

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG PADA  
PERPUSTAKAAN DAERAH KOTA TEBING TINGGI**

Oleh :

**Rezekia Simanungkalit,SE.MM**  
**STIE Profesional Indonesia**

**ABSTRAK**

Di masa sekarang ini tuntutan terhadap penyelenggaraan pelayanan dewasa ini semakin meningkat. Hal ini dapat dilihat dengan adanya peningkatan layanan masyarakat yang dilakukan oleh instansi pemerintah maupun perusahaan swasta yang bergerak di bidang jasa pelayanan. Pelayanan merupakan bagian dari beberapa rangkaian aktivitas yang diperuntukkan kepada orang yang membutuhkan layanan. Sebagai salah satu instansi pemerintah, Perpustakaan Daerah Kota Tebing Tinggi merupakan salah satu unit jasa pelayanan pemerintah yang berkomitmen untuk menyediakan sarana dan fasilitas media edukasi untuk menunjang kegiatan akademik. Namun pada kenyataannya, pelayanan perpustakaan yang diberikan pengelola belum memuaskan pengunjung dan ini menjadi tugas bagi pengelola Perpustakaan Daerah Kota Tebing Tinggi untuk mengidentifikasi kebutuhan pengunjung dan berupaya meningkatkan pelayanan dengan sarana yang ada, berdasarkan latar belakang inilah penulis tertarik untuk memilih judul penelitian tersebut di atas. Adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah "Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pengguna Perpustakaan Daerah Kota Tebing Tinggi". Metode analisis data dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif dan metode kuantitatif. Dalam hal ini penulis menggunakan analisis statistik regresi linear sederhana yang menghasilkan output Uji t. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS 20.00 *for Windows*. Hasil penelitian ini menunjukkan Nilai regresi yang diperoleh adalah  $Y = 6,446 + 0,266X$ , diartikan bahwa kepuasan pengunjung akan bernilai sebesar 6,446 saat kualitas pelayanan nilainya adalah 0 dan 0,226 menyatakan bahwa kenaikan satu satuan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pengunjung sebesar 0,226% dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel} (8,716 > 1,984)$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Berdasarkan tabel R diperoleh besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung sebesar 0,437 atau 43,7%.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kepuasan pengunjung.

**PENDAHULUAN**

Di masa sekarang ini tuntutan terhadap penyelenggaraan pelayanan dewasa ini semakin meningkat. Hal ini dapat dilihat dengan adanya peningkatan layanan masyarakat yang dilakukan oleh instansi pemerintah maupun perusahaan swasta yang bergerak di bidang jasa pelayanan. Pelayanan adalah aktivitas atau kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada pelanggan atau

pengunjung, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Pelayanan merupakan bagian dari beberapa rangkaian aktivitas yang diperuntukkan kepada orang yang membutuhkan layanan.

Menurut Kotler (2009:108) kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Assegaff (2009:118) hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik tidak berdasarkan

persepsi penyedia jasa, akan tetapi berdasarkan persepsi pelanggan Salah satu unit jasa yang ada di seperti adalah jasa perpustakaan. Perpustakaan Daerah Kota Tebing Tinggi merupakan suatu unit jasa yang memberikan jasa dibidang kepustakaan. Kebutuhan konsumen khususnya pengunjung terhadap ilmu pengetahuan dan media edukasi lainnya merupakan hal yang sulit untuk di pisahkan karena perpustakaan merupakan salah satu sarana penunjang akademik yang dibutuhkan konsumen seperti mahasiswa. Hampir semua insan akademik membutuhkan jasa perpustakaan untuk menunjang aktivitasnya dalam menempuh pendidikan atau sebagai sarana untuk mencari ilmu pengetahuan, sehingga sarana perpustakaan memang sangat dibutuhkan oleh mahasiswa. Perpustakaan Daerah Kota Tebing Tinggi sebagai salah satu unit jasa di mempunyai harapan agar perpustakaan dapat menjadi pusat informasi dan edukasi bagi pengunjung.

Untuk memudahkan pengunjung dalam mengakses informasi dan meminjam media pendidikan seperti buku, jurnal, majalah, dan lain-lain. BPAD Tebing Tinggi juga berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanannya dari tahun ke tahun dengan memperbaiki sarana dan prasarana serta berupaya menyediakan informasi yang terbaru dan semua itu di lakukan agar pengunjung puas dan mau berkunjung kembali. Assegaff (2009:118) pada umumnya, pelayanan jasa yang diberikan kepada konsumen adalah yang terbaik dengan harapan terciptanya kepuasan konsumen. Menciptakan kepuasan konsumen melalui pelayanan bertujuan untuk menciptakan image positif di hati konsumen. Kepuasan dapat juga dipertimbangkan sebagai hubungan antara harapan dan pengalaman, dimana semakin dekat dengan harapan akan semakin puas konsumen. Bila Perpustakaan Daerah Kota Tebing Tinggi bisa mempertahankan citra positifnya

dipikirkan pengunjung serta mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan pengunjung maka tidak menutup kemungkinan bahwa pengunjung akan kembali berkunjung dan memberikan rekomendasi kepada orang lain agar mau berkunjung. Namun sebaliknya, jika terjadi ketidakpuasan yang dirasakan pengunjung, maka akan menimbulkan *image negative* dan dapat membuat pengunjung tidak mau berkunjung dan menimbulkan berkembangnya informasi negatif dipengunjung lain. Memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pengunjung bukanlah merupakan hal mudah, sering juga ditemukan masalah pada pelaksanaan yang membuat pengunjung tidak nyaman. Berdasarkan hasil wawancara pendahuluan yang dilakukuk peneliti diperoleh informasi bahwa telah terjadi fluktuasi kedatangan pengunjung sepanjang bulan Januari sampai Desember 2018. Hal ini terlihat dari bulan Juni-Juli yang terus mengalami penurunan. Sementara bulan September mengalami kenaikan tetapi terjadi penurunan kembali pada bulan Oktober.

Untuk meningkatkan pelayanan, maka di perlukan kritik dan saran dari pengunjung agar pengelola perpustakaan daerah kota tebing tinggi dapat menyediakan sarana dan pelayanan yang dibutuhkan oleh pengunjung. Setiap pengunjung mempunyai penilaian sendiri terhadap pelayanan yang diterima, sehingga pengelola perpustakaan daerah kota tebing tinggi perlu membuat prioritas dalam program peningkatan kualitas pelayanan karena sulit bagi pengelola bila harus memenuhi semua kebutuhan pengunjung karena berbagai keterbatasan. Persepsi pelanggan dapat dipengaruhi oleh kinerja dan kualitas jasa yang diterimanya, oleh karena itu pengelola perpustakaan harus berusaha meningkatkan kinerjanya agar pengunjung merasa puas dan mau berkunjung kembali. Untuk mengetahui apakah

pengelola perpustakaan daerah kota tebing tinggi sudah memberika palayanan yang sesuai dengan harapan pengunjung, maka perlu dilakukan penelitia

#### Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya, permasalahan yang di hadapi oleh pengelola perpustakaan daerah kota tebing tinggi adalah Mengapa jumlah penunjang yang berkunjung mengalami fluktuasi selama tahun 2018

#### Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan Perpustakaan Daerah Kota Tebing Tinggi terhadap kepuasan pengunjung.
2. Untuk menganalisis ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Perpustakaan Daerah Kota Tebing Tinggi.

#### Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana untuk melatih berpikir ilmiah, dengan berdasar pada disiplin ilmu yang diperoleh di bangku kuliah.

- a. Penelitian ini diharapkan dapat untuk menambah pengetahuan tentang pemasaran dan masalah yang dihadapi terutama tentang kualitas pelayanan, nilai pelanggan, dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Ppenelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan serta sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

#### STUDI KEPUSTAKAAN

##### Pengertian Kualitas pelayanan

Dalam perspektif *Total Quality Management (TQM)* kualitas dipandang secara luas, yaitu tidak hanya aspek hasil yang ditekankan, tetapi juga meliputi proses, lingkungan dan manusia. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan

kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007:112). Sebaliknya, definisi kualitas yang bervariasi dari kontroversional hingga kepada yang lebih strategik.

Kualitas pelayanan (*Service Quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima / peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Hubungan antara produsen dan konsumen menjangkau jauh melebihi dari waktu pembelian ke pelayanan purna jual, kekal abadi melampaui masa kepemilikan produk. Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat dari konsumen tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar dapat terus hidup. Menurut Tjiptono (2012:143) menyatakan bahwa terdapat lima perspektif mengenai kualitas, salah satunya yaitu bahwa kualitas dilihat tergantung pada orang yang menilainya.

Pengertian pelayanan umum menurut Keputusan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara (Men-PAN) Nomor 81 Tahun 1993 adalah segala bentuk kegiatan pelayanan umum yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah pusat, di daerah, dan lingkungan Badan Usaha Milik Negara / Daerah dalam bentuk barang dan jasa, baik dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang – undangan (Boediono, 2006 : 61).

Dari defenisi diatas dapatlah dipahami bahwa pelayanan umum merupakan jenis bidang usaha yang dikelola oleh

pemerintah dalam bentuk barang dan jasa untuk melayani kepentingan masyarakat tanpa berorientasi.

Dari definisi diatas dapatlah dipahami bahwa pelayanan umum merupakan jenis bidang usaha yang dikelola oleh pemerintah dalam bentuk barang dan jasa untuk melayani kepentingan masyarakat tanpa berorientasi.

Adapun bentuk dan sifat penyelenggaraan pelayanan umum harus mengandung sendi-sendi : kesederhanaan, kejelasan, kepastian, keamanan, keterbukaan, efisiensi, ekonomis, keadilan, dan ketepatan waktu (Boediono, 2006: 68-70). Pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada para pelanggan sekurang-kurangnya mengandung tiga unsur pokok, yaitu :

1. Terdapatnya pelayanan yang merata dan sama yaitu dalam pelaksanaan tidak ada diskriminasi yang diberikan oleh aparat pemerintah terhadap masyarakat. Pelayanan tidak menganaktirikan dan menganakemaskan keluarga, pangkat, suku, agama, dan tanpa memandang status ekonomi. Hal ini membutuhkan kejujuran dan tenggang rasa dari para pemberi pelayanan tersebut.
2. Pelayanan yang diberikan harus tepat pada waktunya Pelayanan oleh aparat pemerintah dengan mengulur waktu dengan berbagai alasan merupakan tindakan yang dapat mengecewakan masyarakat. Mereka yang membutuhkan secepat mungkin diselesaikan akan mengeluh kalau tidak segera dilayani. Lagi pula jika mereka mengulur waktu tentunya merupakan beban untuk tahap selanjutnya, karena berbarengan dengan semakin banyaknya tugas yang harus diselesaikan.
3. Pelayanan harus merupakan pelayanan yang berkesinambungan Dalam hal ini bersarti aparat pemerintah harus selalu siap untuk memberikan

pelayanan kepada masyarakat yang membutuhkan bantuan pelayanan. Sasaran pelayanan publik sebenarnya adalah kepuasan, yang di dalamnya terdiri dari atas dua komponen besar yaitu layanan dan produk.

#### **Dimensi Kualitas Pelayanan**

Menurut parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Saleh (2010:103) yang melakukan penelitian khusus terhadap beberapa jenis jasa dan berhasil mengidentifikasi sepuluh faktor utama yang menentukan kualitas jasa. Kesepuluh faktor tersebut adalah:

1. kehandalan (*Reliability*)
2. Daya tangkap (*Responsiveness*)
3. *Competence*
4. *Accessibility*
5. *Courtesy*
6. *Communication*
7. *Credibility*
8. *Security*, yaitu aman dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan.
9. *Understanding/Knowing the Customer*
10. *Tangibles*

Perkembangan selanjutnya, Ariani (2009:108) menyederhanakan sepuluh dimensi diatas menjadi lima dimensi pokok yang dikenal dengan *SERQUAL (Service Quality)* yang terdiri dari:

1. Bukti fisik (*tangibles*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Diantaranya meliputi fasilitas fisik (gedung, buku, rak buku, meja dan kursi, dan sebagainya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan pegawai.
2. Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. Daya tanggap (*responsiveness*) adalah kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat

dan tepat dengan penyampaian informasi yang jelas.

4. Jaminan (*assurance*) adalah pengetahuan, kesopan-santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen, antara lain:
  - a. Komunikasi (*communication*)
  - b. Kredibilitas (*credibility*)
  - c. Keamanan (*security*)
  - d. Kompetensi (*competence*)
  - e. Sopan santun (*courtesy*)
5. Empati (*empathy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

#### **Faktor Pendukung Pelayanan**

Menurut Moenir (2002 : 88-127) ada beberapa masalah pokok dari pelayanan yang diberikan kepada masyarakat, dimana faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan tersebut antara lain :

1. Tingkah laku yang sopan
2. Cara penyampaian
3. Waktu menyampaikan yang cepat
4. Keramah – tamahan

Dalam pelayanan terdapat beberapa faktor pendukung yang penting , antara lain faktor kesadaran, aturan, organisasi, keterampilan petugas, dan sarana, Urainnya adalah sebagai berikut :

1. Faktor kesadaran, yaitu kesadaran para pejabat serta petugas yang berkecimpung dalam kegiatan pelayanan. Kesadaran pegawai pada segala tingkatan terhadap tugas yang menjadi tanggung jawabnya, membawa dampak sangat positif terhadap

organisasi. Ia akan menjadi sumber kesungguhannya dan disiplin dalam melaksanakan tugas, sehingga hasilnya dapat diharapkan melalui standar yang telah ditetapkan.

2. Faktor aturan, aturan dalam organisasi yang menjadi landasan kerja pelayanan. Aturan ini mutlak kebenarannya agar organisasi dan pekerjaan dapat berjalan lancar teratur dan terarah. Agar peraturan dapat mencapai apa yang dimaksud, maka ia harus dipahami oleh semua orang yang bertugas dalam bidang yang diatur dengan disertai disiplin yang tinggi.
3. Faktor organisasi, yaitu merupakan alat serta sistem yang memungkinkan berjalannya mekanisme kegiatan pelayanan. Sebagai suatu sistem, organisasi merupakan alat yang efektif dalam usaha pencapaian tujuan, dalam hal ini pelayanan yang baik dan memuaskan. Agar organisasi berfungsi dengan baik perlu ada pembagian, baik dalam hal organisasi maupun tugas pekerjaan sampai pada jenis organisasi atau pekerjaan yang paling kecil.
4. Faktor pendapatan, pendapatan pegawai yang berfungsi sebagai pendukung pelaksana pelayanan. Pendapatan yang cukup akan memotivasi pegawai dalam melaksanakan pekerjaan dengan baik sehingga ia tidak melakukan penyimpangan yang dapat merugikan organisasi
5. Faktor keterampilan tugas, yaitu kemampuan dan keterampilan para pegawai dalam melaksanakan tugas atau pekerjaan.
6. Faktor sarana yang diperlukan dalam pelaksanaan tugas pekerjaan layanan. Sarana terbagi atas dua macam : pertama, sarana kerja meliputi peralatan, perlengkapan, dan alat bantu; kedua, fasilitas meliputi segala kelengkapannya dengan fasilitas komunikasi dan segala kemudahan

lainnya.

### **Model Kualitas Pelayanan**

Berdasarkan hasil sintesis terhadap berbagai riset yang telah dilakukan, Tjiptono (2005:261) mengemukakan enam kriteria kualitas pelayanan yang dipersepsikan baik, yakni sebagai berikut :

1. *Professionalisme and Skill*. Pelanggan mendapati bahwa penyedia jasa, karyawan, sistem operasional, dan sumber daya fisik memiliki pengetahuan dan keterampilan yang di butuhkan untuk memecahkan masalah mereka secara profesional ( *outcomerelated criteria* ).
2. *Attitudes and Behavior*. Pelanggan merasa bahwa karyawan jasa ( *customer contact personel* ) menaruh perhatian besar pada mereka dan berusaha membantu memecahkan masalah mereka secara sepotan dan ramah.
3. *Accessibilty and Felexibility*. Pelanggan merasa bahwa penyedia jasa, lokasi, jam operasi, karyawan dan sistem operasionalnya, dirancang dan di operasikan sedemikian rupa sehingga pelanggan dapat mengakses jasa tersebut dengan mudah. Selain itu, juga dirancang ddeengan maksud agar dapat menyesuaikan permintaan dan ke inginan pelanggan secara luwes.
4. *Reliability and Trustworthiness*. Pelanggan memahami bahwa apapun yang terjadi atau telah di sepakati, mereka bisa mengandalkan penyedia jasa beserta karyawan dan sistemnya dalam menentukan janji dan melakukan segala sesuatu dengan mengutamakan kepentingan pelanggan.
5. *Recovery*. Pelanggan menyadri bahwa bila terjadi kesalahan atau sesuatu yang tidak di harapkan dan tidak diprediksi, maka penyedia jasa akan segera mengambil tindakan untuk mengendalikan situasi dan mencari solusi yang tepat.
6. *Reputation and Credibility*. Pelanggan menyakini bahwa operasi dari

penyedia jasa dapat di percaya dan memberikan nilai/imbalan yang sepadan dengan biaya yang dikeluarkan. Dengan demikian, organisasi pemberi layanan dapat meningkatkan kepuasan pengunjung, yang pada gilirannya kepuasan pengunjung dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pengunjung kepada organisasi pemberi layanan yang memberikan kualitas yang memuaskan.

### **Pemasaran Jasa**

Kotler (2009:488) mengemukakan bahwa terdapat empat karakteristik jasa, antara lain:

1. *Intangibility* (tidak berwujud)  
Jasa tidak berwujud, tidak dapat dilihat, dicicipi, dirasakan, dan didengar sebelum membeli.
2. *Inseparability* (tidak dipisahkan)  
Jasa tidak dapat dipisahkan dari pembeli jasa itu, baik pembeli jasa itu adalah orang maupun mesin. Jasa tidak dapat dijejerkan pada rak-rak penjualan dan dapat dibeli oleh konsumen kapan saja dibutuhkan.
3. *Variability* (keanekarupaan)  
Jasa sangat beraneka rupa karena tergantung siapa yang menyediakannya dan kapan serta dimana disediakan. Seringkali pembeli jasa menyadari akan keanekarupaan yang besar ini akan membicarakan dengan yang lain sebelum, memilih satu penyedia jasa.
4. *Perishability* (tidak tahan lama)  
Jasa tidak dapat tahan lama, karenanya tidak dapat disimpan untuk penjualan atau penggunaan dikemudian hari. Sifat jasa yang tidak tahan lama ini bukanlah masalah kalau permintaan tetap atau teratur, karena jasa-jasa sebelumnya dapat dengan mudah disusun terlebih dahulu, kalau permintaan berfluktuasi, permintaan jasa akan dihadapkan pada berbagai masala sulit.

Pemasaran jasa tidak sama dengan pemasaran produk. Pertama, pemasaran

jasa lebih bersifat *intangible* dan *immaterial* karena produknya tidak kasat mata dan tidak dapat diraba. Kedua, produksi jasa dilakukan saat konsumen berhadapan dengan petugas sehingga pengawasan kualitasnya dilakukan dengan segera. Hal ini lebih sulit daripada pengawasan produk fisik. Ketiga, interaksi antara konsumen dan petugas adalah penting untuk mewujudkan produk (Rangkuti:2006: 19).

Berdasarkan klasifikasi Organisasi Perdagangan Dunia (World Trade Organization-WTO), ruang lingkup klasifikasi bisnis jasa meliputi (Rambat Lupiyoadi, 2006:19) :

1. Jasa bisnis
2. Jasa komunikasi
3. Jasa konstruksi dan jasa teknik
4. Jasa distribusi
5. Jasa pendidikan
6. Jasa lingkungan hidup
7. Jasa keuangan
8. Jasa kesehatan dan jasa sosial
9. Jasa kepariwisataan dan jasa perjalanan
10. Jasa rekreasi, budaya. Dan olahraga
11. Jasa transportasi
12. Jasa lain-lain

Produk yang ditawarkan dalam bisnis jasa tidak berupa barang, seperti pada perusahaan manufaktur. Dalam bisnis jasa konsumen tidak membeli fisik dari produk tetapi manfaat dan nilai dari produk yang disebut "*the offer*". Keunggulan produk jasa terletak pada kualitasnya, yang mencakup kehandalan, ketanggapan, kepastian, dan kepedulian. Layanan konsumen pada pemasaran jasa lebih dilihat sebagai hasil dari kegiatan distribusi dan logistik, dimana pelayanan diberikan kepada konsumen untuk mencapai kepuasan. Layanan konsumen meliputi aktivitas untuk memberikan kegunaan waktu dan tempat termasuk pelayanan pratransaksi, saat transaksi, dan pasca transaksi. Kegiatan sebelum transaksi akan turut mempengaruhi

kegiatan transaksi dan setelah transaksi karena itu kegiatan pendahuluannya harus sebaik mungkin sehingga konsumen memberikan respon yang positif dan menunjukkan loyalitas tinggi.

### **Pengertian Perpustakaan**

Secara harfiah perpustakaan masih dimengerti dan dipahami sebagai sebuah gedung atau bangunan fisik sebagai tempat untuk menyimpan buku – buku atau bahan pustaka. Menurut Undang-Undang (UU) Perpustakaan Nomor 43 Tahun 2007 Tentang Perpustakaan menyatakan Perpustakaan adalah institusi pengelola koleksi karya tulis, karya cetak, dan/atau karya rekam secara profesional dengan sistem yang baku guna memenuhi kebutuhan pendidikan, penelitian, pelestarian, informasi, dan rekreasi para pemustaka. Sedangkan koleksi perpustakaan adalah semua informasi dalam bentuk karya tulis, karya cetak, dan/atau karya rekam dalam berbagai media yang mempunyai nilai pendidikan, yang dihimpun, diolah, dan dilayankan. Sedangkan menurut Kamus Istilah Perpustakaan, perpustakaan merupakan sistem pengumpulan informasi yang terdiri dari bahan buku maupun non buku yang dikelola dengan sistem tertentu untuk dimanfaatkan oleh masyarakat pemakai.

Disamping itu ada beberapa para ahli yang mengemukakan definisi perpustakaan, diantaranya yaitu menurut Darmono (2011:2) perpustakaan pada hakekatnya adalah pusat sumber belajar dan sumber informasi bagi pemakainya. Perpustakaan dapat pula diartikan sebagai tempat kumpulan bukubuku atau tempat buku-buku dihimpun dan diorganisasikan sebagai media belajar siswa.

Sedangkan Saleh (2006:11) memberikan definisi perpustakaan adalah tempat pengumpulan pustaka atau kumpulan pustaka yang diatur dan disusun dengan sistem tertentu, sehingga sewaktu-waktu

diperlukan dapat ditemukan dengan mudah dan cepat.

Dengan demikian, perpustakaan dapat diartikan secara luas sebagai salah satu unit kerja yang berupa tempat untuk mengumpulkan, menyimpan, mengelola, dan mengatur koleksi bahan pustaka secara sistematis, untuk dipergunakan oleh pemakai sebagai sumber informasi sekaligus sebagai sarana belajar yang menyenangkan.

Perkembangan perpustakaan dari tahun ke tahun menempatkan perpustakaan menjadi sumber informasi ilmu pengetahuan, teknologi dan budaya. Dari istilah pustaka, berkembang istilah pustakawan, ke pustakaan, ilmu perpustakaan, dan ke pustakawanan yang akan dijelaskan sebagai berikut :

1. Pustakawan adalah orang yang bekerja pada lembaga – lembaga perpustakaan atau yang sejenis dan memiliki pendidikan perpustakaan secara formal.
2. Kepustakaan adalah bahan – bahan yang menjadi acuan atau bacaan dalam menghasilkan atau menyusun tulisan baik berupa artikel, karangan, buku, laporan, dan sejenisnya.
3. Ilmu Perpustakaan adalah bidang ilmu yang mempelajari dan mengkaji hal – hal yang berkaitan dengan perpustakaan baik dari segi organisasi koleksi, penyebaran dan pelestarian ilmu pengetahuan teknologi dan budaya serta jasa- jasa lainnya kepada masyarakat, hal lain yang berkenaan dengan jasa perpustakaan dan peranan secara lebih luas.
4. Kepustakawanan adalah hal – hal yang berkaitan dengan upaya penerapan ilmu perpustakaan dan profesi ke pustakawanan.

Perpustakaan merupakan 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.

#### **Fungsi Perpustakaan Khusus**

Fungsi perpustakaan selalu dikaitkan dengan jenis perpustakaan dan misi yang diembannya. Berikut ini adalah fungsi perpustakaan Menurut Hasugian (2009 : 86) fungsi perpustakaan secara umum adalah sebagai berikut:

1. Penyimpanan
2. Pendidikan
3. Penelitian
4. Informasi
5. Kultural
6. Fungsi Rekreasi

Adapun penjelasan fungsi dari perpustakaan yaitu :

1. Fungsi penyimpanan, bertugas menyimpan koleksi (informasi) karena tidak mungkin semua koleksi dapat dijangkau oleh perpustakaan.
2. Fungsi informasi, perpustakaan berfungsi menyediakan berbagai informasi untuk masyarakat.
3. Fungsi pendidikan, perpustakaan menjadi tempat dan menyediakan sarana untuk belajar baik dilingkungan formal maupun non formal.
4. Fungsi rekreasi, masyarakat dapat menikmati rekreasi kultural dengan membaca dan mengakses berbagai sumber informasi hiburan seperti : Novel, cerita rakyat, puisi, dan sebagainya.
5. Fungsi kultural, Perpustakaan berfungsi untuk mendidik dan mengembangkan apresiasi budaya masyarakat melalui berbagai aktifitas, seperti : pameran, pertunjukkan, bedah buku, mendongeng, seminar, dan sebagainya.



Fungsi perpustakaan menurut Sutarno NS (2006 : 58) adalah “Tempat penelitian dan pengembangan, pusat kajian, serta penunjang pendidikan dan pelatihan sumber daya manusia / pegawai”.

#### **Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha, hal ini dikarenakan dengan memuaskan pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan pendapatan (*profit*) dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas. Kepuasan pelanggan atau sering disebut juga dengan *Total Customer Satisfaction* menurut Saleh (2010:115) merupakan fokus dari proses *Customer-Driven Project Management* (CDPM), bahkan dinyatakan pula bahwa kepuasan adalah kualitas.

Dengan demikian dapat diartikan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perbedaan antara yang diharapkan pelanggan (nilai harapan) dengan situasi yang diberikan perusahaan di dalam usaha memenuhi harapan pelanggan. Sehingga yang menjadi indikator kepuasan pelanggan yang berfokus dari keinginan dan harapan pelanggan antara lain pelayanan memuaskan, pelayanan sesuai harapan, permasalahan terselesaikan,

Kesediaan merekomendasikan, dan minat penggunaan ulang. Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya kesetiaan berlanjut. Faktor yang paling penting untuk menciptakan kepuasan pelanggan adalah kinerja dan kualitas dari layanan yang diberikan oleh organisasi. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Kualitas termasuk semua elemen yang diperlukan untuk memuaskan tujuan pelanggan, baik internal maupun eksternal. Tingkat

kepuasan yang diperoleh para pelanggan sangat berkaitan erat dengan standar kualitas barang/jasa yang mereka nikmati. Sifat kepuasan bersifat subjektif, namun dapat diukur melalui survey atau indeks kepuasan pelanggan masyarakat. Kepuasan pelanggan dibangun atas dasar beberapa prinsip yang digunakan untuk menilai suatu organisasi dalam memberikan pelayanan: *tangibles* (bukti nyata), *reability* (terpercaya, tahan uji), *responsiveness* (respon, cepat tanggap), *assurance* (kepastian), *empathy* (empati). Kepuasan pelanggan dapat dibedakan atas tiga taraf, yaitu:

1. Memenuhi kebutuhan-kebutuhan dasar pelanggan.
2. Memenuhi harapan pelanggan dengan cara yang dapat membuat mereka akan kembali lagi. Melakukan lebih daripada apa yang diharapkan pelanggan.

#### **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan juga sangat dipengaruhi oleh tingkat pelayanan. Menurut Moenir yang dikutip dalam (Saleh, 2010:125), agar layanan dapat memuaskan orang atau sekelompok orang yang dilayani, ada empat persyaratan pokok, yaitu:

- a. Tingkah laku yang sopan
- b. Cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan.
- c. Waktu penyampaian yang tepat, dan Keramahtamahan.

Faktor pendukung yang tidak kalah pentingnya dengan kepuasan diantaranya faktor kesadaran para pejabat atau petugas yang berkecimpung dalam pelayanan publik, faktor aturan yang menjadi landasan kerja pelayanan, faktor organisasi yang merupakan alat serta sistem yang memungkinkan berjalannya mekanisme kegiatan pelayanan, faktor pendapatan yang dapat memenuhi

kebutuhan hidup minimum, faktor keterampilan petugas, dan faktor sarana dalam pelaksanaan tugas pelayanan. Dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan hal pertama yang perlu dipahami adalah apa yang dibutuhkan oleh pelanggan.

Kemudian harus memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan itu sebisa mungkin sehingga dapat dikembangkan menjadi sebuah daftar khusus mengenai kebutuhan pelanggan, misalnya:

1. Tanggapan yang cepat
2. Pelayanan tepat pada waktunya
3. Harga yang wajar
4. Sopan
5. Menepati janji
6. Memiliki pengetahuan yang luas
7. Memberikan nasihat dan konseling jika diperlukan
8. Teliti
9. Pelayanan prima yang konsisten Masih ada sekelompok lain kebutuhan dan keinginan pelanggan. Tujuannya adalah memuaskan sebanyak mungkin kebutuhan tersebut, sehingga akan menimbulkan persepsi positif bagi pelanggan.

#### **Hipotesis**

Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah “ Kualitas Pelayanan Di Badan Perpustakaan, Arsip dan Dokumentasi Provinsi Kota Tebing Tinggi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung “.

#### **METODE PENELITIAN**

##### **Populasi**

Populasi pada penelitian ini adalah para pengunjung yang pernah berkunjung ke Badan Perpustakaan, Arsip dan Dokumentasi Provinsi Kota Tebing Tinggi, yaitu yang berjumlah 100 orang. Sehingga populasi pada penelitian ini bersifat heterogen di lihat dari beragamnya jenis kelamin, tingkat profesi,

tingkat usia, tingkat pendidikan, program studi, dan lain-lain.

##### **Sampel**

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Pada penelitian ini, hanya sebagian anggota populasi yang di ambil untuk di jadikan sampel, namun kesimpulannya dapat di generalisasikan untuk seluruh populasi (Ferdinand, 2006). Adapun sampel penelitian ini adalah sebagian pengunjung Badan Perpustakaan, Arsip dan Dokumentasi Provinsi Kota Tebing Tinggi . Untuk menentukan jumlah sampel yang di perlukan, maka dapat digunakan rumus slovin (Umar, 2006) yaitu:

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

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat di toleransi yaitu 0,1 atau 10 %.

Contoh bila di ketahui jumlah pengunjung yang mengunjungi ke Badan Perpustakaan, Arsip dan Dokumentasi Provinsi Kota Tebing Tinggi pada tahun 2018 adalah 80.283 pengunjung, maka sampelnya dapat dihitung sebagai berikut:

Berdasarkan perhitungan di atas, maka jumlah sampel yang dapat digunakan pada penelitian ini adalah 99,87 atau dibulatkan menjadi 100 responden.

Pengambilan sampel akan menggunakan teknik *Convenience Sampling* dan *Accidental Sampling*, responden yang dijadikan sampel adalah pengunjung yang secara kebetulan berkunjung di Perpustakaan Daerah Kota Tebing Tinggi dan secara kebetulan peneliti berkunjung ke Badan Perpustakaan Arsip dan Dokumentasi, Kota Tebing Tinggi.

### **Pengukuran Variabel**

Variabel dalam penelitian ini yang diukur adalah variabel kualitas pelayanan yaitu berupa kehandalan, bentuk fisik, tanggapan, jaminan, empati dan variabel kepuasan pengunjung. Sekaran (2006:31) menyatakan bahwa skala Likert didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju dengan pernyataan pada skala 5 titik. Variabel-variabel tersebut diukur dengan menggunakan skala Likert dimana setiap jawaban akan diberi skor.

Tabel Instrumen Skala Likert

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Baik	5
2	Baik	4
3	Netral	3
4	Tidak Baik	2
5	Sangat Tidak Baik	1

Sumber : Data diolah oleh penulis, 2018

Adapun instrumen dari skala likert di atas dilakukan dalam bentuk kuesioner seperti Keterangan Jawaban:

Tingkat Pelayanan dan kepuasan

Petunjuk : berdasarkan pengalaman anda selama ini, berilah tanda silang (X) pada kolom yang telah disediakan, sesuai dengan harapan anda dan kenyataan.

Pada penelitian ini, responden diharuskan memilih salah satu dari kelima alternatif jawaban yang tersedia, kemudian setiap jawaban yang akan diberi skor (nilai) tertentu (1, 2, 3, 4 dan 5). Nilai yang diperoleh akan dijumlahkan dan jumlah tersebut menjadi nilai total. Nilai inilah yang akan ditafsirkan sebagai responden dalam skala Likert.

### **Sumber Data**

#### a. Data Primer

Data primer yaitu sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli dan data primer secara khusus di kumpulkan oleh peneliti pada penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer pada penelitian ini diperoleh dari hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden yaitu para pengunjung yang berkunjung ke Badan Perpustakaan, Arsip dan Dokumentasi Provinsi Kota Tebing Tinggi.

#### b. Data sekunder

Data sekunder yaitu sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara atau diperoleh dan di catat oleh pihak lain. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang tersusun dalam arsip atau data dokumen yang di publikasikan dan yang tidak di publikasikan. Data sekunder pada penelitian ini adalah jumlah pengunjung yang berkunjung ke Badan Perpustakaan, Arsip dan Dokumentasi Provinsi Kota Tebing Tinggi .

### **Metode Pengumpulan Data**

Teknik Pengumpulan Data Dalam hal ini teknik yang dipergunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini meliputi :

#### 1. Observasi

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengamati langsung berbagai cara dengan melakukan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang diteliti yaitu melakukan pengamatan langsung pada pengunjung Perpustakaan Daerah Kota Tebing Tinggi.

## 2. Studi pustaka

Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membaca dan mencatat berbagai referensi seperti buku, jurnal, majalah, artikel, dan lain-lain yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

## 3. Kuesioner (angket)

Kuesioner berupa angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pemberian pertanyaan-pertanyaan secara tertulis kepada responden untuk dijawab. Pertanyaan kuesioner pada penelitian ini bersifat terbuka dan tertutup.

## Metode Analisis Data

### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner yang dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Jadi validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah dibuat betul – betul dapat mengukur apa yang hendak diukur. Uji validitas dilakukan melalui perbandingan antara  $r$  hitung terhadap  $r$  tabel. Bila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid (Ghozali,2005).

Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

$r$  = Koefisien korelasi product moment antara X dan Y  
X = Skor pernyataan setiap nomor

Y = Skor total

n = Jumlah responden

Dari hasil uji validitas yang dilakukan, maka diperoleh nilai  $r$  hitung untuk masing-masing kuesioner sebagai berikut :

## Metode Analisis Regresi Sederhana

Metode analisis regresi sederhana adalah metode statistik yang berfungsi untuk menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara variabel kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

Model Persamaan Regresi Linear Sederhana adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan Pengunjung

a = Konstanta

b = Koefisien variabel X

X = Kualitas pelayanan

e = error

## Uji Signifikan Pengaruh Parsial ( uji t )

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2005).

Dan untuk menguji Hipotesis pada penelitian ini maka selanjutnya dihitung dengan menggunakan uji t dengan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

keterangan :

t = Nilai thitung

$r^2$  = Koefisien korelasi hasil r hitung

n = Jumlah responden

Dasar pengambilan keputusan dilakukan dengan kriteria angka probabilitas signifikan sebagai berikut :

a. Jika probabilitas t hitung  $>$   $t_{tabel} =$

0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

b. Jika probabilitas t hitung  $<$   $t_{tabel} =$

0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

**Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ferdinand, 2006).

Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$R^2 = \left[ \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \right]^2$$

**PEMBAHASAN**

**Hasil Analisis Data**

**Analisis Regresi Linear Sederhana**

Analisis regresi linear sederhana adalah hubungan secara linear antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini bertujuan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pengunjung.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan bantuan program SPSS 20,00 for windows untuk analisa regresi sederhana diperoleh data pada tabel 4.13 sebagai berikut :

Tabel : Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6,446	1,723		3,742	,000
Kualitas Pelayanan	,266	,031	,661	8,716	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2018

Persamaan regresi dapat diperoleh dari tabel 4.10 diatas yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan :

Y : Nilai prediksi variabel dependen

a : Konstanta, yaitu nilai Y jika X = 0

b : Koefisien regresi, yaitu nilai peningkatan atau penurunan variabel Y yang didasarkan variabel X

X : Variabel independen

e : error

Nilai-nilai pada output kemudian dimasukkan ke dalam persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 6,446 + 0,266X$$

Arti dari persamaan regresi ini adalah sebagai berikut.

- a) Nilai konstanta (a) adalah 6,446: artinya jika kualitas pelayanan nilainya adalah 0, maka penguasaan pengunjung nilainya 6,446.
- b) Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (b) adalah 0,226; ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1%, maka tingkat kepuasan pengunjung juga akan meningkat sebesar 0,226%.

**Uji Hipotesis**

Dalam melakukan uji hipotesis berikut akan dilakukan uji signifikansi parsial (Uji t). Uji t yaitu pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen maka digunakan uji t dimana  $df = N - 2$  atau  $100 - 2 = 98$ , maka t tabel sebesar 1,984 dan pengujian digunakan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dan 2 sisi.

Tabel : Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	6,446	1,723		3,742	,000
1 Kualitas Pelayanan	,266	,031	,661	8,716	,000

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2018

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung

Dalam pengujian hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut

a) Merumuskan Hipotesis

Ho : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung

Ha : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung

b) Kriteria Pengujian

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima

c) Membuat Kesimpulan

Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( 8,716 > 1,984 ) maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Berdasarkan signifikansi < 0,05  $H_o$  ditolak, dan jika signifikansi > 0,05 maka  $H_o$  diterima. Karena signifikansi 0,000 < 0,05 maka  $H_o$  ditolak, artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

**Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel. Koefisien determinasi ini digunakan karena dapat menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam variabel dependen. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi maka akan semakin baik pula kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Dengan menggunakan spss 20.0 diperoleh koefisien determinasi sebagai berikut.

Tabel : Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,661 <sup>a</sup>	,437	,431	1,55748

- a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan
- b. Dependent Variable: Kepuasan Pengunjung  
Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2018

Dari hasil output spss tersebut dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi atau R Square sebesar 0,437 atau 43,7%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel yang diteliti kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pengunjung sebesar 43,7%, sedangkan sisanya sebesar 56,3% dipengaruhi variabel lain seperti kesadaran, aturan, organisasi yang tidak diteliti.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Dari hasil pengujian diperoleh Nilai konstanta (a) adalah 6,446: artinya jika kualitas pelayanan nilainya adalah 0, maka penguasaan pengunjung nilainya 6,446. Dan nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (b) adalah 0,226; ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1%, maka tingkat kepuasan pengunjung juga akan meningkat sebesar 0,226%. Dan Dari hasil output spss tersebut dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi atau R Square sebesar 0,437 atau 43,7%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel yang diteliti kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pengunjung sebesar 43,7%, Adapun hasil pengujian membuktikan, yaitu : Nilai thitung > ttabel ( 8,716 > 1,984 ) maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Berdasarkan signifikansi < 0,05  $H_0$  ditolak, dan jika signifikansi > 0,05 maka  $H_0$  diterima. Karena signifikansi 0,000 < 0,05 maka  $H_0$  ditolak, artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

## **Saran**

Untuk menindaklanjuti penelitian ini sebaiknya kepada peneliti selanjutnya mengambil variabel lain di luar variabel kualitas pelayanan, seperti variabel lain yaitu kesadaran, aturan, organisasi yang tidak diteliti untuk mengetahui kepuasan pengunjung yang ada di Perpustakaan Daerah Kota Tebing Tinggi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Agusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Ariani, D. Wahyu. 2009. *Manajemen Operasi Jasa*, Yogyakarta : Graha Ilmu  
Arief, 2007. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*, Malang : Bayu Media

Assegaff, Mohammad. 2009. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan* (Studi Pada Perusahaan Penerbangan PT. Garuda Di Kota Semarang). Unisulla Semarang.

Boediono, B. 2006. *Pelayanan Prima Perpajakan*, Jakarta : Bhineka Cipta

Cahyadi, Febriyan. 2010. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran Pizza Hut Cabnag Sun Plaza*, .

Darmono. 2011. *Manajemen Dan Tata Kerja Perpustakaan Sekolah*, Jakarta : Grasindo.

Dirgantara, Wara. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pengunjung*, Meseum Kartini Jepara.

Freddy, Rangkuti. 2006. *Teknik Mengukur Dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*, Jakarta : Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Hardiyati, Ratih. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*, Pagilaran.

Hasugian, Jonner. 2009. *Dasar-Dasar Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, : USU Press

Ibnu Ahmad Saleh. 2006. *Penyelenggaraan Perpustakaan Sekolah*, Jakarta : PT. Hidakarya Agung

Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga  
Lupiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.

Moenir, H.A.S. 2006. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Jakarta : Bumi Aksara

Saleh, Ahmad Muwafik. 2010. *Public Service Communication*, Malang : UMM Press.

Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaiki Pangsa Pasar*, Jakarta : Rineka Cipta

Sutarno NS. 2006. *Perpustakaan Dan Masyarakat*, Jakarta : CV. Sagung Seto.  
Tjiptono, Fandy. 2006. *Pemasaran Jasa*, Malang : Bayu Media  
Tjiptono, Fandy. 2005. *Service, Quality and Satisfaction*, Yogyakarta: Andi

Umar, Husein. 2006. *Metode Riset Perilaku Organisasi*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

Umma Sekaran. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, Edisi Keempat, Jakarta : Salemba Empat