butir 4	0.769	0.195	valid
Butir 5	0.813	0.195	valid

Sumber : Data primer diolah (2016)

Berdasarkan tabel-tabel hasil uji coba di atas menunjukkan bahwa besarnya nilai r hitung seluruh butir pertanyaan nilainya lebih besar dari r tabel yaitu 0,195. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh butir dinyatakan valid.

#### 4.2.2 Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas ini teknik yang digunakan untuk mengukur konsistensi internal dalam penelitian ini dengan teknik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) (Ghozali, 2005). Apabila nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) lebih besar dari 0,6, maka kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan *reliabel*. Jika nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) lebih kecil 0,6, maka kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan tidak *reliabel*. Hasil pengujian reliabilitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Alpha Cronbach	Nilai Kritis	Keterangan
Bukti Fisik	0,722	0.6	reliabel
Kehandalan	0.846	0.6	reliabel
DayaTanggap	0.849	0.6	reliabel
Jaminan	0,891	0.6	reliabel
Empati	0.913	0.6	reliabel
Kepuasan Mahasiswa	0,814	0.6	reliabel

Sumber : Data primer diolah (2016)

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) seluruh variabel penelitian lebih besar dari 0,6, sehingga seluruh variabel dinyatakan reliabel dengan mengacu pada pendapat yang dikemukakan oleh Ghozali (2005).

### 4.3 Analisis Hipotesis

#### 4.3.1 Hasil Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini, dalam menganalisis regresi linear berganda penulis menggunakan seri program statistik SPSS versi 18. SPSS adalah suatu program *software* komputer yang digunakan untuk mengolah data baik parametrik maupun nonparametrik, seperti ditunjukkan pada Tabel berikut ini:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.787	1.005		2.772	.007
	Bukti Fisik	.240	.087	.191	2.763	.007
	Kehandalan	.211	.099	.198	2.141	.035
	Daya Tanggap	.219	.106	.164	2.065	.042
	Jaminan	.311	.115	.283	2.711	.008
	Empati	.216	.102	.182	2.109	.038

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data primer yang diolah (2016)

Berdasarkan tabel 4.10 di atas diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 2.787 + 0.240X_1 + 0.211 X_2 + 0.219X_3 + 0.311 X_4 + 0.216 X_5$$

Dimana:

1. Konstanta = 2,787

Variabel independen terdiri dari bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*) mempunyai hubungan positif dengan kepuasan mahasiswa. Nilai konstanta sebesar 2,787 menunjukkan bahwa semakin meningkatnya pelayanan yang diberikan akan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa yang dirasakan.

2.  $X_1 = 0,240$

Bersarnya koefisien variabel bukti fisik (*tangible*) yang berarti setiap peningkatan *tangible* sebesar 1%, maka kepuasan pengunjung meningkat sebesar 0,240 dengan asumsi variabel lainnya konstan.

3.  $X_2 = 0,211$

Bersarnya koefisien variabel kehandalan (*reliability*) yang berarti setiap peningkatan *reliability* sebesar 1%, maka kepuasan pengunjung meningkat sebesar 0,211 dengan asumsi variabel lainnya konstan.

4.  $X_3 = 0,219$

Bersarnya koefisien variabel daya tanggap (*responsiveness*) yang berarti setiap peningkatan *resposiveness* sebesar 1%, maka kepuasan pengunjung meningkat sebesar 0,219 dengan asumsi variabel lainnya konstan.

5.  $X_4 = 0,311$

Bersarnya koefisien variabel jaminan (*assurance*) yang berarti setiap peningkatan *assurance* sebesar 1%, maka kepuasan pengunjung meningkat sebesar 0,311 dengan asumsi variabel lainnya memiliki nilai konstan.

6.  $X_5 = 0,216$

Bersarnya koefisien variabel empati (*emphaty*) yang berarti setiap peningkatan *emphaty* sebesar 1%, maka kepuasan pengunjung meningkat sebesar 0,216 dengan asumsi variabel lainnya konstan.

Hasil regresi berganda di atas menunjukkan bahwa keseluruhan variabel bebas yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh positif terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pengunjung.

#### 4.3.2 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 fisik (*tangible*), kehandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*),

dan empati (*empathy*) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan mahasiswa.

Ha : Variabel-variabel bebas yaitu bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan mahasiswa.

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

- Apabila probabilitas signifikansi  $> 0.05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- Apabila probabilitas signifikansi  $< 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

**Tabel 4.11**  
**Rekapitulasi Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	356.595	5	71.319	41.219	.000 <sup>b</sup>
	Residual	162.645	94	1.730		
	Total	519.240	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Empati, Bukti Fisik, Daya Tanggap, Kehandalan, Jaminan

Sumber : Data primer yang diolah (2016)

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, maka dapat disimpulkan bahwa tingkat

signifikan yang diperoleh yaitu  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_a$  diterima atau kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

#### 4.3.3 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel X1, X2, X3, X4 dan X5 benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y secara terpisah atau parsial (Ghozali, 2005). Untuk itu hipotesis yang digunakan adalah:

Pada bukti fisik :

$H_0$  : Variabel-variabel bebas yaitu bukti fisik (*tangible*) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan mahasiswa.

$H_a$  : Variabel-variabel bebas yaitu bukti fisik (*tangible*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat kepuasan mahasiswa.

Pada kehandalan :

$H_0$  : Variabel-variabel bebas yaitu kehandalan (*realibility*) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan mahasiswa.

$H_a$  : Variabel-variabel bebas yaitu kehandalan (*realibility*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat kepuasan mahasiswa.

Pada daya tanggap :

Ho : Variabel-variabel bebas yaitu daya tanggap (*responsiveness*) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan mahasiswa.

Ha : Variabel-variabel bebas yaitu daya tanggap (*responsiveness*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat kepuasan mahasiswa.

Pada jaminan :

Ho : Variabel-variabel bebas yaitu jaminan (*assurance*) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan mahasiswa.

Ha : Variabel-variabel bebas yaitu jaminan (*assurance*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat kepuasan mahasiswa.

Pada empati :

Ho : Variabel-variabel bebas yaitu empati (*empathy*) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan mahasiswa.

Ha : Variabel-variabel bebas yaitu empati (*empathy*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat kepuasan mahasiswa.

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

- a. Apabila angka probabilitas signifikansi  $> 0.05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- b. Apabila angka probabilitas signifikansi  $< 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji-t Bukti Fisik**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.787	1.005		2.772	.007
Bukti Fisik	.240	.087	.191	2.763	.007

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
Sumber : Data primer yang diolah (2016)

Berdasarkan hasil pengujian Tabel 4.12 di atas menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi lebih kecil yaitu sebesar 0,007 dari standar signifikan yakni 5% atau 0,05, ini menunjukkan bahwa tingkat signifikan yang diperoleh yaitu  $0,007 < 0,05$  sehingga  $H_a$  diterima atau dapat disimpulkan bahwa variabel bukti fisik (*tangible*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji-t Kehandalan**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.787	1.005		2.772	.007
Kehandalan	.211	.099	.198	2.141	.035

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
Sumber : Data primer yang diolah (2016)

Berdasarkan hasil pengujian Tabel 4.13 di atas menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi lebih kecil yaitu sebesar 0,035 dari standar signifikan yakni 5% atau 0,05, ini menunjukkan bahwa tingkat signifikan yang diperoleh yaitu  $0,035 < 0,05$  sehingga  $H_a$  diterima atau dapat disimpulkan bahwa variabel kehandalan (*reliability*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji-t Daya Tanggap**

Model		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.787	1.005		2.772	.007
	Daya Tanggap	.219	.106	.164	2.065	.042

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
Sumber : Data primer yang diolah (2016)

Berdasarkan hasil pengujian Tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi lebih kecil yaitu sebesar 0,042 dari standar signifikan yakni 5% atau 0,05, ini menunjukkan bahwa tingkat signifikan yang diperoleh yaitu  $0,042 < 0,05$  sehingga  $H_a$  diterima atau dapat disimpulkan bahwa variabel daya tanggap (*responsiveness*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji-t Jaminan**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.787	1.005		2.772	.007
	Jaminan	.311	.115	.283	2.711	.008

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
Sumber : Data primer yang diolah (2016)

Berdasarkan hasil pengujian Tabel 4.15 di atas menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi lebih kecil yaitu sebesar 0,008 dari standar signifikan yakni 5% atau 0,05, ini menunjukkan bahwa tingkat signifikan yang diperoleh yaitu  $0,008 < 0,05$  sehingga  $H_0$  diterima atau dapat disimpulkan bahwa variabel jaminan (*assurance*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji-t Empati**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.787	1.005		2.772	.007
	Empati	.216	.102	.182	2.109	.038

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
Sumber : Data primer yang diolah (2016)

Berdasarkan hasil pengujian Tabel 4.16 di atas menunjukkan bahwa terdapat nilai signifikansi lebih kecil yaitu sebesar 0,038 dari standar signifikan yakni 5% atau 0,05, ini menunjukkan bahwa tingkat signifikan yang diperoleh yaitu  $0,038 < 0,05$  sehingga  $H_a$  diterima atau dapat disimpulkan bahwa variabel empati (*emphaty*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

#### 4.3.4 Uji Keofisien Determinasi

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

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.829 <sup>a</sup>	.687	.670	1.315

a. Predictors: (Constant), Empati, Bukti Fisik, Daya Tanggap, Kehandalan, Jaminan

Sumber : Data primer yang diolah (2016)

Berdasarkan Tabel 4.17 di atas menunjukkan bahwa besarnya koefisien determinasi ( $r^2$  square) = 0,670, maka dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel tidak bebas sebesar 67% sisanya sebesar 33% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

#### 4.4 Pembahasan Hipotesis

##### 4.4.1 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 dalam penelitian ini antara lain seperti bangunan perpustakaan, interior perpustakaan, area parkir, ruang tunggu, ruang baca, penampilan petugas dan fasilitas lainnya. Fasilitas lain yang terdapat di perpustakaan Universitas Gadjah Mada antara lain seperti, wifi, komputer akses serta kantin. Bukti fisik ini dapat memengaruhi penilaian akan kepuasan untuk pertama kali karena bukti fisik dapat terlihat secara langsung ketika mahasiswa akan mendapatkan pelayanan. Pada penelitian ini mahasiswa setuju bahwa Perpustakaan Universitas Gadjah Mada memberikan kepuasan terkait bukti fisik perpustakaan. Hal ini dapat dilihat dari sebagian besar responden yang menyatakan persetujuannya, Artinya kondisi fisik pada perpustakaan sudah sesuai dengan keinginan mahasiswa. Semakin ditingkatkannya kondisi bukti fisik Perpustakaan

Universitas Gadjah Mada maka semakin meningkat juga kepuasan mahasiswa.

#### **4.4.2 Pengaruh Keandalan (*Reliability*) Terhadap Kepuasan Mahasiswa**

Keandalan (*Reliability*) dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel ini juga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Faktor pengaruh dalam keandalan antara lain seperti pemberian pelayanan yang maksimal, kemudahan prosedur baik pendaftaran ataupun peminjaman koleksi, kemampuan petugas dalam memberikan informasi dan pelaksanaan waktu pelayanan apakah sudah sesuai dengan ketentuan atau belum. Kepuasan mahasiswa terhadap keandalan petugas didapatkan setelah mahasiswa melakukan interaksi dengan petugas. Melihat dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa merasa puas akan keandalan para petugas. Semakin meningkatnya kompetensi petugas maka akan meningkatkan keandalan petugas. Sehingga dengan meningkatnya keandalan maka meningkat juga kepuasan yang akan dirasakan oleh mahasiswa.

#### **4.4.3 Pengaruh Daya Tanggap (*Responsiveness*) Terhadap Kepuasan Mahasiswa**

Hasil pengujian terhadap daya tanggap (*responsiveness*) dalam penelitian ini juga menunjukkan hasil bahwa variabel ini juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Faktor-faktor yang

mempengaruhi daya tanggap antara lain daya tanggap akan pertanyaan, daya tanggap akan penanganan masalah atau keluhan dan daya tanggap akan permintaan mahasiswa yang mengunjungi perpustakaan. Penilaian terhadap daya tanggap terjadi setelah mahasiswa melakukan interaksi komunikasi terhadap karyawan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa puas terhadap daya tanggap karyawan. Sehingga apabila respon daya tanggap ini semakin ditingkatkan maka kepuasan mahasiswa juga akan meningkat.

#### **4.4.4 Pengaruh Jaminan (*Assurance*) Terhadap Kepuasan Mahasiswa**

Melihat hasil pengujian di atas, variabel jaminan juga menunjukkan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Faktor-faktor jaminan yang diberikan antara lain petugas dapat meyakinkan pengunjung akan keamanan, petugas memiliki pengetahuan dan kompetensi yang profesional dan petugas dapat memberikan kepercayaan kepada pengunjung untuk menangani masalah yang dihadapi oleh pengunjung. Jaminan ini dapat menciptakan kepuasan setelah mahasiswa melakukan interaksi terhadap petugas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa puas akan jaminan yang diberikan oleh petugas. Sehingga apabila jaminan ini terus ditingkatkan oleh petugas, maka kepuasan mahasiswa juga akan meningkat.

#### 4.4.5 Pengaruh Empati (*Empathy*) Terhadap Kepuasan Mahasiswa

Pengaruh empati dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Faktor-faktor empati dalam penelitian ini antara lain petugas mampu menjalin hubungan yang baik, mampu berkomunikasi dengan baik dan mampu memahami kebutuhan pengunjung. Proses empati dapat menciptakan kepuasan setelah proses berlangsung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa puas akan empati yang diberikan oleh petugas. Sehingga semakin ditingkatkan empati dalam berkomunikasi dengan mahasiswa, maka kepuasan mahasiswa juga semakin meningkat.

#### 4.5 Faktor Paling Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen

Hipotesis pada penelitian ini selain menguji apakah bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa juga menguji apakah faktor bukti fisik (*tangible*) menjadi variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa pada Perpustakaan Universitas Gadjah Mada.

Berdasarkan hasil nilai signifikan pengujian regresi linier berganda menunjukkan nilai untuk variabel bukti fisik sebesar 0,007 dengan nilai beta sebesar 0,191, variabel kehandalan sebesar 0,035 dengan nilai beta sebesar 0,198, variabel daya tanggap sebesar 0,042 dengan nilai beta sebesar 0,164, variabel jaminan sebesar 0,008 dengan nilai beta sebesar 0,283 dan variabel

empati sebesar 0,038 dengan nilai beta sebesar 0,182. Variabel jaminan menjadi variabel dengan nilai signifikan terkecil kedua yaitu sebesar 0,008 namun memiliki nilai beta tertinggi yaitu sebesar 0,283. Sehingga variabel jaminan menjadi variabel yang paling dominan terhadap kepuasan mahasiswa. Dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa bukti fisik menjadi variabel yang sangat dominan tidak terbukti.

Ini berarti hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa merasakan jaminan keamanan dan kenyamanan ketika mahasiswa berkunjung ke perpustakaan. Mahasiswa merasa yakin dan aman terhadap barang-barang yang dibawa tidak akan mudah hilang begitu saja. Hal ini dikarenakan petugas selalu siap siaga dalam menjalankan tugasnya untuk menjaga dan mengamankan area yang berada di sekitar perpustakaan. Kompetensi dan profesional petugas juga dirasakan memuaskan bagi mahasiswa. Karena mahasiswa yakin akan sikap profesional dan kemampuan kompetensi petugas sangat baik dalam melayani. Mahasiswa tidak ragu untuk menyampaikan permasalahan-permasalahan kepada petugas, karena mahasiswa percaya bahwa petugas dapat membantu memberikan solusi. Untuk itu, jaminan akan standar pelayanan yang baik perlu ditingkatkan.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa Berdasarkan hasil nilai signifikan pengujian regresi linier berganda menunjukkan nilai untuk variabel bukti fisik sebesar 0,007 dengan nilai beta sebesar 0,191, variabel kehandalan sebesar 0,035 dengan nilai beta sebesar 0,198, variabel daya tanggap sebesar 0,042 dengan nilai beta sebesar 0,164, variabel jaminan sebesar 0,008 dengan nilai beta sebesar 0,283 dan variabel empati sebesar 0,038 dengan nilai beta sebesar 0,182. Semua variabel berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa karena memiliki nilai signifikan kurang dari 0,05.
2. Variabel jaminan menjadi variabel yang dominan karena memiliki nilai signifikan terkecil kedua yaitu sebesar 0,008 dengan nilai beta tertinggi yaitu sebesar 0,283.

#### 5.2 Saran

Adapun saran yang dapat disampaikan agar kepuasan mahasiswa dalam menggunakan layanan jasa perpustakaan universitas terus meningkat antara lain:

1. Selalu meningkatkan kualitas layanan di semua variabel meskipun dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pada semua variabel telah menunjukkan tingkat kepuasan.
2. Melihat semakin berkembangnya teknologi ke depannya, diharapkan terdapat peningkatan pada pengembangan sistem informasi agar informasi yang dibutuhkan oleh mahasiswa dapat mudah diakses.
3. Sejalan dengan peningkatan sistem informasi, perlu juga dilakukan peningkatan kompetensi sumber daya manusia. Hal ini menjadi sangat penting karena suatu sistem yang semakin canggih diperlukan tenaga kerja yang semakin handal. Untuk menunjang hal tersebut dapat dilakukan dengan cara pelatihan kompetensi secara berkala, evaluasi kinerja secara berkala serta kaderisasi tenaga kerja agar selalu tercipta tenaga kerja yang handal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi, (2008), *Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan*, Jakarta : Bumi Aksara.
- Azwar, Saifuddin, (1997), *Metode Penelitian*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Ferdinand, Augusty, (2006), *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Djaali, (2008), *Psikologi Pendidikan*, Jakarta : PT. Bumi Aksara
- Ghozali, Imam, (2005), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip., dan Amstrong Gary, (1996), *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi V, Jilid 2, Jakarta : Intermedia.
- Kotler, Philip., (1997), *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi VII, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat., dan Hamdani A., (2006), *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta : Salemba Empat.
- Radiany, Rahmady., dan Sularso, Andi, (2007), *Konsentrasi Pemasaran*, Surabaya : Badan Penerbit Mahardhika.
- Sanusi, Anwar, (2013), *Metodologi Penelitian Bisnis*, Jakarta : Salemba Empat.
- Sugiyono, (2001), *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, (2007), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.*, Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono, (2010), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.*, Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy, (2000), *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy, (2005), *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta : Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandy, (2006), *Manajemen Jasa. Edisi Keempat*, Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy, (2007), *Pemasaran Jasa*, Malang : Banyumedia.

Umar, Husein, (2003), *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Aviliani, R dan Wilfridus, L. (1997), “*Membangunan Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan*”, *Usahawan*, No. 5

Parasuraman, A., V.A. Zeithaml, dan L.L. Berry. (1998), “*Servqual: A Multiple-Item Scale for Marketing Consumer Perceptions of Service Quality*”, *Journal of Retailing*, Vol. 64 No. 1

Muh Yunus Bandu. (2013), *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Makassar Barat*, Skripsi, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin, Makassar.

<http://repository.unhas.ac.id/bitstream/handle/123456789/4627/PENGARUH%20KUALITAS%20PELAYANAN%20TERHADAP%20KEPUASAN%20PELANGGAN%20PADA%20PT%20PLN%20PERSERO%20RAYON%20MAKASSAR%20BARAT.pdf>

<https://id.wikipedia.org/wiki/Perpustakaan>

[https://id.wikipedia.org/wiki/Digitalisasi\\_informasi](https://id.wikipedia.org/wiki/Digitalisasi_informasi)

STIE Widya Jiwana  
Jangan Plagiat