

JABM

Jurnal Akuntansi, Bisnis dan Manajemen

ISSN:0854-4190

Pengaruh Manajemen Pengetahuan Terhadap Pegawai Kinerja Karyawan Non PNS yang di Mediasi Pembelajaran Organisasi Universitas Brawijaya

(Studi Pada Fakultas Terakreditasi Internasional). *Arien Hadhi Wibowo*

Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan Perpustakaan Kota Malang. *Didik Priyo dan Triana Murtiningtyas*

Dampak Pengangkatan Kembali Sri Mulyani Indrawati (SMI) Menjadi Menteri Keuangan Negara Republik Indonesia Terhadap Bursa Efek Indonesia (*Event Study* Pada Sektor Perbankan dan *Real Estate*). *Yuli Agustina*

Penyusunan Anggaran Penjualan Keramik (*Ceramic Tiles*) pada Toko Aira Mandiri Group Kota Langsa menggunakan Metode Trend Moment. *Muhammad Fuad dan Dian Novita*

Pengaruh *Human, Organization* dan *Technology (Hot)* Terhadap Kualitas Informasi Pelaporan Keuangan Pada Badan Layanan Umum. *Siti Amerieska*

JABM

VOLUME 23

NOMOR 2

Oktober 2016

DAFTAR ISI

Volume 2**No. 2****Oktober 2016**

- Pengaruh Manajemen Pengetahuan Terhadap Pegawai Kinerja Karyawan Non PNS yang di Mediasi Pembelajaran Organisasi Universitas Brawijaya (Studi Pada Fakultas Terakreditasi Internasional) 63-77
Arien Hadhi Wibowo
- Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan Perpustakaan Kota Malang 78-89
Didik Priyo dan Triana Murtiningtyas
- Dampak Pengangkatan Kembali Sri Mulyani Indrawati (SMI) Menjadi Menteri Keuangan Negara Republik Indonesia Terhadap Bursa Efek Indonesia (*Event Study* Pada Sektor Perbankan dan *Real Estate*) 90-102
Yuli Agustina
- Penyusunan Anggaran Penjualan Keramik (*Ceramic Tiles*) pada Toko Aira Mandiri Group Kota Langsa menggunakan Metode Trend Moment 103-121
Muhammad Fuad dan Dian Novita
- Pengaruh *Human, Organization* dan *Technology* (Hot) Terhadap Kualitas Informasi Pelaporan Keuangan Pada Badan Layanan Umum 122-144
Siti Amerieska

Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan Perpustakaan Kota Malang

Didik Priyo Sugiharto dan Triana Murtiningtyas

Dosen STIE Malangkececwara Malang

Jl. Terusan Candi Kalasan Malang

Telp. (0341) 491813

Abstract:

This study was conducted to determine the relationship and the influence of the dimensions of quality of services which include tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Emphaty to customer satisfaction in using library services Malang to determine the dimensions of service quality which one has the most dominant influence on customer satisfaction in using library services Malang. Each library can maintain its existence if it can carry out its role. Generally speaking roles - roles that can be done is be a medium between users of the collection as a source of information knowledge, be institutions and cultural interest in the development of reading and generating awareness of the importance of lifelong learning. Develop communication between the user and or with the organizers so as to create collaboration, sharing of knowledge and other scientific communications and also as a motivator, mediator and facilitator for users in search, utilize and develop knowledge and experience. Also acts as an agent of change, development and human culture. According to the city library functions required to deliver high quality service services are services that can meet the needs and expectations of library users, so as to meet users' satisfaction by providing a variety of resources. Information needed both to improve the knowledge for purposes of study, as well as to help solve the problems that are in the face it.

Keywords: *Quality of service, tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and customer satisfaction*

PENDAHULUAN

Setiap perpustakaan dapat mempertahankan eksistensinya apabila dapat menjalankan perannya. Secara umum peran – peran yang dapat dilakukan adalah menjadi media antara pemakai dengan koleksi sebagai sumber informasi pengetahuan, menjadi lembaga pengembangan minat dan budaya membaca serta pembangkit kesadaran pentingnya belajar sepanjang hayat. Mengembangkan komunikasi antara pemakai dan atau dengan

penyelenggara sehingga tercipta kolaborasi, sharing pengetahuan maupun komunikasi ilmiah lainnya dan juga sebagai motivator, mediator dan fasilitator bagi pemakai dalam usaha mencari, memanfaatkan dan mengembangkan ilmu pengetahuan dan pengalaman. Juga berperan sebagai agen perubah, pembangunan dan kebudayaan manusia.

Sesuai dengan fungsinya perpustakaan kota dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas jasa tinggi yaitu layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna perpustakaan, sehingga dapat memenuhi kepuasan penggunaannya dengan menyediakan berbagai sumber informasi. Informasi yang diperlukan baik untuk meningkatkan ilmu pengetahuan bagi keperluan studi, maupun untuk membantu memecahkan masalah-masalah yang sedang di hadapinya. Dilihat dari pengertian di atas, perpustakaan tidak ditujukan sebagai lembaga yang ingin mendapatkan laba, tetapi lebih mengutamakan pada pelayanan pengguna. Walaupun perpustakaan sebagai organisasi yang "nirlaba" dalam hal melayani pembaca atau pencari informasi, perpustakaan juga perlu menerapkan falsafah dan prinsip-prinsip pemasaran yang modern agar dapat mencapai tujuan organisasional dengan baik.

Perpustakaan sebagai lembaga yang mengelola sumber informasi dan pelestari bahan pustaka hasil budaya bangsa serta melakukan jasa informasi perlu dipersiapkan dan dikelola dengan baik. Agar dapat diwujudkan sistem perpustakaan yang kompetitif yang bermuara pada kepuasan pengguna. Dari sinilah perpustakaan dapat menunjukkan eksistensi dan perannya dalam menghadapi era informasi global.

TINJAUAN TEORI

Dalam bahasa Indonesia dikenal istilah "perpustakaan" (berasal dari kata Sansekerta *pustaka*) artinya kitab, buku. Dalam bahasa Inggris, pembaca tentu mengenal istilah *library* (berasal dari kata Latin *liber* atau *libri*) artinya buku. Dari kata Latin tersebut terbentuklah istilah *librarian* yang artinya tentang buku. Dari istilah diatas diperoleh batasan perpustakaan merupakan kumpulan buku, manuskripsi, dan bahan pustaka lainnya yang digunakan untuk keperluan studi atau bacaan, kenyamanan atau kesenangan. Sedangkan Payne (2000:8) memberikan definisi tentang jasa adalah sebagai berikut: Jasa merupakan suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketidak berwujudan (*intangibility*) yang berhubungan dengannya, yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau properti dalam kepemilikan, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Perubahan kondisi mungkin saja terjadi dan produksi jasa bisa saja berhubungan atau bisa pula tidak berkaitan dengan produk fisik. Jasa memiliki karakteristik unik yang membedakan dari barang atau produk-produk manufaktur. Ada karakteristik pokok dari jasa yang membedakan antara jasa dengan barang.

Menurut Tjiptono (2000:15), jasa memiliki empat karakteristik utama yang membedakan dari barang, yaitu: (1) *Intangibility* Barang merupakan suatu objek, alat, atau benda sedangkan jasa adalah perbuatan, kinerja (performance), atau usaha. Bila barang dapat dimiliki, maka jasa hanya dapat dikonsumsi tetapi tidak dimiliki. Meskipun sebagian besar jasa dapat berkaitan dan didukung oleh produk fisik, misalnya telepon dalam jasa telekomunikasi, pesawat dalam jasa angkutan udara. Jasa bersifat intangible, yang berarti tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Konsep intangible pada jasa memiliki dua pengertian, yaitu :Sesuatu yang tidak dapat disentuh dan tidak dapat dirasa dan sesuatu yang tidak dapat dengan mudah didefinisikan, diformulasikan, atau dipahami; (2) *Inseparability* Jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat yang bersamaan. Tidak seperti barang manufaktur yang diproduksi dipabrik, disimpan, dan kemudian dijual lalu baru dikonsumsi. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa. Kedua belah pihak mempengaruhi hasil (*outcome*) dari jasa tersebut. Dalam hubungan penyedia jasa dan pelanggan, efektifitas individu yang menyampaikan jasa (*contact-personel*) merupakan unsur yang sangat penting; (3) *Variability* Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *non-standardized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenisnya tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Para penikmat jasa sangat peduli dengan variabilitas yang tinggi dan seringkali mereka meminta pendapat orang lain sebelum memutuskan untuk memilih. Dalam hal ini penyedia jasa dapat melakukan tiga tahap dalam pengendalian kualitasnya, yaitu : Melakukan investasi dalam seleksi dan pelatihan personil yang baik, Melakukan standarisasi proses pelaksanaan jasa (*service-performance process*), Memantau kepuasan pelanggan melalui sistem saran dan keluhan, survey pelanggan dan *comparison shopping*, sehingga layanan yang kurang baik dapat dideteksi dan dikoreksi; (4) *Perishability* Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Daya tahan suatu jasa tergantung pada situasi yang diciptakan oleh berbagai faktor. Kamar hotel yang tidak dihuni atau jam tertentu tanpa pasien ditempat praktek dokter, akan berlalu/hilang begitu saja karena tidak dapat disimpan untuk dipergunakan diwaktu lain. Hal ini tidak menjadi masalah bila permintaannya tetap karena mudah untuk menyiapkan pelayanan untuk permintaan tersebut sebelumnya.

Kualitas jasa sendiri memiliki banyak definisi dan makna, sebagian orang mengartikan secara berlainan, menurut Tjiptono (1997:2) menerangkan bahwa terdapat beberapa definisi mengenai kualitas, di antaranya: kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian, perbaikan atau penyempurnaan berkelanjutan., bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan semenjak awal dan setiap saat.,

melakukan segala sesuatu secara benar semenjak awal, sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan. Sedangkan menurut Lupiyoadi (2001:144) menyatakan bahwa kualitas jasa dapat didefinisikan sebagai: “Seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh”.

Ada dalam beberapa pengertian mengenai kepuasan pelanggan yang dikemukakan oleh beberapa pakar, di antaranya yaitu: (1) Kotler (1994:46) menandakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibanding dengan harapannya; (2) Yamit (2001:78) mengartikan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil (*outcome*) yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan.

Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas atau terkesan. Langkah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen merupakan factor penting yang harus diperhatikan untuk menjawab *voice of customer* (suara konsumen), sehingga didapatkan kemampuan untuk menjawab keinginan konsumen tersebut.

Adapun berbagai metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, metode tersebut antara lain (Yamit, 2001: 80): (1) Sistem Pengaduan. Sistem ini memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk memberikan saran, keluhan, dan bentuk ketidakpuasan lainnya dengan cara menyediakan kotak saran; (2) Survey Pelanggan atau Konsumen. Survey pelanggan atau konsumen merupakan cara yang umum digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan, misalnya, melalui surat pos, telepon, atau wawancara secara langsung; dan (3) Panel Pelanggan atau Konsumen. Perusahaan mengundang pelanggan atau konsumen yang setia terhadap produk dan mengundang pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah pindah menjadi pelanggan perusahaan lain.

Kepuasan konsumen dibentuk dan didasarkan oleh beberapa faktor diantaranya pengalaman masa lampau, opini masyarakat, informasi yang diterima, janji-janji perusahaan dan lain sebagainya. Oleh karena itu kepuasan konsumen bisa jadi merupakan sesuatu yang kompleks, dan untuk dapat bertahan suatu penyedia jasa harus dapat mewujudkannya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa yang menentukan suatu jasa berkualitas atau tidak adalah pelanggan. Karena pelangganlah yang menikmati dan merasakan jasa tersebut, sehingga merekalah yang seharusnya menentukan kualitas jasa. Persepsi konsumen terhadap kualitas jasa merupakan penilaian

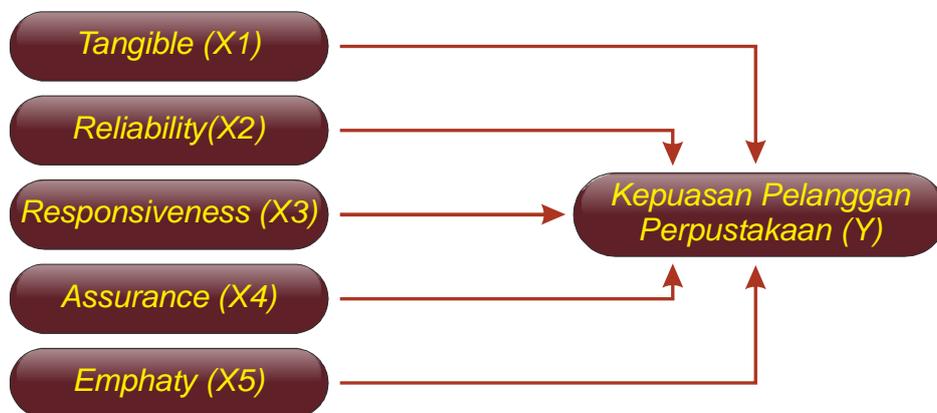
menyeluruh atas keunggulan suatu jasa.

Kualitas jasa suatu penyedia jasa akan memotivasi konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan konsumen serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dimana perusahaan dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan dan meminimalkan atau meniadakan pengalaman yang tidak atau kurang menyenangkan.

Dalam hal ini Tjiptono (2002:54) yang menyatakan bahwa : “Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan”.

Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah: (1) Diduga peubah *tangible* (X_1), *Reliability* (X_2), *Responsiveness* (X_3), *Assurance* (X_4), dan *Emphaty* (X_5) mempunyai hubungan dan pengaruh bermakna terhadap kepuasan pelanggan (Y) perpustakaan Kota Malang; dan (2) Diduga *Responsiveness* (X_3) merupakan peubah yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan perpustakaan Kota Malang.



Gambar 1. Model Hipotesis

METODE PENELITIAN

Peubah-peubah yang mendukung dalam penelitian ini adalah Peubah Bebas (X) dalam penelitian ini adalah: (1) *Tangible*/Bukti Langsung (X_1). Dimensi *tangible* atau bukti fisik adalah kemampuan perpustakaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak luar. Adapun item-item yang digunakan adalah: Peralatan dan teknologi yang dimiliki, Design fisik perpustakaan, Kenyamanan dan kebersihan ruangan, Bahan pustaka yang

dimiliki; (2) *Reliability*/Keandalan (X_2), adalah aspek-aspek keandalan yang diberikan pihak perpustakaan Kota Malang, dalam hal ini jasa yang diberikan kepada pengunjung atau pengguna perpustakaan lainnya. Adapun item-item yang digunakan adalah: Keakuratan pencatatan dalam peminjaman. Kesiapan petugas dalam melayani pengunjung., Keandalan layanan yang diberikan perpustakaan, Kelancaran dalam melayani peminjaman/pengembalian; (3) *Responsiveness*/Daya Tanggap (X_3), adalah kecepatan tanggapan dari pihak petugas perpustakaan dalam memberikan jasa, sekaligus mampu menangkap aspirasi-aspirasi yang muncul dari pengunjung. Item-item yang digunakan adalah: Kecepatan/ketanggapan petugas, Kesiediaan membantu pengunjung, Tanggap atas keluhan pengunjung, Prosedur Layanan; (4) *Assurance*/Jaminan (X_4), merupakan kemampuan pihak perpustakaan untuk memberikan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang dikemukakan kepada pengunjung. Item-item yang digunakan adalah: Kemampuan dan pengetahuan petugas, Petugas berpakaian rapi dan berpenampilan baik, Kejujuran petugas dan Keamanan menggunakan perpustakaan; (5) *Emphaty*/Empati (X_5), merupakan kesiediaan petugas perpustakaan untuk lebih peduli, komunikatif dan mampu memahami pengunjung. Item-item yang digunakan adalah Perhatian atau kepedulian petugas kepada pengunjung, Respon dan dukungan petugas terhadap kebutuhan pengunjung, Kemudahan dalam menemui petugas dan Keadilan dalam memberikan layanan.

Peubah terikat berupa kepuasan pelanggan (Y) merupakan suatu penilaian yang diberikan oleh pengunjung sebagai pelanggan setelah menggunakan jasa. Penilaian kepuasan yang dilakukan oleh pengunjung mengacu pada penilaian tentang seluruh pengalamannya selama menjadi pengguna jasa perpustakaan Kota Malang. Item-item yang digunakan untuk mengukur variable ini adalah Perasaan puas terhadap kebutuhan literature yang tersedia, Perasaan puas terhadap teknologi dan peralatan yang digunakan, Perasaan puas terhadap kenyamanan, Perasaan puas terhadap kualitas pelayanan petugas.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sebelumnya telah dikemukakan dalam hipotesis I yang menyatakan bahwa diduga peubah-peubah *Tangible* (X_1), *Reliability* (X_2), *Responsiveness* (X_3), *Assurance* (X_4), dan *Emphaty* (X_5) mempunyai hubungan dan pengaruh yang bermakna terhadap *Kepuasan Konsumen* (Y) dalam menggunakan jasa perpustakaan Kota Malang. Alat yang digunakan untuk menganalisis hipotesis I adalah analisis Korelasi Berganda dan Regresi Berganda.

Tabel 1. Hasil Uji Korelasi Berganda

Peubah terikat	Peubah bebas	Koefisien korelasi (R)	Koefisien determinasi (R^2)	F Hitung	F Tabel	Sig F	Keputusan terhadap H_0
Y	X_1	0,941	0,885	83,306	2,37	0,000	Ditolak
	X_2						
	X_3						
	X_4						
	X_5						

Sumber : Lampiran Regression

Berdasarkan tabel 1 di atas maka dapat diketahui nilai F hitung 83,306 lebih besar dari F tabel (2,37) dan Sig F yang dihasilkan sebesar 0,000 di bawah nilai signifikan 0,05 sehingga menghasilkan keputusan menolak H_0 dan menerima H_a . Hal ini berarti peubah-peubah *Tangible* (X_1), *Reliability* (X_2), *Responsiveness* (X_3), *Assurance* (X_4), dan *Emphaty* (X_5) secara bersama-sama mempunyai hubungan bermakna terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dalam menggunakan jasa perpustakaan Kota Malang.

Besarnya nilai koefisien korelasi berganda (R) menunjukkan seberapa besar keeratan hubungan antara peubah-peubah bebas secara bersama-sama terhadap peubah terikat. Nilai koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0,941 menunjukkan bahwa kelima peubah bebas yang digunakan dalam penelitian ini (*Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty*) secara bersama-sama mempunyai hubungan yang erat terhadap peubah terikat (kepuasan pelanggan).

Nilai koefisien determinasi (R^2) yang dihasilkan sebesar 0,885 menunjukkan bahwa besarnya kontribusi semua peubah bebas (*Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty*) terhadap naik turunnya nilai peubah terikat (kepuasan pelanggan) adalah sebesar 88,5%, dimana sisanya sebesar 11,5% dipengaruhi oleh peubah bebas yang lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dari penjelasan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis I yang menduga peubah-peubah *Tangible* (X_1), *Reliability* (X_2), *Responsiveness* (X_3), *Assurance* (X_4), dan *Emphaty* (X_5) secara bersama-sama mempunyai hubungan bermakna terhadap kepuasan pelanggan (Y) dalam menggunakan jasa perpustakaan Kota Malang dapat dibuktikan kebenarannya.

Hasil Analisis Regresi Berganda

Untuk membuktikan bahwa peubah-peubah bebas yaitu peubah-peubah *Tangible* (X_1), *Reliability* (X_2), *Responsiveness* (X_3), *Assurance* (X_4), dan *Emphaty* (X_5) mempunyai hubungan bermakna terhadap Kepuasan

Pelanggan (Y) dalam menggunakan jasa perpustakaan Kota Malang digunakan alat analisis regresi berganda. Hasil uji regresi berganda dengan bantuan SPSS dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Berganda

Peubah terikat	Peubah bebas	Koefisien regresi (b)	t Hitung	t Tabel	Sig t	Keputusan terhadap Ho
Y	X ₁	0,635	7,721	1,658	0,000	Ditolak
	X ₂	0,310	5,543	1,658	0,000	Ditolak
	X ₃	0,062	0,631	1,658	0,531	Diterima
	X ₄	0,161	1,444	1,658	0,154	Ditolak
	X ₅	0,160	0,165	1,658	0,001	Ditolak

Sumber : Lampiran Regression

Dari hasil analisis regresi berganda seperti tercantum pada tabel diatas dapat diketahui bahwa : (1) Nilai t hitung peubah *Tangible* (X₁) sebesar 7,721 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,658 dan nilai sig t yang dihasilkan (0,00) dibawah nilai signifikan 0,05 menunjukkan bahwa peubah *Tangible* (X₁) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y); (2) Nilai t hitung peubah *Reliability* (X₂) sebesar 5,543 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,658 dan nilai sig t yang dihasilkan (0,000) diatas nilai signifikan 0,05 menunjukkan bahwa peubah *Reliability* (X₂) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y); (3) Nilai t hitung peubah *Responsiveness* (X₃) sebesar 0,631 lebih kecil dari nilai t tabel sebesar 1,658 dan nilai sig t yang dihasilkan (0,081) diatas nilai signifikan 0,05 menunjukkan bahwa peubah *Responsiveness* (X₃) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y); (4) Nilai t hitung peubah *Assurance* (X₄) sebesar 1,444 lebih kecil dari nilai t tabel sebesar 1,658 dan nilai sig t yang dihasilkan (0,880) diatas nilai signifikan 0,05 menunjukkan bahwa peubah *Assurance* (X₄) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y); dan (5) Nilai t hitung peubah *Emphaty* (X₅) sebesar 3,347 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,658 dan nilai sig t yang dihasilkan (0,001) dibawah nilai signifikan 0,05 menunjukkan bahwa peubah *Emphaty* (X₅) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa nilai t hitung peubah bebas *Tangible* (X₁), *Reliability* (X₂) dan *Emphaty* (X₅) lebih besar dari nilai t tabel dan nilai sig t dibawah nilai signifikan 0,05. Sedangkan peubah bebas yang lainnya yaitu *Responsiveness* (X₃), dan *Assurance* (X₄) memiliki nilai t hitung lebih kecil dari t tabel dan nilai sig t diatas signifikan 0,05. Hal ini

dapat diartikan bahwa hanya peubah bebas *Tangible* (X_1), *Reliability* (X_2) dan *Emphaty* (X_5) yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap peubah terikat kepuasan pelanggan (Y). Dan peubah bebas *Responsiveness* (X_3), dan *Assurance* (X_4) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peubah terikat kepuasan pelanggan (Y).

Dari hasil pengujian hipotesis I dengan alat analisis korelasi berganda dan regresi berganda, maka dapat disimpulkan bahwa peubah bebas *Tangible* (X_1), *Reliability* (X_2) dan *Emphaty* (X_5) mempunyai hubungan dan pengaruh yang signifikan terhadap peubah terikat kepuasan pelanggan (Y) dalam menggunakan jasa perpustakaan Kota Malang.

Untuk menguji hipotesis II yang menyatakan bahwa diduga peubah *Responsiveness* (X_3) merupakan peubah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dalam menggunakan jasa perpustakaan Kota Malang, diantara peubah-peubah *Tangible* (X_1), *Reliability* (X_2), *Assurance* (X_4), dan *Emphaty* (X_5) dilakukan dengan menggunakan alat analisis regresi berganda. seperti yang telah disebutkan bahwa dengan menggunakan alat analisis regresi berganda akan diketahui besarnya pengaruh dari masing-masing peubah bebas terhadap peubah terikat. Hal ini dapat dilihat dari besarnya nilai koefisien regresi masing-masing peubah bebas. Peubah bebas dengan nilai regresi terbesar merupakan peubah bebas yang mempunyai pengaruh dominan terhadap peubah terikat. Persamaan regresi yang terbentuk dari hasil analisis regresi berganda dapat dilihat pada tabel 3 di bawah ini:

Tabel 3. Hasil Pengujian Regresi Berganda Antara Peubah Bebas Dan Peubah Terikat

Peubah Terikat	Peubah Bebas	Koefisien regresi (b)
Y	X_1	0,635
	X_2	0,310
	X_3	0,062
	X_4	0,161
	X_5	0,111
	Konstanta	-0,037

Sumber : Lampiran Regression

Dari tabel 3 di atas dapat diketahui besarnya nilai koefisien regresi masing-masing peubah bebas terhadap peubah terikat. Peubah bebas yang mempunyai koefisien regresi terbesar adalah peubah *Tangible* (X_1) yaitu sebesar 0,635. Hal ini mengartikan bahwa peubah *Emphaty* (X_5) mempunyai

pengaruh dominan terhadap peubah kepuasan pelanggan (Y) dalam menggunakan jasa perpustakaan Kota Malang diantara peubah-peubah *Tangible* (X_1), *Reliability* (X_2), *Responsiveness* (X_3), dan *Assurance* (X_4). Dengan demikian hipotesis II ditolak atau tidak terbukti karena peubah *Responsiveness* (X_3) tidak mempunyai pengaruh yang dominan terhadap peubah terikat kepuasan pelanggan (Y) dalam menggunakan jasa perpustakaan Kota Malang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh dimensi kualitas jasa yang berupa *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty* terhadap kepuasan pelanggan perpustakaan Kota Malang serta untuk mengetahui dimensi kualitas jasa diantara *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty* yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa perpustakaan Kota Malang.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung perpustakaan Kota Malang. Dengan jumlah sampel yang telah ditentukan sebanyak 60 responden dengan pertimbangan bahwa jumlah sampel tersebut berada diantara jumlah sampel yang ditentukan untuk setiap penelitian (30-500) serta berada diatas jumlah sampel minimum yang ditentukan untuk jenis penelitian korelasional. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* (sampel kebetulan).

Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan alat analisis korelasi berganda dan regresi berganda diperoleh hasil sebagai berikut: (1) Hasil hipotesis I diperoleh nilai F hitung 83,306) lebih besar dari F tabel (2,35) dan nilai sig F yang dihasilkan sebesar 0,000 dibawah nilai signifikan 0,05 sehingga menghasilkan keputusan menolak H_0 dan menerima H_a . Hal ini berarti peubah-peubah *Tangible* (X_1), *Reliability* (X_2), *Responsiveness* (X_3), *Assurance* (X_4), dan *Emphaty* (X_5) secara bersama-sama mempunyai hubungan bermakna terhadap kepuasan pelanggan (Y) dalam menggunakan jasa perpustakaan kota Malang. Nilai koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0,941 menunjukkan bahwa kelima peubah bebas yang digunakan dalam penelitian ini (*Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty*) secara bersama-sama mempunyai hubungan yang erat terhadap peubah terikat (Kepuasan Pelanggan). Nilai koefisien determinasi (R^2) yang dihasilkan sebesar 0,885 menunjukkan bahwa besarnya kontribusi semua peubah bebas (*Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty*) adalah sebesar 88,5% dimana sisanya sebesar 11,5% dipengaruhi oleh peubah bebas yang lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai t hitung peubah bebas *Tangible* (X_1), *Reliability* (X_2) dan *Emphaty* (X_5) lebih

besar dari nilai t tabel dan nilai $\text{sig } t$ dibawah nilai signifikan 0,05. Sedangkan peubah bebas yang lainnya yaitu *Responsiveness* (X_3), dan *Assurance* (X_4) memiliki nilai t hitung lebih kecil dari t tabel dan nilai $\text{sig } t$ diatas signifikan 0,05. Hal ini dapat diartikan bahwa hanya peubah bebas *Tangible* (X_1), *Reliability* (X_2) dan *Emphaty* (X_5) yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap peubah terikat kepuasan pelanggan (Y). Dan peubah bebas *Responsiveness* (X_3), dan *Assurance* (X_4) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peubah terikat kepuasan pelanggan (Y). Dari hasil pengujian *hipotesis I* maka dapat disimpulkan bahwa peubah bebas *Tangible* (X_1), *Reliability* (X_2) dan *Emphaty* (X_5) mempunyai hubungan dan pengaruh yang signifikan terhadap peubah terikat kepuasan pelanggan (Y) dalam menggunakan jasa perpustakaan Kota Malang. Sedangkan peubah bebas *Responsiveness* (X_3), dan *Assurance* (X_4) mempunyai hubungan tetapi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peubah terikat kepuasan pelanggan (Y) dalam menggunakan jasa perpustakaan Kota Malang. (2) Hasil pengujian *hipotesis II* diketahui bahwa peubah *Tangible* (X_1) mempunyai koefisien regresi terbesar yaitu 7,721 maka dapat diketahui bahwa peubah *Tangible* (X_1) mempunyai pengaruh dominan terhadap peubah kepuasan pelanggan (Y). Sehingga *hipotesis II* ini tidak terbukti atau ditolak.

Saran-saran

Adapun saran-saran sebagai berikut (1) Persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa merupakan penilaian secara menyeluruh terhadap kualitas jasa yang dapat dilihat dari dimensi-dimensi kualitas jasa *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty*, maka hendaknya pihak Perpustakaan Kota Malang selalu berupaya meningkatkan kualitas layanan jasa yang diberikan kepada mahasiswa sebagai konsumen dengan memenuhi lima dimensi kualitas jasa tersebut diatas (2) Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa *Tangible* (X_1) mempunyai pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan pelanggan. Wujud dari *Tangibe* ini antara lain Kecanggihan alat dan teknologi yang ada di Perpustakaan Kota Malang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan, Desain fisik perpustakaan Kota Malang sangat bagus dan menarik serta terpelihara, Kenyamanan dan kebersihan ruangan perpustakaan Kota Malang terjaga dengan baik dan Kelengkapan bahan pustaka yang dimiliki perpustakaan Kota Malang dapat memenuhi kebutuhan para pelanggannya. Sehingga hendanya pihak perpustakaan Kota Malang senantiasa memperhatikan faktor-faktor yang berkaitan dengan dimensi *Tangible* (X_1) ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi, (2002), *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktik*, Cetakan Kesembilan. Edisi Revisi II, Rineka Cipta, Jakarta.
- Dharmmesta, Basu Swasta dan Handoko, T. Hani (2000), *Manajemen*

- Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen*, BPFE UGM, Yogyakarta.
- Gujarati, Damodar (1995), *Dasar Dasar Ekonometrika 1 & 2*, Edisi 3
- Hadi, Sutrisno (2001), *Metodologi Research Untuk Penulisan Paper, Skripsi, Thesis Dan Disertasi*, jilid 1
- Kotler, Phillip dan Amstrong (2003), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedelapan, Salemba Empat, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat (2001) *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 2 Penerbit Salemba 4.
- Nur Indriantono dan Bambang Supomo (1993), *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, edisi 1.
- Sugiyono (2002) , *Metodologi Penelitian Kuantitatif R & D*
- Sudjana, Nana (1992), *Teknik Analisis Regresi dan Korelasi*, Edisi Ketiga Tarsito, Bandung.
- Sudjana, Nana (2000), *Metoda Statistika*, edisi 6, Penerbit Tarsito Bandung
- Supranto (1995), *Metode Riset dan Aplikasinya Di Dalam Riset Pemasaran*
- Tjiptono, Fandy 2002, *Manajemen Jasa*, Andi offset, Yogyakarta
- William, W Hines dan Douglas CM (1991) *Probabilitas dan Statistik dalam Ilmu Rekayasa dan Manajemen*
- Yamit, Zulian (2001), *Manajemen Kualitas Produk Dan Jasa*, Penerbit Ekonisia