

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS PERPUSTAKAAN
SEBAGAI PREDIKTOR TERHADAP KEPUASAN CIVITAS AKADEMIKA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS TARUMANAGARA DI JAKARTA**

M. Tony Nawawi & Ida Puspitowati

Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: tonymawawi@yahoo.com

Abstract: In the implementation of the college must be equipped with facilities to support the success of the goal of a college program. One of the facilities to support the success of a university is the provision of a library. The aim of the study was to determine the effect of the services, facilities and library facilities to the satisfaction of visitors to the library. The research method used is non-probability sampling is judgmental sampling is a form of convenience sampling where the population elements are selected based on investigator assessment. The population in this study is the entire academic community untar, while the sample is the economics faculty of the academic community who've been / borrow at the library. While the analysis that will be used multiple regression method . In accordance with the high college library functions required to provide quality services and facilities to meet the needs and expectations of library users. The library as an institution service providers are expected to meet users' satisfaction with the provision of various information resources and providing quality service and complete facilities.

Keywords: quality of services, library facilities, and the satisfaction of the academiccommunity.

Abstrak: Dalam pelaksanaan perguruan tinggi harus dilengkapi dengan fasilitas untuk mendukung keberhasilan tujuan program kuliah. Salah satu fasilitas untuk mendukung keberhasilan universitas adalah penyediaan perpustakaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh layanan, fasilitas dan fasilitas perpustakaan untuk kepuasan pengunjung perpustakaan. Metode penelitian yang digunakan adalah non-probability sampling adalah judgemental sampling adalah bentuk convenience sampling dimana elemen populasi dipilih berdasarkan penilaian penyidik. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh untar komunitas akademik, sedangkan sampel adalah fakultas ekonomi dari komunitas akademik yang pernah berkunjung / meminjam di perpustakaan. Sedangkan analisis yang akan digunakan metode regresi berganda .. Sesuai dengan perguruan tinggi fungsi perpustakaan yang diperlukan untuk menyediakan layanan yang berkualitas dan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna perpustakaan. Perpustakaan sebagai penyedia layanan lembaga diharapkan untuk memenuhi kepuasan pengguna dengan penyediaan berbagai sumber informasi dan memberikan kualitas layanan dan fasilitas yang lengkap.

Kata kunci: kualitas layanan, fasilitas perpustakaan, dan kepuasan masyarakat akademik.

PENDAHULUAN

Sebagai lembaga pendidikan tinggi, perguruan tinggi dikelola dengan berpedoman pada kepentingan sivitas akademika yang terdiri dari dosen , karyawan

dan mahasiswa. Dalam pelaksanaannya perguruan tinggi dilengkapi dengan fasilitas dan sarana yang mendukung keberhasilan perguruan tinggi tersebut yaitu dengan penyediaan perpustakaan. Dengan adanya perpustakaan tersebut akan sangat membantu penyebaran informasi dan juga untuk membantu kelancaran proses belajar mandiri. Disamping itu perpustakaan merupakan tempat sumber pengumpulan data untuk menunjang proses pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Sesuai dengan fungsinya perpustakaan perguruan tinggi dituntut untuk memberikan pelayanan dan fasilitas yang berkualitas agar dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna perpustakaan. Perpustakaan sebagai lembaga penyedia jasa diharapkan dapat memenuhi kepuasan penggunanya dengan penyediaan berbagai informasi, sumber informasi dan memberikan pelayanan yang berkualitas serta kelengkapan fasilitas. Penelitian yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan yang dilakukan oleh Zameer, Hashim. *et. al.* (2015): 442-456, menyebutkan bahwa *this research identified the impact of service quality, customer satisfaction and corporate image on the customer perceived value that helps the services sector especially banks how they can improve the customer perceived value through improving their service quality, customer satisfaction and corporate image. Results show that there is a positive relation between the service quality, customer satisfaction and corporate image. It is also analyzed by the results that service quality and customer satisfaction have high impact on the customer perceived value where corporate image also effect the customer perceived value.*

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1991) menyatakan bahwa: *The quality of service expected by the customer service of receipt* (kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen dengan pelayanan yang diterimannya)."

Fasilitas adalah dimana kebutuhan dan harapan pengguna, baik yang bersifat fisik maupun psikologis untuk memberikan kenyamanan (Tjiptono, 2006). Menurut Budiarti (2005) dalam Sulekn, *et al.*, (1995) menyebutkan bahwa fasilitas pendukung dengan bentuk fasilitas fisik organisasi yang digunakan sebagai alat komunikasi pelayanan terhadap konsumen. Dan elemen dari desain fasilitas pelayanan meliputi elemen fisik seperti *layout*, penggunaan teknologi sebagai sarana dalam pemberian jasa, dan dekorasi yang ada pada perpustakaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah dalam yang akan dibahas pada penelitian ini sebagai berikut: (1) Apakah kualitas pelayanan merupakan predictor terhadap kepuasan civitas akademika pada Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara?; (2) Apakah fasilitas pendukung perpustakaan merupakan predictor terhadap kepuasan civitas akademika pada Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara?

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris kualitas pelayanan sebagai prediktor terhadap kepuasan civitas akademika, dan untuk menguji secara empiris fasilitas perpustakaan sebagai prediktor terhadap kepuasan civitas akademika Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak manajemen perpustakaan yang berkaitan dengan sikap perilaku konsumen sehingga dapat memperbaiki diri dari aspek pelayanan dan fasilitas yang digunakan.

KAJAIN TEORI

Kualitas Pelayanan. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1991) menyatakan: *The quality of service expected by the customer service of receipt* (kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen dengan pelayanan yang diterimanya.)” Dengan kata lain apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan oleh pengguna perpustakaan maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan pengguna maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Tetapi sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pengguna dan berakhir pada tanggapan pengguna. Tanggapan pengguna terhadap kualitas pelayanan itu sendiri merupakan penilaian menyeluruh terhadap suatu pelayanan.

Menurut Solomon (2009: 413), *“Quality is one of the things that consumers look for in an offer, which service happens to be one.”* Artinya Kualitas adalah sesuatu tawaran yang dicari konsumen, yang terjadi pada layanan menjadi satu.

Menurut Kotler dan Armstrong (2010: 38), *“Service quality as the customer’s judgment about an entity’s overall excellence or superiority and suggest that perceived quality”*. Artinya kualitas pelayanan sebagai penilaian pelanggan tentang keseluruhan keunggulan entitas atau superioritas dan menyarankan pelayanan yang telah dirasakan.

Fasilitas Pendukung. Sriyadi dalam Nugroho (2011: 15) fasilitas adalah kelengkapan bangunan yang berkaitan dengan pengendalian yang lebih baik dan efisien yang diperoleh dari keamanan dan kenyamanan.

Sedangkan menurut Moenir (2001: 119) menyatakan bahwa “fasilitas adalah segala jenis peralatan, perlengkapan kerja dan pelayanan yang berfungsi sebagai alat utama/pembantu dalam melaksanakan pekerjaan, dan juga sosial dalam rangka kepentingan orang-orang yang sedang berhubungan dengan organisasi kerja itu atau segala sesuatu yang digunakan, dipakai, ditempati, dan dinikmati oleh orang pengguna.” Sedangkan menurut Sulastiyono (2006) fasilitas adalah penyediaan perlengkapan – perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas –aktivitasnya atau kegiatan – kegiatannya, sehingga kebutuhan - kebutuhan tamu dapat terpenuhi selama tinggal dihotel.

Kepuasan Pelanggan. Menurut Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2009: 104) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah *“Satisfaction is the customer’s evaluation of a product or service in terms of whether that product or service has met the customer’s need and expectations.”* Artinya kepuasan pelanggan adalah evaluasi terhadap produk atau jasa dalam hal apakah produk atau jasa tersebut telah memenuhi harapan pelanggan.

Menurut Kotler yang dikutip kembali oleh Fandy Tjiptono (2012:312) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya.

Menurut Lovelock & Wirtz (2011: 74) kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Sangat dibutuhkan penelitian

untuk membuktikan ada atau tidaknya harapan sebelumnya yang merupakan bagian terpenting dalam kepuasan.

Definisi kepuasan pelanggan menurut Kotler (2006) adalah sebagai berikut: Kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk atau jasa memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah daripada harapan pelanggan, maka pelanggan tidak puas, bila prestasi sesuai atau melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan merasa puas. Definisi kepuasan pelanggan menurut Mowen dan Minor (1998) seperti yang dikutip oleh Sumarwan (2005) adalah sebagai berikut: *Consumer satisfaction is defined as the overall attitude consumers have toward a good or service after they have acquired and use it. It is a post choice evaluative judgement resulting from a specific purchase selection and the experience of using/consuming it.*

Dimensi Kualitas Pelayanan. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985) terdapat lima dimensi pokok untuk mengukur kualitas layanan. Dan disusun dimensi pokok yang menjadi faktor utama penentu kualitas pelayanan jasa sebagai berikut:

Tabel 1. Dimensi Kualitas Pelayanan

No	Dimensi	Atribut
1.	<i>Reliability</i> (Keandalan)	1. Menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan 2. Dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa pelanggan 3. Menyampaikan jasa secara benar semenjak pertama kali 4. Menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang dijanjikan 5. Menyimpan catatan/ dokumen tanpa kesalahan
2.	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	6. Menginformasikan pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian jasa 7. Layanan yang segera/ cepat bagi pelanggan 8. Kesiapan untuk membantu pelanggan 9. Kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan
3.	<i>Assurance</i> (Jaminan)	10. Karyawan yang menumbuhkan rasa percaya para pelanggan 11. Membuat pelanggan merasa aman sewaktu melakukan transaksi 12. Karyawan secara konsisten bersikap sopan 13. Karyawan yang mampu menjawab pertanyaan pelanggan 14. Memberikan perhatian secara individual kepada para pelanggan 15. Karyawan yang memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian
4.	<i>Empathy</i> (Empati)	16. Sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan pelanggan 17. Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan 18. Waktu beroperasi yang nyaman

-
- | | | |
|----|-----------------------------------|---|
| | | 19. Peralatan modern |
| 5. | <i>Tangibles</i>
(Bukti Fisik) | 20. Fasilitas yang berdaya tarik visual |
| | | 21. Karyawan yang berpenampilan rapi dan profesional |
| | | 22. Materi-materi berkaitan dengan jasa yang berdaya tarik visual |
-

Sumber: Parasuraman *et al.*, (1985)

Keterkaitan Antar Variabel. Kaitan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan dalam penelitian ini adalah menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan dibutuhkan kualitas pelayanan yang berkualitas. Pelayanan (*services*) merupakan sesuatu yang tidak dapat diciptakan secara tiba-tiba melainkan harus dibentuk secara perlahan-lahan. Pelayanan (*services*) mengacu pada pelanggan yang memegang dengan erat suatu ingatan unik dalam ingatannya terhadap suatu jasa.

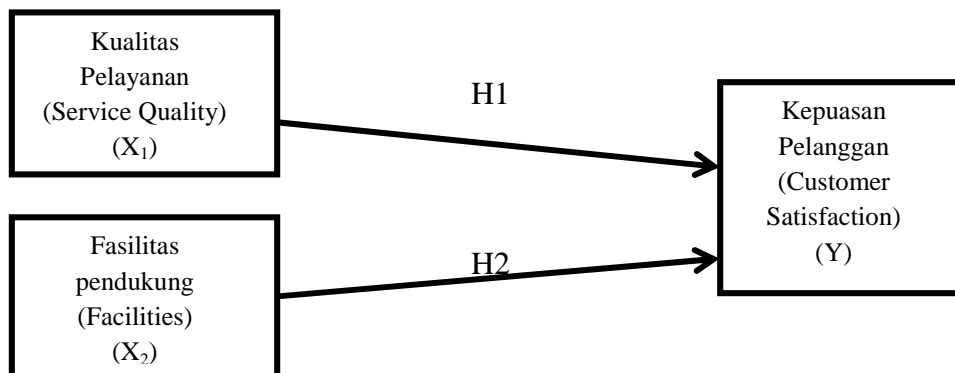
Penelitian yang telah dilakukan oleh Zameer, Hashim, *et.al.* (2015: 442-456) yang menyatakan bahwa *that there is a positive relation between the service quality, customer satisfaction and corporate image. It is also analyzed by the results that service quality and customer satisfaction have high impact on the customer perceived value where corporate image also effect the customer perceived value.* Sedangkan penelitian oleh Kaura, Vinita *et.al.* (2015:404-422) yang menyebutkan bahwa *that service quality dimensions, perceived price and fairness and service convenience dimensions have positive impact on customer satisfaction and customer loyalty. Moreover, customer satisfaction acts as mediating variable between its antecedents and customer loyalty.*

Beberapa peneliti telah menguji inspirasi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Banyak penelitian empiris yang telah melaporkan hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan (Andaleeb dan Conway, 2006). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan adalah komponen dari kepuasan (Fornell *et al.*, 1996). Suatu perusahaan yang memberikan kualitas layanan yang unggul pasti akan memiliki basis pelanggan yang puas terhadap kinerja perusahaan tersebut. Berdasarkan kerangka pemikiran yang demikian dapat dirumuskan hipotesis satu (H_1) bahwa kualitas pelayanan merupakan predictor yang positif terhadap kepuasan civitas akademika pada Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara .

Kaitan antara fasilitas dengan kepuasan pelanggan dalam penelitian ini adalah fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberikan kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Pernyataan ini didukung dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Simmons, Sandra F. *et.al* (1998: 60-63) yang menyebutkan bahwa “ *Many nursing facilities conduct satisfactionsurveys, but few do it well. Satisfaction data must reveal both the facility's strengths and weaknesses. Therefore, questions need to be asked that are sensitive to differences in satisfaction levels. To identify these types of questions, 3 methods of measuringsatisfactionwere tested with 111 residents of 3 nursingfacilities*”. Fasilitas merupakan komponen individual dari penawaran yang mudah ditumbuhkan atau dikurangi tanpa mengubah kualitas dan model jasa. Fasilitas juga adalah alat untuk membedakan program lembaga yang satu dari pesaing yang lainnya (Lupiyoadi, 2006:150).

Fasilitas merupakan sarana penunjang yang digunakan perusahaan dalam usaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Semakin baik fasilitas yang diberikan kepada konsumen, maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen.

Fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usahameningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka konsumen akan merasa puas. Berdasarkan kerangka pemikiran yang demikian dapat dirumuskan hipotesis kedua (H₂) bahwa Fasilitas pendukung merupakan predictor yang positif terhadap Kepuasan civitas akademika pada Perpustakaan FE Universitas Tarumanagara.



Gambar 1. Kaitan antar variabel

METODE

Populasi dalam penelitian ini adalah Seluruh civitas akademika Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara. Metode sampel dalam penelitian ini adalah teknik *convenience sampling* terhadap Civitas Akademika Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang pernah menggunakan jasa perpustakaan. Jumlah sampel yang ditentukan dalam penelitian ini berjumlah 120 responden.

Teknik Analisis Data. Menurut Sugiyono (2010: 277) menyatakan bahwa analisis regresi linier berganda merupakan analisis yang digunakan peneliti, bila bermaksud beramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor *predictor* dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Persamaan analisis regresi linier secara umum untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan : Y': Kepuasan Pelanggan (*dependent variabel*) ; a : nilai intersep (konstanta). b : koefisien regresi linier; X₁ : Kualitas layanan (*Independent variabel*), ; X₂: Fasilitas pendukung (*Independent variabel*); e: epsilon atau error pada garis regresi, merupakan selisih nilai Y yang diprediksikan dengan nilai Y yang diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Validitas. Suatu variabel dikatakan valid bila nilai *corrected item total correlation* yang diperoleh berdasarkan data dari subyek lebih besar daripada 0,279.

Tabel 1. Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

	Item-Total Statistics			
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kualitas Layanan_1	66.6250	106.404	.464	.936
Kualitas Layanan_2	66.6083	106.644	.410	.937
Kualitas Layanan_3	66.5250	101.243	.747	.931
Kualitas Layanan_4	66.7833	99.835	.680	.932
Kualitas Layanan_5	66.8167	100.302	.687	.932
Kualitas Layanan_6	66.7083	99.755	.780	.931
Kualitas Layanan_7	66.6750	99.616	.783	.931
Kualitas Layanan_8	66.6000	99.301	.714	.932
Kualitas Layanan_9	66.5250	101.344	.768	.931
Kualitas Layanan_10	66.4667	99.780	.746	.931
Kualitas Layanan_11	66.1167	106.978	.275	.940
Kualitas Layanan_12	66.2333	100.836	.695	.932
Kualitas Layanan_13	66.6000	102.292	.587	.934
Kualitas Layanan_14	66.6250	99.547	.769	.931
Kualitas Layanan_15	66.6417	102.753	.666	.933
Kualitas Layanan_16	66.3583	100.333	.558	.935
Kualitas Layanan_17	66.5333	100.856	.701	.932
Kualitas Layanan_18	66.7667	102.164	.600	.934
Kualitas Layanan_19	66.1917	99.366	.646	.933
Kualitas Layanan_20	66.7083	106.410	.385	.937

Berdasarkan Tabel 1 yang merupakan hasil pengujian validitas diketahui bahwa semua butir pertanyaan untuk setiap nilai *corrected item total correlation*, atribut yang diperoleh lebih besar daripada 0,279. Jadi semua pertanyaan tersebut untuk variabel kualitas pelayanan adalah valid.

Berdasarkan Tabel 2 yang merupakan hasil pengujian validitas diketahui bahwa semua butir pertanyaan untuk setiap nilai *corrected item total correlation*, atribut yang diperoleh lebih besar daripada 0,279. Jadi semua pertanyaan tersebut untuk variabel fasilitas pustakaan adalah valid.

Tabel 2. Validitas Variabel Fasilitas Pustakaaan

	Item-Total Statistics			
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Fasilitas Pendukung_1	27.1500	30.263	.560	.919
Fasilitas Pendukung_2	27.1583	29.496	.704	.910
Fasilitas Pendukung_3	27.3500	27.692	.737	.908
Fasilitas Pendukung_4	27.3667	28.251	.721	.908
Fasilitas Pendukung_5	27.2833	28.524	.777	.905
Fasilitas Pendukung_6	27.2500	29.534	.647	.913
Fasilitas Pendukung_7	27.1417	28.341	.751	.906
Fasilitas Pendukung_8	27.1083	29.408	.738	.908
Fasilitas Pendukung_9	27.1250	28.093	.780	.904

Tabel 3. Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

	Item-Total Statistics			
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kepuasan Pelanggan_1	10.6333	4.301	.455	.703
Kepuasan Pelanggan_2	10.7333	3.794	.644	.586
Kepuasan Pelanggan_3	11.0583	4.476	.491	.681
Kepuasan Pelanggan_4	11.0000	4.303	.483	.685

Berdasarkan Tabel 3 yang merupakan hasil pengujian validitas diketahui bahwa semua butir pertanyaan untuk setiap nilai *corrected item total correlation*, atribut yang diperoleh lebih besar daripada 0,279. Jadi semua pertanyaan tersebut untuk variabel kepuasan pelanggan adalah valid.

Analisis Reliabilitas. Menurut pendapat Kuncoro (2003: 15), jika nilai *Alpha Cronbach* lebih besar daripada 0,7 maka butir-butir pertanyaan tersebut baru dapat dikatakan reliabel.

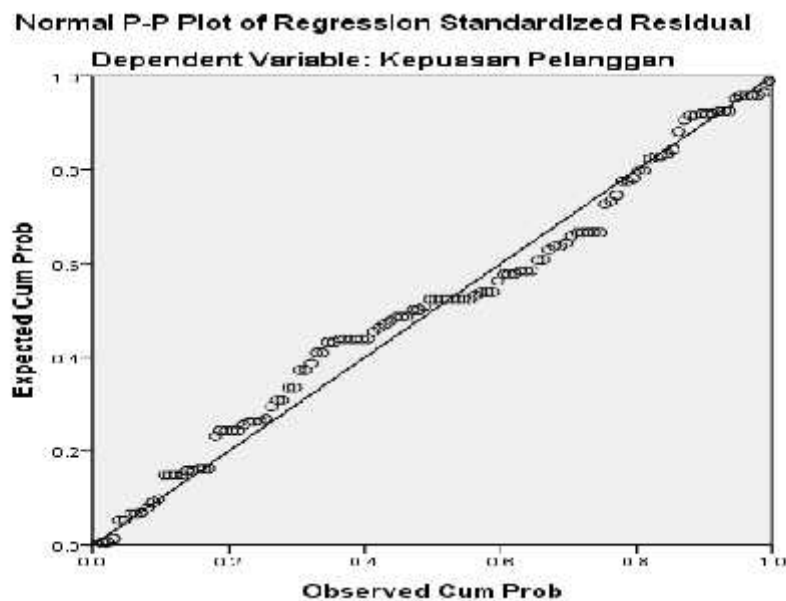
Tabel 4. Hasil Analisis Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,936	20	Reliabel
Fasilitas Pustakaaan	0,918	9	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,727	4	Reliabel

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa nilai *Alpha Cronbach* untuk semua variabel lebih besar dari 0,7 yang berarti bahwa pengujian variabel independen maupun dependen setiap butir pertanyaan adalah reliabel.

Pengujian Asumsi Klasik. Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk menguji kelayakan penggunaan model regresi dan kelayakan variabel bebas.

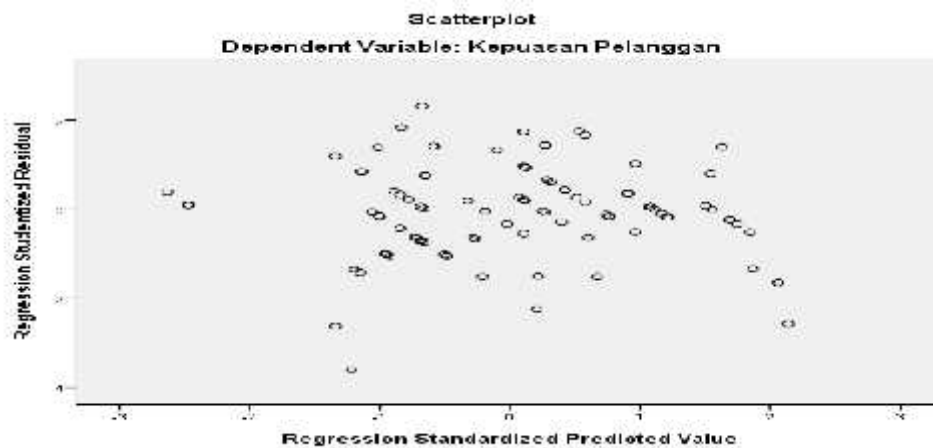
Normalitas. Tujuan normalitas adalah untuk menguji apakah dalam regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dasar pengambilan keputusannya adalah dari tingkat signifikansinya. Bila signifikansinya $>0,05$ maka H_0 ditolak, tetapi jika signifikansinya $< 0,05$, maka H_0 diterima yang berarti data residual terdistribusi tidak normal.



Gambar 1. Diagram normal Probability

Berdasarkan tampilan grafik normal P-P plot of regression standardized residual terlihat titik-titik nya menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan pola data penelitian ini dapat memenuhi asumsi normalitas.

Heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar .2. Diagram Penar (Scatter Plot)

Dari gambar scatterplot terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas

Multikolinieritas. Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).

Tabel 5. Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.694	.886		1.912	.058		
1 Kualitas	.026	.012	.103	2.085	.039	.872	1.146
Layanan	.359	.022	.823	16.593	.000	.872	1.146
Fasilitas Pendukung							

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dilihat dari hasil VIF yang diperoleh bahwa nilai VIF variabel nya berada sekitar angka 1. Hal ini nilai VIF kurang dari 10 berarti bahwa tidak terjadi multikolinieritas sehingga model ini layak digunakan.

Pengujian Hipotesis. Setelah kita mengetahui hasil uji asumsi klasik, maka dilanjutkan dengan melakukan uji hipotesis dengan Uji t (parsial) dan Uji F (bersama-sama). Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui ada pengaruh signifikan atau tidak variabel kualitas pelayanan dan variabel fasilitas perpustakaan secara parsial (individual) terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 6. Uji t

Model	Coefficients ^a			t	Sig.	Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	1.694	.886		1.912	.058		
1 Kualitas Layanan	.026	.012	.103	2.085	.039	.872	1.146
Fasilitas Pendukung	.359	.022	.823	16.593	.000	.872	1.146

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari tabel diatas, dapat disajikan model persamaan regresinya dapat sebagai berikut :

$$Y' = 1,694 + 0,026 X_1 + 0,359 X_2 + e$$

Keterangan: Y' = Variabel Kepuasan Pelanggan; X₁ = Variabel Kualitas Pelayanan; X₂ = Variabel Fasilitas Perpustakaan; e = Error

Tabel 7. Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	612.530	2	306.265	174.458	.000 ^b
1 Residual	205.395	117	1.756		
Total	817.925	119			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Fasilitas Pendukung, Kualitas Layanan

Berdasarkan hasil Uji F yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa signifikansi 0,000 < 0,05, hal ini berarti persamaan regresi ini dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan, atau paling tidak ada satu variabel x (dependen) yang mempengaruhi variabel y (independen).

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 8. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.865 ^a	.749	.745	1.32496

a. Predictors: (Constant), Fasilitas Pendukung, Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari hasil analisis pada table diatas, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,745. Hal ini berarti besarnya indeks kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan fasilitas perpustakaan sebesar 74,5 %, sedangkan sisanya sebesar 25,5 % dijelaskan oleh faktor lain diluar variabel dalam penelitian ini.

PENUTUP

Simpulan. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :Kualitas Pelayanan merupakan predictor yang positif terhadap kepuasan civitas akademika pada Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara (Hipotesis 1). Fasilitas Perpustakaan merupakan predictor yang positif terhadap kepuasan civitas akademika pada Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara (Hipotesis 2).

Saran. Berdasarkan hasil analisis pembahasan dan kesimpulan, maka dapat diberikan saran sebagai berikut :Sebaiknya untuk penelitian yang akan datang, perlu adanya penambahan variabel independen lain perlu dipertimbangkan misalnya kesediaan konsumen. Selain itu perlu untuk dipertimbangkan adanya peranan variabel mediasi maupun moderator dalam penelitian. Untuk pengelolaan perpustakaan fakultas ekonomi, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan pada pengembangan pelayanan serta citra perpustakaan untuk kemajuan fakultas ekonomi mendatang.

DAFTAR RUJUKAN

- Aritonang, R. Lerbin, R. (2007) *Teori dan Praktik Riset Pemasaran*.Bogor: Ghalia Indonesia
- Azman, Slavko; Gomiscek, Bostjan (2015), “*Functional form of connections between perceived service quality, customer satisfaction and customer loyalty in the automotive servicing industry*” Total Quality Management & Business Excellence): p. 888.
- Andaleeb, Syed, Carolyn Conway (2006) “Customer Satisfaction in the restaurant industry: an examination of the transaction-specific model”, *Journal of Sciences Marketing*, Vol. 20, Iss: 1, pp 3-11.
- Abraheem Anber , Shlash Moh. , Shireen Yaseen , Moh. Alhamadani (2011) ”,Service Quality Perspectives and Customer Satisfaction in Commercial Banks Working in Jordan. *Journal of Marketing*,
- Anonymous (2012) ”*ROI from facility investment quality and patient satisfaction*”, Healthcare Financial Management: p. 156.
- Bhuono, Agung Nugroho,(2005) *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Budiarti, Yuli.(2005) “Pengaruh Intervensi Pelayanan Pelanggan Dan Disain Fasilitas Pelayanan Minat Pembelian Ulang: Studi Terhadap Pelanggan Wanita Bekerja Pada Beberapa Supermarket Di Semarang”. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Vol. 12. September No. 2.

- Castle, Nicholas G; Elliott, Marc N.,(2010) “*Challenges to Achieving Adequate Sample Sizes for Facility Level Evaluations of Nursing Home Resident Satisfaction*” *Journal of Ageing International*:p. 61-71.
- Dharma, Nyoman Oka, Ni Wayan Sb, I Gede Ngurah S. (2013) “Hubungan antara kualitas layanan perpustakaan Undiksha dan kepuasan penggunanya”, *Jurnal ilmu social & humaniora*, Vol. 2. No, 2, Oktober 2013.ISSN: 2303-2898.
- Endang, Iriyanti (2005) “Analisis Kualitas Pelayanan pada Kantor Perpustakaan Daerah Provinsi Jawa Tengah, *Thesis*, Program PancaSarjana, UNDIP, Semarang.
- Fornell et. Al. (1996),” The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose and Finding, *Journal of Marketing*.
- Ghozali, Imam. (2011) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBMSPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Husein, Umar. (2005) *Metode Penelitian*. Jakarta : Salemba Empat
- Kaura, Vinita; Durga Prasad, Ch. S.; Sharma, Sourabh (2015)” *Service quality, service convenience, price and fairness, customer loyalty, and the mediating role of customer satisfaction*. *The International Journal of Bank Marketing* : p. 404-422.
- Khudri, Md. Mohsan; Sultana, Saida (2015), “*Determinants of service quality and impact of service quality and consumer characteristics on channel selection*”. *British Food Journal*: p. 2078-2097.
- Kotler, Philip, (2000). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jilid 1&2.PT. Prenhalindo; Jakarta.
- , (2001), “Prinsip-Prinsip Pemasaran”, Jilid I, Ed. 8, Erlangga, Jakarta.
- dan Keller (2006), “Marketing Management”, New Jersey, Prentice Inc.
- , Keller, Kevin Lane. (2009).” *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- and Gary Armstrong. (2010) *Principles of Marketing (Edisi 13)*. United States of America: Pearson.
- and Gary Armstrong (2012) *Principle of Marketing*, Fourteenth Edition. Pearson Education Limited, England.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani (2006) *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lovelock, Christopher and Lauren Wright (2002) *Principles of Service Marketing and Management*. Second Edition. Pearson Education International, Inc. Prentice Hall.
- Lovelock, Wirtz. (2011) *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit: Indeks. Jakarta
- Mukhadiono dan Subagyo, Widyono, (2011) “Pengaruh Prosedur dan Fasilitas Pelayanan terhadap Kualitas Pelayanan Peserta Program Jamkesmas di Perpustakaan I Cilongok”. Dalam *Jurnal Keperawatan Soedirman (The Soedirman Journal of Nursing)*, Volume 6, No.1 Semarang: Poltekkes Semarang.
- Martianawati. (2009) *Analisis Pengaruh Brand Image, Kualitas layanan dan Fasilitas SPBU “Pasti Pas” Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kendaraan Bermotor (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UnDip)*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Mansur. (2008) “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Publik pada Bagian Bina Sosial Setdako Lhokseumawe”. *Tesis*. Medan: Universitas Sumatra Utara.

- Malhotra, N.K. (2004) *Marketing Research: An Applied Orientation*, Edisi ke-4, Pearson Education Inc., New Jersey.
- Mowen, John C. dan Minor, Michael, (2002) *Perilaku Konsumen Jilid 2*, Jakarta: Erlangga
- Moenir, H.A.S. (2001) *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta, PT. Bumi Aksara.
- Oka A. Yoeti (1997) *Perencanaan dan pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Paradnya Paramita
- Parasuraman, Zeithaml Valerie A., and Berry Leonard L. (1985) A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research, *Journal of Marketing*, Volume 49.
- (1988) SERVQUAL: -a Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, Volume 64, Number 1.
- (1991) - Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale - *Journal of retailing* 67 (4) 420 – 450.
- (1994) “Reassessment of Expectations as A Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research”, *Journal of Marketing*, Vol. 58, January, 11-124.
- (1996) “The Behavioral Consequences of service Quality”, *Journal of Marketing*, Volume 60, April 1996, 31 - 46.
- Robie, Chet; Ryan, Ann Marie; Schmieder, Robert A; Parra, Luis Fernando; Smith, Patricia C., (1998) “*The relation between job level and job satisfaction*” *Group & Organization Management*: p. 470-495.
- Simmons, Sandra F; Schnelle, John F; Rahman, Anna N, (Jun 1998) “*How "real" is your resident satisfaction survey?*” *Journal of Nursing Homes*: p. 60-63.
- Sulastiyono, Agus (2006) *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*”, Bandung, Alfabeta.
- Solomon, Michael. R. (2009) *Consumer Behavior : Buying, Having and Being*. 8th Edition. New Jersey: Pearson.
- Sharareh Mansouri Jajae and Fauziah Sheikh Ahmad, “ Evaluating the relationship between Service Quality and Customer Satisfaction in the Australian Car Insurance Industry”. *International Proceedings of Economics Development and Research IPEDR* (2012) Volume 38: pp 219-223
- Sriyadi, Nugroho, (2011), “*Bisnis Manajemen Modern*”, Semarang, IKIP Pres.
- Sulistiono, Ari Budi, (2010). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Study Pada Tamu Hotel Srandol Indah Semarang*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Sugiyono (2010), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R& D*, Bandung: PT Alfabeta
- (2012) *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : PT Alfabeta
- Tjiptono, Fandy & Candra, G. (2012). *Service Management Meningkatkan Layanan Prima*, Jakarta : Andi
- , 2011, *Pemasaran Jasa*, Bayumedia, Malang
- , (2004), “*Manajemen Jasa*”, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta

- Yusup, Pawit M. (2001) Pengantar Aplikasi Teori Ilmu Sosial Komunikasi Untuk Perpustakaan dan Informasi, Bandung: Program Studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran.
- Widitomo, Taufik. (2009) *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Keluarga Miskin (Studi pada RSUD kota Semarang)*. Skripsi Universitas Diponegoro, Semarang
- Wijaya, Hernanda Surya (2009). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Kartu XL*. Skripsi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Zurni, zahara,samosir (2005) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa menggunakan perpustakaan USU, Medan., *Jurnal Studi Perpustakaan & Informasi*, Vol. 1. No. 1, Juni 2005.
- Zeithaml, Valarie A, Wilson, A. & Bitner, M.J. (2009) *Services marketing 4th ed*. New Delhi : McGraw Hill.
- Zameer, Hashim; Tara, Anam; Kausar, Uzma; Mohsin, Aisha (2015) "Impact of service quality, corporate image and customer satisfaction towards customers' perceived value in the banking sector in Pakistan", . *The International Journal of Bank Marketing*: p. 442-456.