

## ANALISIS PENGARUH SERVICE QUALITY DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DI PERPUSTAKAAN

**Muhammad Kamil Hari Mulya**

*Kamil\_harimulya@yahoo.com*

**Hening Widi Oetomo**

**Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya**

### ABSTRACT

*The background of this research is due to the needs of society for information and education media as important things especially at college library. Educational institution such as universities are also a factor for the rapid development of information technology and society demand to improve services in education sector. This research is meant to analyze the influence of service quality and product quality to the customer satisfaction at the Library of ITS Master of Technology Management and to analyze the customer satisfaction has influence to the customer loyalty. The population is all students who have ever visited Library of ITS Master Technology Management. The sample collection technique has been done by using accidental sampling and 100 respondents have been selected as samples. The data analysis technique has been done by using multiple linear regressions. The result of the test shows that service quality and product quality variables have positive and significant influence to the customer satisfaction who have ever visited the Library of ITS Master Technology Management. Meanwhile, based on the partial determination coefficient value, product quality has become a variable with dominant influence to the customer satisfaction.*

*Keywords: Service Quality, Product Quality, and Customers' Satisfaction.*

### ABSTRAK

Latar belakang dari penelitian ini yaitu karena kebutuhan masyarakat terhadap informasi dan media edukasi merupakan hal penting bagi penyedia jasa informasi dan edukasi terutama perpustakaan pada perguruan tinggi. Lembaga pendidikan seperti perguruan tinggi negeri yang bergerak di bidang edukasi dan informasi juga tidak luput dari perkembangan teknologi informasi yang cepat dan tuntutan untuk meningkatkan pelayanan di bidang pendidikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *service quality* dan *product quality* terhadap kepuasan pengunjung di Perpustakaan Magister Manajemen Teknologi ITS. Tujuan dari penelitian untuk menganalisis pengaruh *service quality* dan *product quality* terhadap kepuasan pengunjung di Perpustakaan Magister Manajemen Teknologi ITS dan menganalisis kepuasan pengunjung berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu para mahasiswa yang pernah berkunjung ke Perpustakaan Magister Manajemen Teknologi ITS. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 100 responden. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode regresi linier berganda. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *service quality* dan *product quality* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pengunjung yang berkunjung di Perpustakaan Magister Manajemen Teknologi ITS. Sedangkan berdasarkan nilai koefisien determinasi parsial variabel *product quality* menjadi variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pengunjung.

Kata Kunci : *Service Quality, Product Quality*, dan Kepuasan Pengunjung

## PENDAHULUAN

Pelayanan merupakan suatu bentuk kegiatan sosial untuk membantu orang lain dan mempunyai tujuan membangun kerja sama antar pihak dalam jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan antar pihak terkait. Pelayanan yang bagus adalah pelayanan yang dapat memahami keinginan dan kebutuhan konsumen serta berusaha untuk memberikan nilai lebih kepada pelanggan. Perguruan tinggi negeri juga harus berupaya ikut serta meningkatkan kualitas layanan pendidikan mereka, karena kualitas pelayanan pendidikan merupakan usaha yang dapat meningkatkan citra konsumen khususnya mahasiswa. Kualitas harus di mulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. 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 perguruan tinggi negeri seperti ITS adalah jasa perpustakaan. Perpustakaan MMT ITS merupakan suatu unit jasa yang memberikan jasa di bidang kepastakaan. Kebutuhan konsumen khususnya mahasiswa terhadap ilmu pengetahuan dan media edukasi lainnya merupakan hal yang sulit untuk dipisahkan 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 MMT ITS sebagai salah satu unit jasa di fakultas mempunyai harapan agar perpustakaan dapat menjadi pusat informasi dan edukasi bagi mahasiswa.

Perpustakaan MMT ITS juga berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanannya dari tahun ke tahun dengan memperbaiki sarana dan prasarana serta berupaya menyediakan informasi yang terbaru dan semua itu dilakukan agar mahasiswa puas dan mau berkunjung kembali. Pada umumnya, pelayanan jasa yang di berikan kepada konsumen adalah yang terbaik dengan harapan terciptanya kepuasan konsumen. Menciptakan kepuasan konsumen melalui pelayanan bertujuan untuk menciptakan citra 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 MMT ITS bisa mempertahankan citra positifnya di pikiran mahasiswa serta mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan mahasiswa maka tidak menutup kemungkinan bahwa mahasiswa akan kembali berkunjung dan memberikan rekomendasi kepada orang lain agar mau berkunjung.

Namun sebaliknya, jika terjadi ketidakpuasan yang di rasakan mahasiswa, maka akan menimbulkan *image negative* dan dapat membuat mahasiswa tidak mau berkunjung kembali. Memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada mahasiswa bukanlah merupakan hal mudah, sering juga ditemukan masalah pada pelaksanaan yang membuat mahasiswa tidak nyaman. Oleh karena itu, diperlukan perencanaan yang matang dan fasilitas yang memadai agar tercipta kepuasan mahasiswa. Ada hubungan yang erat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan mahasiswa. Kualitas pelayanan yang baik serta ketersediaan literatur yang lengkap dapat membuat mahasiswa mau berkunjung ke perpustakaan MMT ITS dan dari hubungan tersebut pengelola perpustakaan MMT ITS dapat mengidentifikasi keinginan dan kebutuhan mahasiswa, sehingga pengelola perpustakaan MMT ITS dapat meningkatkan hal- hal yang dapat membuat mahasiswa senang atau puas terhadap pelayanan yang di berikan.

Perpustakaan MMT ITS sendiri hanya mempunyai pelayanan perpustakaan di Program S2 atau Magister Manajemen Teknologi ITS, seperti perpustakaan pada umumnya sirkulasi untuk pelayanan peminjaman buku dan referensi Tesis bagi mahasiswa. Walaupun

mahasiswa S1 bisa berkunjung namun mereka mempunyai hak yang terbatas tidak seperti mahasiswa magister manajemen. Adapun penelitian ini dilakukan di perpustakaan MMT ITS yang berada di tengah kota Surabaya terpisah dari kampus pusat di Sukolilo. Perpustakaan MMT ITS merupakan salah satu unit jasa pelayanan mahasiswa yang berkomitmen untuk menyediakan sarana dan fasilitas media edukasi untuk menunjang kegiatan akademik. Namun pada kenyataannya, pelayanan perpustakaan yang di berikan pengelola belum memuaskan mahasiswa dan ini menjadi tugas bagi pengelola perpustakaan MMT ITS untuk mengidentifikasi kebutuhan mahasiswa dan berupaya meningkatkan pelayanan dengan sarana yang ada.

Untuk meningkatkan pelayanan, maka di perlukan kritik dan saran dari mahasiswa agar pengelola perpustakaan MMT ITS dapat menyediakan sarana dan pelayanan yang di butuhkan oleh mahasiswa. Walaupun tidak semua kebutuhan Mahasiswa akan terpenuhi, karena dalam hal ini pihak pengelola juga memiliki keterbatasan. Oleh karena itu pengelola perpustakaan MMT ITS perlu membuat prioritas dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan. Kinerja dan kualitas jasa adalah faktor utama untuk menentukan kepuasan pengunjung terhadap perpustakaan MMT ITS.

Rumusan masalah dikemukakan sebagai berikut: (1) Apakah *service quality* berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung perpustakaan Magister Manajemen Teknologi ITS?; (2) Apakah *product quality* berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung perpustakaan Magister Manajemen Teknologi ITS?.

Tujuan penelitian dikemukakan sebagai berikut: (1) Menganalisis *service quality* berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung perpustakaan Magister Manajemen Teknologi ITS; (2) Menganalisis *product quality* berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung perpustakaan Magister Manajemen Teknologi ITS.

## TINJAUAN TEORITIS

### Kualitas Layanan

Kualitas jasa bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Layanan yang sesuai dengan harapan pelanggan itu dapat muncul dengan melakukan perbandingan terlebih dahulu terhadap layanan yang diberikan perusahaan seperti kecepatan layanan, konsistensi layanan dari waktu ke waktu, kenyamanan, dan tanggap terhadap keluhan pelanggan.

Dalam salah satu studi mengenai kualitas menurut (Parasuraman, 2010) menyebut lima dimensi penting yang menentukan tingkat *service quality* yaitu: (1) Dimensi *Tangible* (bukti langsung) adalah penampilan fisik , peralatan, dan sarana komunikasi. Misalnya keindahan interior kantor, kebersihan dan kelengkapan kantor, kerapian penampilan karyawan, keserasian tata letak kantor, kemudahan dan keamanan tempat parkir, serta kelengkapan sarana telekomunikasi; (2) Dimensi *Reliability* (keandalan) adalah kemampuan untuk melaksanakan jasa sesuai yang telah dijanjikan secara akurat dan dapat diandalkan. Misalnya terpenuhinya keinginan pelanggan dan ketepatan waktu yang diberikan; (3) Dimensi *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan seketika. Misalnya kepastian lamanya layanan dan kesiapan karyawan dalam melayani pelanggan; (4) Dimensi *Assurance* (jaminan) adalah pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan rasa percaya dan keyakinan. Misalnya kesopanan karyawan, keramahan karyawan, cara kerja karyawan, dan pengetahuan karyawan yang mendukung; (5) Dimensi *Empathy* (kepedulian) adalah rasa peduli dan perhatian individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan. Misalnya

pendekatan perindividu kepada pelanggan dan terciptanya hubungan yang baik dengan pelanggan.

### **Kualitas Produk**

Menurut Mahardika (dalam Tjiptono, 2011) kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan; kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan; kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang). Menurut Tjiptono (2011) faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan konsumen terhadap suatu produk diantaranya : (1) Kinerja (*performance*), karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang di beli. Kinerja dari produk memberikan manfaat bagi konsumen yang mengkonsumsi sehingga konsumen dapat memperoleh manfaat dari produk yang telah dikonsumsi; (2) Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*feature*), merupakan karakteristik sekunder atau pelengkap dari produk inti. Keistimewaan tambahan produk juga dapat dijadikan ciri khas yang membedakan dengan produk pesaing yang sejenis.

Ciri khas yang ditawarkan juga dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk; (3)Keandalan (*reliability*), kemungkinan kecil terhadap suatu kegagalan pakai atau kerusakan. Tingkat resiko kerusakan produk menentukan tingkat kepuasan konsumen yang diperoleh dari suatu produk. Semakin besar resiko yang diterima oleh konsumen terhadap produk, semakin kecil tingkat kepuasan yang diperoleh; (4) Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), sejauh mana karakteristik desain operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya; (5) Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Daya tahan produk biasanya berlaku untuk produk yang bersifat dapat dikonsumsi dalam jangka panjang; (6) Kegunaan (*serviceability*), meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan; (7) Estetika (*aesthetic*), daya tarik produk terhadap panca indera. Konsumen akan tertarik terhadap suatu produk ketika konsumen melihat tampilan awal dari produk tersebut; (8) Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), meliputi cita rasa, reputasi produk, dan tanggung jawab perusahaan terhadap produk yang dikonsumsi oleh konsumen

### **Kepuasan Pengunjung**

Menurut Kotler (2011) kepuasan konsumen adalah suatu ukuran yang merefleksikan antara struktur, proses dan hasil akhir pelayanan. Kepuasan konsumen di pandang sebagai konsep multi dimensional yang melibatkan biaya, kemudahan sarana, aspek teknis dan interpersonal serta hasil akhir. Kepuasan juga dapat di pertimbangkan sebagai hubungan antara harapan dan pengalaman, dimana semakin dekat dengan harapan akan semakin puas konsumen.

### **Hubungan *Tangible* dengan Kepuasan Mahasiswa**

Faktor *tangible* atau bukti fisik merupakan unsur penting untuk mengukur pelayanan, hal ini karena pelayanan merupakan hal yang tidak berwujud sehingga tidak bisa disentuh. Menurut Naryawan (dalam Zeithaml 2012) *tangible* atau keberwujudan adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil dan perlengkapan komunikasi. Dimensi *tangible* ini umumnya di gunakan perusahaan untuk menaikkan *image* di mata konsumen.

Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik harus dapat di andalkan, keadaan lingkungan di sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang di berikan oleh pemberi jasa. Penampilan fisik pelayanan, karyawan, dan komunikasi akan memberikan

warna tersendiri dalam pelayanan pelanggan.

Pengaruh *tangible* atau bukti fisik terhadap kepuasan mahasiswa adalah semakin tinggi bukti fisik yang diterima maka semakin tinggi pula kualitas layanan yang diterima oleh mahasiswa. Namun, bila persepsi mahasiswa terhadap bukti fisik rendah, maka kepuasan mahasiswa pun rendah

### **Hubungan *Reliability* dengan Kepuasan Mahasiswa**

Menurut Naryawan (dalam Zeithaml, 2012) berpendapat bahwa *reliability* atau keandalan adalah kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang semestinya secara tepat. Dimensi ini sangat penting bagi sebagian pelanggan, sehingga mereka bersedia mengeluarkan biaya tambahan agar perusahaan melaksanakan transaksi seperti yang di janjikan.

Menurut Manjunatha dan Shivalingaiah (2004) menyatakan bahwa keandalan berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu produk melaksanakan fungsinya secara berhasil dalam periode waktu tertentu di bawah kondisi tertentu dengan demikian keandalan merupakan karakteristik yang merefleksikan kemungkinan atau probabilitas tingkat keberhasilan dalam penggunaan produk itu.

Pengaruh *reliability* terhadap kepuasan mahasiswa adalah keandalan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa. Semakin tinggi tingkat keandalan semakin tinggi pula kualitas layanan yang di terima oleh mahasiswa. Namun sebaliknya semakin rendah tingkat keandalan yang di terima mahasiswa, maka kepuasan mahasiswa pun rendah.

### **Hubungan *Responsiveness* dengan Kepuasan Mahasiswa**

Menurut Naryawan (dalam Zeithaml, 2012) *responsiveness* atau ketanggapan adalah keinginan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan seharga. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan dalam menghadapi permintaan, pertanyaan, keluhan serta kesulitan pelanggan. Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan, membiarkan konsumen menunggu, tanpa adanya suatu alasan yang jelas akan menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Pada peristiwa pelayanan yang gagal, kemampuan untuk segera mengatasi hal tersebut secara profesional dapat memberikan persepsi yang positif terhadap kualitas pelayanan.

Pengaruh *responsiveness* atau ketanggapan adalah semakin tinggi tingkat ketanggapan, semakin tinggi pula kualitas layanan yang di terima oleh mahasiswa. Namun sebaliknya, semakin rendah tingkat keandalan yang di berikan maka tingkat kepuasan mahasiswa juga semakin rendah.

### **Hubungan *Empathy* dengan Kepuasan Mahasiswa**

Menurut Assegaff (dalam Tjiptono, 2011) empati juga berarti memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan dan berupaya untuk memahami keinginan konsumen. Tingkat kepedulian dan perhatian perusahaan pada pelanggannya secara individu akan sangat di dambakan oleh pelanggan. Persoalan dan masalah dapat muncul dan sejauh mana tingkat kepedulian untuk menyelesaikan masalah, mengerti kemauan dan kebutuhan pelanggan dapat di aktualisasikan.

Pengaruh *emphaty* atau empati pada kepuasan mahasiswa adalah semakin tinggi empati, maka semakin tinggi pula kualitas layanan yang di terima mahasiswa. Namun sebaliknya, semakin rendah empati yang berikan kepada pelanggan, maka kepuasan mahasiswa pun akan rendah.

### Hubungan Assurance dengan Kepuasan Mahasiswa

Menurut Assegaff (dalam Tjiptono, 2011) menyatakan bahwa jaminan adalah mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat di percaya yang di miliki oleh para staf, bebas dari bahaya, risiko atau kerugian. Pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan melakukan tugas secara spontan yang dapat menjamin kinerja yang baik sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan.

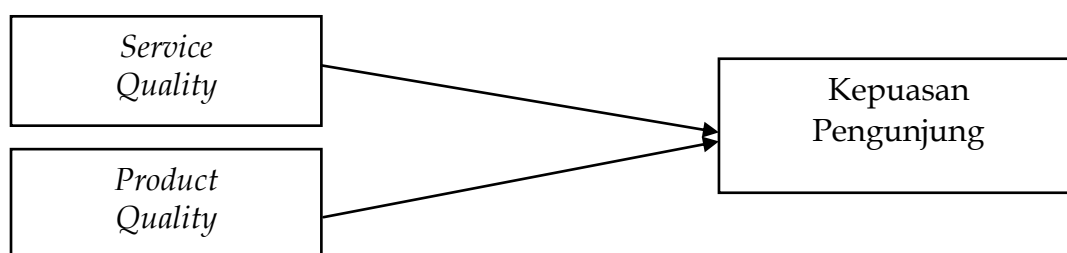
Pengaruh *assurance* atau jaminan pada kepuasan mahasiswa adalah semakin tinggi jaminan semakin tinggi pula kualitas layanan yang di terima mahasiswa. Namun sebaliknya, jika jaminan yang di berikan kepada mahasiswa rendah, maka akan timbul ketidakpuasan mahasiswa.

### Penelitian Terdahulu

Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Service Provider Telekomunikasi Seluler di Malaysia (Anantha, 2013); Mengukur Kualitas Layanan Rumah Sakit di Thailand (Khanchitpol, 2013); Mengukur Kualitas e-CRM Dalam Konteks Perpustakaan (Wang, 2007); Total Manajemen Kualitas Dari Sektor Perpustakaan dan Informasi (Golnessa, 2008);

### Model Penelitian

Untuk memudahkan penganalisaan pada penelitian ini, maka diperlukan model penelitian sebagai berikut:



**Gambar 1**  
**Model Penelitian**

### Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini, serta tinjauan teori yang telah diuraikan sebelumnya, Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) H<sub>1</sub>: *Service quality* berpengaruh signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pengunjung di Perpustakaan Magister Manajemen Teknologi ITS; (2) H<sub>2</sub>: *Product quality* berpengaruh signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pengunjung di Perpustakaan Magister Manajemen Teknologi ITS.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian pada skripsi ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu.

## Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini para mahasiswa yang pernah berkunjung ke perpustakaan MMT ITS. Sehingga populasi pada penelitian ini bersifat heterogen dilihat dari beragamnya jenis kelamin, tingkat pendidikan, program studi.

## Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah melalui *non probability sampling*. Berdasarkan teknik ini, tidak semua individu mendapat peluang yang sama untuk diambil sebagai sampel. Sedangkan metodenya melalui *accidental sampling* yaitu mereka yang dijumpai peneliti di tempat penelitian atau orang-orang yang diketahui pernah menggunakan jasa tersebut, maka dapat dijadikan sampel dalam penelitian.

## Teknik Pengumpulan Data

Dalam rangka pengumpulan data dan informasi yang dibutuhkan, teknik pengumpulan data dilakukan sebagai berikut: (1) 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; (2) Studi pustaka, teknik pengumpulan data yang di lakukan dengan cara membaca dan mencatat berbagai referensi seperti buku, jurnal, majalah, artikel, dan lain-lain yang berkaitan dengan penelitian yang sedang di lakukan.

## Variabel dan Definisi Operasional Variabel

### Variabel

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini perlu di identifikasi terlebih dahulu agar tidak terdapat perbedaan cara pandang terhadap variabel penelitian. Adapun variabel yang diidentifikasi adalah sebagai berikut: (a) Variabel bebas, yaitu *Service quality* dan *Product Quality*; (b) Variabel terikat, yaitu Kepuasan Pengunjung.

### Definisi Operasional Variabel

#### Variabel Bebas

##### Variabel *Service Quality* (SQ)

Kualitas jasa didefinisikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas jasa bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Indikator yang digunakan untuk variabel kualitas layanan adalah : (a) *Tangibles*; (b) *Reliability*; (c) *Responsiveness* ; (d) *Assurance*; (e) *Empathy*.

##### Variabel *Product Quality* (PQ)

Produk didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Kualitas produk adalah segala sesuatu yang memiliki nilai di pasar sasaran (*target market*) dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan, termasuk hal ini adalah benda, jasa, organisasi, tempat, orang dan ide. Indikator yang digunakan untuk variabel kualitas produk adalah : (a) *Performance*; (b) *Reliability*; (c) *Conformance*.

#### Variabel Terikat

##### Variabel Kepuasan Pengunjung (KP)

Kepuasan Pengunjung merupakan perbandingan antara harapan yang diinginkan

konsumen dengan kenyataan yang mereka terima. Apabila harapan yang mereka inginkan terpenuhi maka mereka akan merasa puas, sedang harapan yang tidak sesuai dengan kenyataan akan membuat mereka tidak puas. Indikator yang digunakan untuk variabel kepuasan Konsumen adalah: (a)Kepuasan terhadap pelayanan; (b) Kepuasan produk yang dihasilkan; (c) Perbandingan antara harapan dan kenyataan

## **Teknik Analisis Data**

### **Uji Instrumen**

#### **Uji Validitas**

Menurut Santoso (2011: 268) menyatakan bahwa validitas dalam penelitian diartikan sebagai suatu derajat ketepatan alat ukur peneliti tentang isi atau arti sebenarnya yang diukur. Valid tidaknya suatu alat ukur tergantung pada kemampuan atau tidak alat ukur tersebut mencapai tujuan pengukuran yang dikehendaki. Menurut (Santoso, 2011: 277) Dasar pengambilan keputusan, yaitu sebagai berikut: (a) Jika  $r_{\text{hasil}}$  positif, serta  $r_{\text{hasil}} > r_{\text{tabel}}$ , maka hal ini berarti bahwa butir atau item pertanyaan tersebut valid; (b) Jika  $r_{\text{hasil}}$  negatif, dan  $r_{\text{hasil}} < r_{\text{tabel}}$  maka hal ini berarti bahwa butir atau item pertanyaan tersebut tidak valid.

#### **Uji Reliabilitas**

Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan cara *one shot methode* atau pengukuran sekali saja. Untuk mengukur reliabilitas dengan melihat *cronbach alpha*. Suatu konstruk atau variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha*  $> 0,60$ . (Ghozali, 2011: 42).

#### **Uji Asumsi Klasik**

##### **Uji Normalitas**

Uji Normalitas merupakan suatu alat uji yang digunakan untuk menguji apakah dari variabel-variabel yang digunakan dalam model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal, dapat diuji dengan metode pendekatan grafik, yaitu: (a) Jika data menyebar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi memenuhi asumsi Normalitas; (b) Jika data menyebar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi tidak memenuhiasumsi Normalitas

##### **Uji Multikolinieritas**

Bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen menurut (Ghozali, 2011: 91). Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance sama dengan nilai VIF tinggi karena  $VIF=1/tolerance$ . Nilai cutoff yang umumnya dipakai untuk menunjukkan adanya multikorelasi adalah nilai tolerance  $< 0,10$  atau sama dengan nilai  $VIF < 10$ .

##### **Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2011: 139). Dalam sebuah model regresi terdapat kesamaan varians dari residu dari satu pengamatan ke pengamatan lain sama, maka disebut homoskedastisitas dan jika varians berbeda disebut



heterokedastisitas, dengan syarat: (a) Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada berbentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka telah terjadi heterokedastisitas; (b) Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah 0 pada Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

### Regresi Linier Berganda

Analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat (Ghozali, 2011), yaitu :

$$KP = a + \beta_1 SQ + \beta_2 PQ + e$$

Keterangan :

KP= Kepuasan Pengunjung

a = Konstanta

$\beta_1, \beta_2$  = Koefisien Regresi

SQ = *Service Quality*

PQ = *Product Quality*

e = Kesalahan Estimasi Standar

### Pengujian Model Regresi secara Simultan (Uji F)

Uji F dapat juga dilakukan dengan melihat nilai signifikansi F pada *output* hasil regresi menggunakan SPSS dengan *significance level* 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Jika nilai signifikansi lebih besar dari  $\alpha$  maka hipotesis ditolak, yang berarti model regresi tidak *fit* (tidak signifikan). Jika nilai signifikan lebih kecil dari  $\alpha$  maka hipotesis diterima, yang berarti bahwa model regresi *fit* (tidak signifikan).

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

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi 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.

### Koefisien Determinasi Parsial ( $r^2$ )

Analisis ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana kontribusi dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara individu (parsial). Menurut (Mulyono, 2011: 260) koefisien determinasi parsial yaitu dengan melihat nilai *correlation partial* pada hasil pengujian SPSS, apabila  $r^2$  berada antara 0 dan 1 ( $0 \leq r^2 \leq 1$ ), berarti: (a) Pengaruh kuat apabila  $r^2 = 1$  atau mendekati 1 (semakin besar nilai  $r^2$ ); (b) Pengaruh lemah apabila  $r^2$  mendekati 0 (semakin kecil nilai  $r^2$ ).

### Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan adalah: (a) Jika nilai signifikan  $\text{sig} \leq 0,05$  maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel bebas; (b) Jika nilai signifikan  $\text{sig} \geq 0,05$  maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel bebas.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Perusahaan

Sejak tahun 1996 ITS telah menyelenggarakan Program Studi Magister Manajemen Teknologi (MMT) yang berada di bawah pengelolaan Program Pascasarjana ITS. Program pendidikan yang diselenggarakan oleh MMT-ITS berorientasi praktis, komprehensif, dan relevan dalam menyiapkan calon-calon manajer, pelaku bisnis dan industri, pemimpin dan peneliti bisnis dan industri.

MMT-ITS meliputi bidang keilmuan yang lintas dan multi disiplin, dan program pendidikan ini dirancang untuk membekali para manajer, pemimpin dan eksekutif profesional dengan pengetahuan dan kompetensi serta ketrampilan manajerial. Kompetensi tersebut diperlukan dalam menghadapi perubahan serta dinamika perkembangan sistem organisasi dan bisnis, perusahaan, industri yang sangat dipengaruhi oleh perubahan dan kemajuan teknologi, ekonomi dan keuangan.

### Karakteristik Responden Berkaitan dengan Jenis Kelamin

Karakteristik responden yang berkunjung di Perpustakaan Magister Manajemen Teknologi ITS berkaitan dengan jenis kelamin dapat digambarkan sebagai berikut :

**Tabel 1**  
**Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin**

Usia	Jumlah (orang)	Prosen
Laki-Laki	68	68 %
Perempuan	32	32 %
Total	100	100 %

Sumber Data : Data Primer Diolah, 2015

Dari Tabel 1 menunjukkan gambaran distribusi frekuensi berkaitan dengan jenis kelamin responden yang berkunjung di Perpustakaan Magister Manajemen Teknologi ITS, terbanyak adalah yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 68 responden dengan prosentase sebesar 68%. Kemudian diikuti oleh responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 32 responden dengan prosentase sebesar 32%.

### Karakteristik Responden Berkaitan dengan Usia

Karakteristik responden yang berkunjung di Perpustakaan Magister Manajemen Teknologi ITS berkaitan dengan usia dapat digambarkan sebagai berikut :

**Tabel 2**  
**Karakteristik Responden Menurut Usia**

Usia	Jumlah (orang)	Prosen
21-30 th	30	30 %
31-40 th	56	56 %
41-50 th	14	14 %
Total	100	100 %

Sumber Data : Data Primer Diolah, 2015

Dari Tabel 2 menunjukkan gambaran distribusi frekuensi berkaitan dengan usia responden yang berkunjung di Perpustakaan Magister Manajemen Teknologi ITS, terbanyak adalah yang berusia antara 31-40 tahun sebanyak 56 responden dengan prosentase sebesar 56%. Kemudian diikuti oleh responden yang berusia 21-30 tahun sebanyak 30 responden dengan

prosentase sebesar 30%. Selanjutnya diikuti oleh responden yang berusia 41-50 tahun sebanyak 14 responden dengan prosentase sebesar 14%.

### Karakteristik Responden Berkaitan dengan Pekerjaan

Karakteristik responden yang berkunjung di Perpustakaan Magister Manajemen Teknologi ITS berkaitan dengan pekerjaan dapat digambarkan sebagai berikut :

**Tabel 3**  
**Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan**

Pekerjaan	Jumlah (orang)	Prosen
Pegawai Swasta	46	46%
Pegawai Negeri	12	12%
Wiraswasta	14	14%
Dosen/Pengajar	20	20%
Lainnya	8	8%
Total	100	100 %

Sumber Data : Data Primer Diolah, 2015

Dari Tabel 3 menunjukkan gambaran distribusi frekuensi berkaitan dengan pekerjaan responden yang berkunjung di Perpustakaan Magister Manajemen Teknologi ITS, frekuensi terbanyak responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 46 responden dengan prosentase sebesar 46%. Kemudian terbanyak kedua responden dengan pekerjaan sebagai dosen/pengajar sebanyak 20 responden dengan prosentase sebesar 20%. Terbanyak ketiga responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 14 responden dengan prosentase sebesar 14%. Selanjutnya responden dengan pekerjaan pegawai negeri sebanyak 12 responden dengan prosentase sebesar 12%. Sedangkan sisa nya responden dengan pekerjaan lainnya sebanyak 7 responden dengan prosentase sebesar 7%.

### Karakteristik Responden Berkaitan dengan Intensitas Kunjungan dalam Satu Bulan

Karakteristik responden yang berkunjung di Perpustakaan Magister Manajemen Teknologi ITS berkaitan dengan intensitas kunjungan dalam satu bulan mahasiswa dapat digambarkan sebagai berikut :

**Tabel 4**  
**Karakteristik Responden Berkaitan dengan Intensitas Kunjungan**

Intensitas Belanja	Jumlah (orang)	Prosen
1-2 kali	29	29 %
3-5 kali	56	56 %
>5 kali	15	15%
Total	100	100 %

Sumber Data : Data Primer Diolah, 2015

Tabel 4 menunjukkan gambaran distribusi frekuensi berkaitan dengan intensitas kunjungan dalam satu bulan responden yang berkunjung di Perpustakaan Magister Manajemen Teknologi ITS. Frekuensi terbanyak yaitu dengan intensitas belanja dalam satu bulan dengan intensitas 3-5 kali sebanyak 56 responden dengan prosentase sebesar 56%. Terbanyak kedua dengan intensitas belanja dalam satu bulan dengan intensitas 1-2 kali sebanyak 29 responden dengan prosentase sebesar 29%. Sedangkan sisanya yaitu dengan intensitas kunjungan

dalam satu bulan dengan intensitas >5 kali sebanyak 15 responden dengan prosentase sebesar 15%.

### Karakteristik Responden Berkaitan dengan Semester

Karakteristik responden yang berkunjung di Perpustakaan Magister Manajemen Teknologi ITS berkaitan dengan semester dapat digambarkan sebagai berikut :

**Tabel 5**  
**Karakteristik Responden Berkaitan dengan Semester**

Intensitas Belanja	Jumlah (orang)	Prosen
Semester I	8	8%
Semester II	32	32%
Semester III	25	25%
Semester IV	20	20%
Semester >IV	15	15%
Total	100	100 %

Sumber Data : Data Primer Diolah, 2015

Tabel 5 menunjukkan gambaran distribusi frekuensi berkaitan dengan semester responden yang berkunjung di Perpustakaan Magister Manajemen Teknologi ITS. Frekuensi terbanyak yaitu responden semester II sebanyak 32 responden dengan prosentase sebesar 32%. Terbanyak kedua responden semester III sebanyak 23 responden dengan prosentase sebesar 25%. Terbanyak ketiga responden semester IV sebanyak 20 responden dengan prosentase sebesar 20%. Selanjutnya responden semester >IV sebanyak 15 responden dengan prosentase sebesar 15%. Sedangkan sisanya responden semester I sebanyak 8 responden dengan prosentase sebesar 8%.

### Analisis Data Uji Instrumen Uji Validitas

Hasil uji validitas data sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Indikator	Corrected Item-total Correlation ( $r_{hitung}$ )	r tabel	Keterangan
Service Quality	SQ1	0,278	0,197	Valid
	SQ2	0,360		Valid
	SQ3	0,355		Valid
	SQ4	0,346		Valid
	SQ4	0,320		Valid
Product Quality	PQ1	0,568		Valid
	PQ2	0,391		Valid
Kepuasan Pengunjung	PQ3	0,294		Valid
	KP1	0,362		Valid
	KP2	0,280		Valid
	KP3	0,570	Valid	

Sumber Data : Data Primer Diolah, 2015

Berdasarkan pada Tabel 6, dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan mengenai kualitas layanan maupun kepuasan yang berjumlah 11 item pernyataan, mempunyai nilai  $r_{\text{hasil}} > r_{\text{tabel}}$ , dan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan, maka hal ini berarti bahwa seluruh item pertanyaan tersebut seluruhnya valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

### Uji Reliabilitas

Dari hasil uji reliabilitas nilai *cronbach alpha* dapat dilihat dibawah ini.

**Tabel 7**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Cronbach's Alpha	N of Items
0,720	11

Sumber Data: Data Primer Diolah, 2015

Dari Tabel 7 hasil uji reliabilitas terlihat nilai *cronbach's alpha* sebesar  $0,720 > 0,60$  yang berarti butir-butir pertanyaan dari seluruh variabel seluruhnya reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian.

### Uji Asumsi Klasik Normalitas

Pendekatan Kolmogorov Smirnov

Berdasarkan hasil Uji Normalitas dengan alat bantu komputer yang menggunakan Program SPSS. 21.0. diperoleh hasil :

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

	Unstandardized Predicted Value
N	100
Kolmogorov-Smirnov Z	0,752
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,624

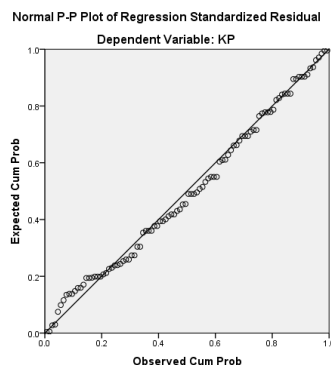
- a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.

Sumber Data: Data Primer Diolah, 2015

Berdasarkan pada Tabel 8 dapat diketahui bahwa besarnya nilai *Asymp sig (2-tailed)* sebesar  $0,624 > 0,050$ , hal ini sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan maka dapat disimpulkan bahwa data pada model tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam penelitian.

Pendekatan Grafik

Pendekatan kedua yang dipakai untuk menilai normalitas data dengan pendekatan grafik, yaitu grafik Normal P-P *Plot of regression standard*, dengan pengujian ini disyaratkan bahwa distribusi data penelitian harus mengikuti garis diagonal antara 0 dan pertemuan sumbu X dan Y. Grafik normalitas disajikan dalam gambar berikut:



**Gambar 2**  
**Grafik Uji Normalitas Data**  
Sumber: Data Primer Diolah, 2015

Menurut Santoso (2011: 214) jika penyebaran data (titik) di sekitar sumbu diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi Normalitas. Dari grafik diatas dapat diketahui bahwa distribusi data telah mengikuti garis diagonal antara 0 (nol) dengan pertemuan sumbu Y (*Expected Cum. Prob.*) dengan sumbu X (*Observed Cum Prob.*) Hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini telah berdistribusi normal.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa baik melalui pendekatan Kolmogorov Smirnov maupun pendekatan grafik model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

**Multikolinieritas**

Berdasarkan hasil Uji Multikolinieritas dengan alat bantu komputer yang menggunakan Program SPSS. 21.0. diperoleh hasil :

**Tabel 9**  
**Hasil Uji Multikolinieritas Model 1**

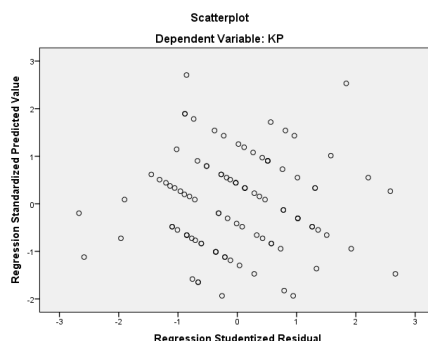
Variabel	Tolerance	Variance Influence Factor (VIF)	Keterangan
<i>Service Quality</i>	0,855	1,169	Bebas Multikolinieritas
<i>Product Quality</i>	0,855	1,169	Bebas Multikolinieritas

Sumber data: Data Primer Diolah, 2015

Berdasarkan pada Tabel 9 dapat diketahui bahwa besarnya nilai *Variance Influence Factor* (VIF) pada seluruh variabel bebas yang dijadikan model penelitian lebih kecil dari 10, sedangkan nilai *Tolerance* mendekati 1. Hal ini sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan maka dalam persamaan regresi tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau bisa disebut juga dengan bebas dari Multikolinieritas, sehingga variabel tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

**Heteroskedastisitas**

Berdasarkan hasil Uji Heteroskedastisitas menggunakan metode grafik Scatterplot dengan alat bantu komputer yang menggunakan Program SPSS 21. diperoleh hasil, yaitu sebagai berikut :



**Gambar 3**  
**Grafik Uji Heteroskedastisitas**

Sumber : Data Primer Diolah, 2015

Dari Gambar 3 terlihat titik-titik yang menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola yang jelas, tersebar diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gangguan herteroskesdastisitas pada model penelitian.

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pengunjung di Perpustakaan Magister Manajemen Teknologi ITS Surabaya. Hasil pengujian regresi linier berganda melalui alat hitung program SPSS 21.0, diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 10**  
**Hasil Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	0,424	0,240		1,764	0,081	
1 SQ	0,347	0,066	0,335	5,243	0,000	0,573
PQ	0,546	0,056	0,625	9,780	0,000	0,752

Sumber : Data Primer Diolah, 2015

Dari data Tabel 10, persamaan regresi yang di dapat adalah:

$$KP = 0,424 + 0,347SQ + 0,546PQ + e_1$$

Dari persamaan regresi diatas dapat duraikan sebagai berikut:

1. Koefisien regresi kualitas layanan ( $b_1$ ) = 0,347 menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara variabel kualitas layanan dengan kepuasan pengunjung. Hal ini menunjukkan semakin baik kualitas layanan yang diberikan Perpustakaan Magister Manajemen Teknologi ITS maka akan semakin meningkatkan kepuasan pengunjung. Hal ini terjadi dengan asumsi pengaruh variabel independen yang lain konstan.
2. Koefisien regresi kualitas produk ( $b_2$ ) = 0,546 menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara kualitas produk dengan kepuasan pengunjung. Hal ini menunjukkan semakin baik kualitas produk yang ada di Perpustakaan Magister Manajemen Teknologi ITS maka akan semakin meningkatkan kepuasan pengunjung.. Hal ini terjadi dengan asumsi pengaruh variabel independen yang lain konstan.

## Uji F

Hasil uji F untuk model regresi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 11**  
**Hasil Uji F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15,364	2	7,682	94,821	0,000 <sup>b</sup>
	Residual	7,858	97	0,081		
	Total	23,222	99			

a. Dependent Variable: KP

b. Predictors: (Constant), PQ, SQ

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

Dari hasil output analisa SPSS Tabel 11 didapat tingkat signifikansi uji F = 0,000 < 0,05 (*significance level*), yang menunjukkan pengaruh variabel kualitas layanan (*service quality*) dan kualitas produk (*product quality*) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

## Koefisien Determinasi

Hasil pengujian koefisien determinasi untuk model regresi dapat dilihat pada:

**Tabel 12**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,813 <sup>a</sup>	0,662	0,655	0,28463

a. Predictors: (Constant), PQ, SQ

b. Dependent Variable: KP

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

Dari Tabel 12 diketahui R square ( $R^2$ ) sebesar 0,662 atau 66,2% yang menunjukkan bahwa 66,2% perubahan variabel kepuasan pengunjung dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan dan kualitas produk, sedangkan sisanya 33,8% dijelaskan oleh variabel lain diluar model. Hasil 0,662 menunjukkan hubungan antara variabel bebas tersebut secara bersama-sama terhadap kepuasan pengunjung memiliki hubungan yang kuat.

## Uji Koefisien Determinasi Parsial ( $r^2$ )

Hasil pengujian koefisien determinasi parsial dapat dilihat pada:

**Tabel 13**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Correlations	
		Partial (r)	$r^2$
1	(Constant)		
	Service Quality	0,470	0,221
	Product Quality	0,705	0,497

a. Dependent Variable: KP

Sumber: Data Primer Diolah, 2015



Dari Tabel 13 maka dapat diperoleh koefisien determinasi parsial dan pengertiannya sebagai berikut:

- a. Koefisien determinasi parsial variabel *service quality* = 0,221 = 22,1% yang menunjukkan besarnya kontribusi variabel *service quality* terhadap kepuasan pengunjung sebesar 22,1%.
- b. Koefisien determinasi parsial variabel *product quality* = 0,497 = 49,7% yang menunjukkan besarnya kontribusi variabel *product quality* terhadap kepuasan pengunjung sebesar 49,7%.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *product quality* yang mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan pengunjung karena mempunyai koefisien determinasi parsial paling besar.

### Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian dilakukan dengan membandingkan *sig-value* dengan *sig-kritis* untuk masing-masing variabel yang dapat dilihat pada:

**Tabel 14**  
**Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian**

	<i>UnStandardized Coefficient</i>	<i>Sig-t</i>	<i>Sig. α</i>	Hasil Keputusan
<i>Service Quality</i> Terhadap Kepuasan Pengunjung	0,347	0,000	0,05	Signifikan
<i>Product Quality</i> Terhadap Kepuasan Pengunjung	0,546	0,000	0,05	Signifikan

Sumber: Data Primer Diolah, 2015

Dari Tabel 14 hasil pengujian hipotesis penelitian dapat dijelaskan secara runtut sebagai berikut:

- a. Pengujian Hipotesis 1: Terdapat pengaruh kualitas layanan (*service quality*) terhadap kepuasan pengunjung.  
Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian pada Tabel 14, pengaruh kualitas layanan (*service quality*) terhadap kepuasan pengunjung menghasilkan nilai koefisien positif sebesar 0,347 dan *Sig-value* sebesar 0,000. Oleh karena, *Sig-t* (0,000) < *sig. α* (0,05) maka terdapat pengaruh kualitas layanan (*service quality*) terhadap kepuasan pengunjung terbukti signifikan dengan arah pengaruh yang positif.
- b. Pengujian Hipotesis 2: Terdapat pengaruh kualitas produk (*product quality*) terhadap kepuasan pengunjung.  
Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian pada Tabel 14, pengaruh kualitas produk (*product quality*) terhadap kepuasan pengunjung menghasilkan nilai koefisien positif sebesar 0,546 dan *Sig-value* sebesar 0,000. Oleh karena, *Sig-t* (0,000) < *sig. α* (0,05) maka terdapat pengaruh kualitas produk (*product quality*) terhadap kepuasan pengunjung terbukti signifikan dengan arah pengaruh yang positif.

### Pembahasan

#### Pengaruh Kualitas Layanan (*Service Quality*) Terhadap Kepuasan Pengunjung

Variabel kualitas layanan (*service quality*) memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pengunjung yang berkunjung di Perpustakaan Magister Manajemen Teknologi ITS. Hasil ini menunjukkan semakin baik kualitas layanan (*service quality*) ketika

mengunjungi perpustakaan Magister Manajemen Teknologi ITS, maka akan semakin meningkatkan kepuasan pengunjung.

Menurut Tjiptono (2011:121) bahwa kualitas layanan adalah sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan konsumen atau pengunjung. Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen atau pengunjung.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arokiasamy (2013) yang menemukan bahwa seluruh dimensi *service quality* berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Wang (2007) yang menemukan bahwa *service quality, information systems, customer service management* berpengaruh positif terhadap *customer services quality in the library context a preliminary study*.

### **Pengaruh Kualitas Produk (*Product Quality*) Terhadap Kepuasan Pengunjung**

Variabel kualitas produk (*product quality*) memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pengunjung yang berkunjung di perpustakaan Magister Manajemen Teknologi ITS. Hasil ini menunjukkan semakin baik kualitas produk (*product quality*) ketika mengunjungi perpustakaan Magister Manajemen Teknologi ITS, maka akan semakin meningkatkan kepuasan pengunjung.

Suatu produk dapat memuaskan konsumen bila dinilai dapat memenuhi atau melebihi keinginan dan harapannya. Kualitas juga merupakan hal yang paling mendasar dari kepuasan konsumen. Kenyataannya kualitas merupakan hal yang seharusnya untuk semua ukuran perusahaan atau lembaga penyedia layanan jasa untuk tujuan mengembangkan praktek kualitas serta menunjukkan ke konsumen bahwa mampu menemukan harapan akan kualitas yang semakin tinggi.

Penelitian yang dilakukan oleh Mital, Ross dan Baldasare (dalam Suwarni, 2011) mengemukakan bahwa kinerja yang negatif pada kualitas produk mempunyai efek negatif pada kepuasan keseluruhan dan kinerja, sedangkan kualitas produk yang positif pada produk mempunyai pengaruh positif pada kepuasan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mulyono (2011) dan Suwarni (2011) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen.

### **Pengaruh Kualitas Produk (*Product Quality*) Dominan Terhadap Kepuasan Pengunjung**

Variabel kualitas produk (*product quality*) memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pengunjung yang berkunjung di perpustakaan Magister Manajemen Teknologi ITS. Hasil ini menunjukkan semakin baik kualitas produk (*product quality*) ketika mengunjungi perpustakaan Magister Manajemen Teknologi ITS, maka akan semakin meningkatkan kepuasan pengunjung.

Berdasarkan nilai koefisien determinasi parsial variabel kualitas produk (*product quality*) menjadi variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini terjadi karena dengan adanya kualitas produk buku ataupun artikel ilmiah yang disediakan perpustakaan Magister Manajemen Teknologi ITS ketika digunakan untuk mencari bahan referensi tugas atau keperluan lain akan berdampak pada kepuasan pengunjung.

Apabila kualitas produk yang tersedia yang dapat digunakan oleh pengunjung sesuai dengan harapan dan kebutuhan, maka dipersepsikan baik dan memuaskan. Sebaliknya apabila kualitas produk yang tersedia tidak memenuhi harapan dan kebutuhan pengunjung, maka dipersepsikan buruk atau tidak memuaskan. Implikasi baik buruknya

kualitas suatu produk yang ditawarkan berupa kesediaan buku, artikel ilmiah, dan fasilitas perpustakaan lainnya tergantung kepada kemampuan penyedia pelayanan berupa kualitas produk di perpustakaan Magister Manajemen Teknologi ITS memenuhi harapan dan kebutuhan pengunjung secara konsisten.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Simpulan hasil penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut: (1) Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (*service quality*) dan variabel kualitas produk (*product quality*) memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pengunjung yang berkunjung di Perpustakaan Magister Manajemen Teknologi ITS; (2) Hasil pengujian menunjukkan bahwa berdasarkan nilai koefisien determinasi parsial variabel kualitas produk (*product quality*) menjadi variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini terjadi karena dengan adanya kualitas produk buku ataupun artikel ilmiah yang disediakan perpustakaan Magister Manajemen Teknologi ITS ketika digunakan untuk mencari bahan referensi tugas atau keperluan lain akan berdampak pada kepuasan pengunjung.

### **Saran**

Berdasarkan simpulan yang ada maka penulis dapat memberikan saran-saran sebagai berikut: (1) Bagi pihak perpustakaan Magister Manajemen Teknologi ITS hendaknya bisa meningkatkan kualitas layanan (*service quality*) sehingga mampu memenuhi kepuasan pengunjung. Sehingga pengunjung akan lebih sering dan nyaman untuk mengunjungi perpustakaan Magister Manajemen Teknologi ITS; (2) Perpustakaan Magister Manajemen Teknologi ITS dapat meningkatkan kepuasan pengunjung dengan memberikan banyak informasi yang terkait dengan layanan yang diberikan perpustakaan dengan koleksi buku-buku yang lebih lengkap sehingga pengunjung akan merasa puas; (3) Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya dapat mengidentifikasi pengaruh variabel lain selain variabel kualitas layanan (*service quality*) dan kualitas produk (*product quality*) yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung.

### **Keterbatasan Penelitian**

Keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini adalah jumlah variabel bebas yang hanya menggunakan 2 variabel bebas, sebaiknya peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel lebih dari 2 untuk mengetahui pengaruh terhadap kepuasan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Anantha, R. A. 2013. Service Quality and Customer Satisfaction In The Cellular Telecommunication Service Provider In Malaysia. *Journal of Arts, Science and Commerce*. Vol 4. No. 2.
- Arokiasamy, A. 2013. Service Quality and Customer Satisfaction in the Cellular Telecommunication Service Provider in Malaysia. *International Refereed Research Journal*. Vol 4. No. 1.
- Golnessa, G.M. 2008. Total quality management in Library and Information Sectors. *The Electronic Library*. Vol. 26. No. 6.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Kedua. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Khanchitpol, Y. 2013. Measuring Hospital Out Patient Service Quality in Thailand. *Leadership in Health Services Emerald*. Vol. 26. No. 4.

- Kotler, P. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Selemba Empat. Jakarta.
- Manjunatha, K. dan D. Shivalingaiah. 2004. Customers Perception of Service Quality in Libraries. *Annals of Library and Information Studies*. Vol. 51 No. 4.
- Mulyono. 2011. *Statistika untuk Ekonomi*. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Santoso. 2011. *Aplikasi SPSS pada Statistik Multivariat*. PT Elek Media Komputindo. Jakarta.
- Tjiptono. 2011. *Brand Management and Strategy*. Andi. Yogyakarta.
- Parasuraman. 2010. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale For Measuring Customer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*. Vol 64. No. (1).
- Suwarni. 2011. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. Vol. 16. No. 1.
- Wang, M. 2007. Measuring e-CRM Service Quality in the Library Context: A Preliminary Study. *The Electronic Library*. Vol. 26. No. 6.
- Zeithaml, V.A. 2012. *Services Marketing*. Mc Graw Hill. New York.

