

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUASAN PEMUSTAKA
DI PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS SETIA BUDI SURAKARTA**



Oleh :

RINA HANDAYANI

NIM. 1420011027

TESIS

Diajukan kepada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh
Gelar Magister dalam Ilmu Perpustakaan dan Informasi
Program Studi Interdisciplinary Islamic Studies
Konsentrasi Ilmu Perpustakaan dan Informasi

Yogyakarta

2016

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Rina Handayani
NIM : 1420011027
Jenjang : Magister
Program Studi : Interdisciplinary Islamic Studies (IIS)
Konsentrasi : Ilmu Perpustakaan dan Informasi

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk dari sumbernya.

Yogyakarta, Juli 2016

Saya yang menyatakan,



Rina Handayani

NIM : 1420011027

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Rina Handayani
NIM : 1420011027
Jenjang : Magister
Program Studi : Interdisciplinary Islamic Studies (IIS)
Konsentrasi : Ilmu Perpustakaan dan Informasi

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, Juli 2016

Saya yang menyatakan,



Rina Handayani

NIM : 1420011027



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
PASCASARJANA

PENGESAHAN

Tesis berjudul : PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUASAN
PEMUSTAKA DI PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS SETIA BUDI
SURAKARTA

Nama : Rina Handayani, SIP.

NIM : 1420011027

Jenjang : Magister (S2)

Program Studi : *Interdisciplinary Islamic Studies*

Konsentrasi : Ilmu Perpustakaan dan Informasi

Tanggal Ujian : 11 Agustus 2016

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Ilmu Perpustakaan
(M. IP.)

Yogyakarta, 24 Agustus 2016

Direktur,



Prof. Noorhaidi, M.A., M.Phil., Ph.D.

NIP. 19711207 199503 1 002

**PERSETUJUAN TIM PENGUJI
UJIAN TESIS**

Tesis berjudul : PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUASAN
PEMUSTAKA DI PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS SETIA BUDI
SURAKARTA

Nama : Rina Handayani, SIP.

NIM : 1420011027


Program Studi : Interdisciplinary Islamic Studies

Konsentrasi : Ilmu Perpustakaan dan Informasi

telah disetujui tim penguji ujian munaqasyah:

Ketua Sidang Ujian/Penguji: Ro'fah, MA., Ph.D.

Pembimbing/Penguji : Dr. Tafrikuddin, M. Pd.

Penguji : Dr. Hj. Sri Rohyanti Zulaikha, S. IP., M. Si. ()

diuji di Yogyakarta pada tanggal 11 Agustus 2016

Waktu : 14.00 wib.

Hasil/Nilai : 90/A

Predikat : Dengan Pujian/Sangat Memuaskan/Memuaskan

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,
Direktur Pascasarjana
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr.wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul :

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUASAN PEMUSTAKA
DI PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS SETIA BUDI SURAKARTA**

Nama : Rina Handayani
NIM : 1420011027
Jenjang : Magister (S2)
Prodi : Interdisciplinary Islamic Studies (IIS)
Konsentrasi : Ilmu Perpustakaan dan Informasi

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Ilmu Perpustakaan dan Informasi

Wassalammu'alaikum wr.wb.

Yogyakarta, Juli 2016



Dr. Tafrihuddin, S.Ag, M.Pd

ABSTRAK

**Rina Handayani (1420011027), “Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Kepuasan Pemustaka Di Perpustakaan Universitas Setia Budi Surakarta”
Tesis Magister, Program Studi : Interdisciplinary Islamic Studies (IIS)
Konsentrasi : Ilmu Perpustakaan dan Informasi UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta, 2016.**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh (*Marketing Mix*) *product, place, price, promotion, people, physical evidence* dan *process* terhadap Kepuasan Pemustaka di Perpustakaan Universitas Setia Budi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Subyek dalam penelitian ini adalah anggota Perpustakaan Universitas Setia Budi yang menggunakan jasa perpustakaan dengan minimal kedatangan 3 kali pada saat peneliti melakukan penelitian. Sampel dalam penelitian ini dipilih dengan teknik *purposive sampling*, jumlah sampel sebanyak 100 orang. Analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda dan uji t serta uji F.

Berdasarkan hasil penelitian deskriptif tingkat ketercapaian variable *Marketing Mix* (X) adalah 63%, dan tingkat ketercapaian variable Kepuasan pemustaka (Y) adalah 56% berdasarkan pedoman pengkategorian termasuk dalam kategori baik. Berdasarkan hasil statistic analisis data regresi terlihat bahwa variabel *product, place, promotion, people, physical evidence* dan *process* berpengaruh terhadap kepuasan pemustaka dengan nilai regresinya masing-masing 0.206, 0.565, 0.323, 0.465, 0.181 dengan rata-rata nilai signifikansinya $< 0,05$ dan variabel *price* nilai regresinya -0.461 dengan signifikansinya $> 0,05$ maka variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pemustaka. Untuk uji t diperoleh variabel *product, place, promotion, people, physical evidence* dan *process* masing-masingnya adalah T hitung 2.578, 3.735, 2.192, 3.936, 2.983, 2.012 berpengaruh positif signifikan, sedangkan variabel *price* T hitung -3,416 variabel berpengaruh negative signifikan. Pada Uji F diperoleh nilai F sebesar 61,737 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Hasil signifikansi $< 0,05$ sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variable independen yaitu *product, place, price, promotion, people, physical evidence* dan *process* secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pemustaka di Perpustakaan Universitas Setia Budi Surakarta.

Kata Kunci : Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Bukti fisik, Proses dan Kepuasan Pemustaka

ABSTRACT

Rina Handayani (1420011027), "The Influence of Marketing Mix User Satisfaction in University Library Setia Budi Surakarta" Master Thesis, Study Program: Interdisciplinary Islamic Studies (IIS) Concentration: Library and Information Science UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016.

This study was conducted to determine the effect (Marketing Mix) product, place, price, promotion, people, physical evidence and process the User Satisfaction in the Library University Setia Budi.

The method used in this research is quantitative method. The subjects in this study is a member of University Library Setia Budi who use library services with the arrival of at least three times when researchers conducted the study. The sample in this study were selected by purposive sampling, a total sample of 100 people. The data analysis used is multiple linear regression analysis and t test and F test

Based on the research descriptive variable level of achievement Marketing Mix (X) is 63%, and User Satisfaction level of achievement variable (Y) is 56% based on the categorization guidelines included in either category. Based on the results of statistical regression data analysis shows that the variable product, place, promotion, people, physical evidence and process affect the user satisfaction with the regression value of each 0206, 0565, 0323, 0465, 0181 with an average value of significance <0.05 and a variable price -0461 regression with significance value > 0.05 then the variable is not significant effect on user satisfaction. To test t obtained a variable product, place, promotion, people, physical evidence and process each of which is T arithmetic 2,578, 3,735, 2,192, 3,936, 2,983, 2,012 significant positive effect, while the price variable T count variable -3.416 significant negative effect. In the F test obtained F value of 61.737 with a significance level of 0.000. The results of significance <0.05 so that it can be concluded that the independent variables are: product, place, price, promotion, people, physical evidence and process simultaneously significantly influence user satisfaction in the Library University Setia Budi Surakarta.

Keywords: Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Process and User Satisfaction

KATA PENGANTAR

Assalammualaikum wr.wb.

Puji syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT karena berkat ridho dan limpahan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis Pascasarjana Magister Ilmu Perpustakaan dengan judul “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Pemustaka Di Perpustakaan Universitas Setia Budi Surakarta”. Dalam menyusun tesis ini, penulis memperoleh bantuan, bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan kerendahan hati, penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof Drs KH Yudian Wahyudi PhD. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga dan Bapak Prof. Noorhaidi, M.A., M.Phil., Ph.D. selaku Direktur Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk memperoleh ilmu yang bermanfaat.
2. Ibu Rof'ah, BSW., M.A., Ph.D., selaku Koordinator Program Studi *Interdisciplinary Islamic Studies* UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang memberikan arahan selama menempuh program magister ini.
3. Bp. Dr. Tafrikhuddin, S.Ag, M.Pd selaku Dosen Pembimbing Tesis yang dengan penuh keikhlasan dan kesabaran untuk meluangkan waktu, tenaga dan pemikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan yang sangat berharga bagi penulis.

4. Dosen dan Karyawan Program Studi *Interdisciplinary Islamic Studies*, Konsentrasi Ilmu Perpustakaan dan Informasi UIN Sunan Kalijaga.
5. Bapak Sujatno, yang banyak memberikan berbagai bantuan selama penulis menempuh studi di UIN Sunan Kalijaga
6. Bapak Adhie Tri Wahyudi, ST, M.Cs. sebagai narasumber dan Kepala Perpustakaan Universitas Setia Budi Surakarta yang memberikan dorongan dan ijin untuk belajar, menulis dan berbagi ilmu dengan sesama.
7. Suamiku Imam Sujudi ST, anakku Axell Barca Ariamatama dan Aqsa Faeyza Ariamada sebagai pendorong semangat dalam menempuh pendidikan.
8. Ayahku (Alm.) dan Ibuku serta adikku yang memberikan doa dan restunya dalam menjalani pendidikan.
12. Teman seperjuangan IIP-IIS-UIN SUKA 2014/2016 Kelas Non-Reg A : Pak Amirul, Pak Sujoko, Mas Ali, Mas Mustofa, Bang Yusuf, Mas Dian, Mbak Anisa, Bu Dwi, Mbak Kristina, Bu Nana, Mbak Retno, Viola, Kurnia. Kalian luar biasa.
13. Rekan kerja di Perpustakaan Universitas Setia Budi Surakarta : Mbak Fany, Mbak Novi, Mbak Lia, Bu Ning, Pak Pri, Pak Dirman yang memberikan dukungan hingga penulis menyelesaikan pendidikan ini.
14. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah membantu penulis menyelesaikan studi dan tesis ini.

Akhirnya semoga Allah SWT memberikan karunia, limpahan rahmat dan berkat-Nya. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tesis ini masih terdapat kekurangan dan jauh dari sempurna. Penulis berharap mendapatkan masukan,

kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan tesis ini dan penulis berharap semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan

Wassalammualaikum wr.wb.

Yogyakarta, Juli 2016

Penulis

Rina Handayani



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
PENGESAHAN DIREKTUR	iv
PERSETUJUAN TIM PENGUJI UJIAN TESIS	v
NOTA DINAS PEMBIMBING	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
D. Kajian Pustaka	10
E. Hipotesis	13
F. Sistematika Pembahasan	14

BAB II LANDASAN TEORI

A. Perpustakaan Perguruan Tinggi	15
B. Tugas dan Fungsi Perpustakaan Perguruan Tinggi	16
C. Peran Pustakawan Perguruan Tinggi.....	18
D. Pengguna Perpustakaan Perguruan Tinggi	19
E. Pemasaran Perpustakaan Akademik.....	21
1. Pengertian Pemasaran	21
2. Strategi Pemasaran.....	23
3. Marketing Mix Di Perpustakaan	24
4. Elemen Marketing Mix (Bauran Pemasaran)	26
1) Product (Produk)	26
2) Place (Tempat)	28
3) Price (Harga).....	30
4) Promotion (Promosi)	32
5) People (Orang)	34
6) Physical Evidence (Bukti Fisik).....	36
F. Kepuasan Pemustaka.....	39

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	47
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	47
C. Populasi dan Sampel	48
D. Teknik Pengumpulan Data	49
E. Variabel Penelitian	50
F. Instrumen Penelitian.....	58
G. Teknik Analisis Data	62
1. Uji Asumsi Klasik	62
a. Uji Multikolineritas.....	62
b. Uji Heteroskedastisitas.....	62

c. Uji Normalitas	63
2. Uji Regresi Linier Berganda	63
3. Pengujian Hipotesis	64
a. Uji F (Simultan).....	64
b. Uji T (Parsial)	65

BAB IV GAMBARAN UMUM DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perpustakaan Universitas Setia Budi Surakarta	66
B. Karakteristik Responden.....	70
C. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	73
D. Deskripsi Data Penelitian	77
E. Uji Asumsi Klasik	95
a. Uji Multikolineritas	95
b. Uji Heteroskedastisitas.....	96
c. Uji Normalitas	97
F. Analisis Regresi Berganda.....	97
G. Pengujian Hipotesis.....	101
a. Uji F (Simultan).....	101
b. Uji T (Parsial)	101
H. Pembahasan	103

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	106
B. Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN	111
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penerapan *Marketing Mix* oleh Perpustakaan Universitas Setia Budi, 7

Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu, 10

Tabel 3.1 Kisi-kisi instrument penelitian, 54

Tabel 4.1 Data Pegawai UPT Perpustakaan Universitas Setia Budi , 68

Tabel 4.2 Jumlah Koleksi UPT Perpustakaan Universitas Setia Budi , 69

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, 70

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Keanggotaan, 71

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi, 72

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel *Marketing Mix*, 73

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pemustaka, 75

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas, 76

Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Produk, 77

Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Tempat, 79

Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Harga 81

Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Promosi, 84

Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Orang, 84

Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Bukti Fisik ,86

Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi Proses, 89

Tabel 4.16 Distribusi Frekuensi Kepuasan Pemustaka, 92

Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas, 95

Tabel 4.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas, 96

Tabel 4.19 Hasil Uji Normalitas, 97

Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Linear Berganda, 98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik pengunjung th.2015, 6

Gambar 4. 1. Diagram Batang Produk, 79

Gambar 4. 2. Diagram Batang Tempat, 81

Gambar 4.3. Diagram Batang Harga, 82

Gambar 4.4. Diagram Batang Promosi, 84

Gambar 4. 5. Diagram Batang Orang, 86

Gambar 4.6. Diagram Batang Bukti Fisik, 89

Gambar 4.7. Diagram Batang Proses, 91

Gambar 4.8. Diagram Batang *Marketing Mix*, 92

Gambar 4.9. Diagram Batang Kepuasan, 94

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Tabulasi Data

Lampiran 3. Hasil Output Uji Validitas dan Reabilitas

Lampiran 4. Hasil Output Analisis Regresi

Lampiran 5. Hasil Uji Normalitas

Lampiran 6. Hasil Uji Multikolineritas

Lampiran 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Lampiran 8. Tabel T

Lampiran 9. Tabel F

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam Undang-undang No. 43 Tahun 2007 tentang Perpustakaan dalam pasal 1, disebutkan bahwa Perpustakaan sebagai 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. Dalam penjelasannya perpustakaan berfungsi sebagai wahana pendidikan, penelitian, pelestarian, informasi, dan rekreasi untuk meningkatkan kecerdasan bangsa. Perpustakaan adalah salah satu unit penunjang akademik untuk pencapaian tujuan Tri Dharma perguruan tinggi. Perpustakaan merupakan bagian terpadu dari sebuah perguruan tinggi, universitas, atau lembaga pendidikan akademik lainnya, keberadaannya untuk memenuhi informasi dan kebutuhan penelitian dari mahasiswa, dosen, dan staf¹.

Perpustakaan perguruan tinggi berdasarkan Undang-Undang RI No 43 Tahun 2007 pada bagian keempat menyatakan bahwa setiap perguruan tinggi menyelenggarakan perpustakaan yang memenuhi standar nasional perpustakaan dengan memperhatikan Standar Nasional Pendidikan Perguruan tinggi ialah meliputi universitas, institut, sekolah tinggi, akademik,

¹ Joan M. Reitz, "Online Dictionary of Library and Information Science (ODLIS) 2002", <http://www.wcsu.edu/library/odlis.html>, diakses pada tanggal 12 November 2015

politeknik, dan perguruan tinggi lain yang sederajat². Adapun menurut Rusina Syahrial Pamuntjak Perpustakaan perguruan tinggi adalah Perpustakaan yang tergabung dalam lingkungan lembaga pendidikan tinggi, baik yang berupa perpustakaan universitas, perpustakaan fakultas, perpustakaan akademi, perpustakaan sekolah tinggi maupun perpustakaan lembaga penelitian dalam lingkungan perguruan tinggi³.

Keberadaan Perpustakaan di dalam sebuah Perguruan Tinggi menduduki peranan penting dalam mendukung seluruh kegiatan sivitas akademik di Perguruan Tinggi. Mutu koleksi dan layanan perpustakaan dapat meningkatkan citra bagi Perguruan Tinggi. Saat ini keberadaan perpustakaan maupun pemustaka perpustakaan perguruan tinggi menghadapi masa perubahan. Perkembangan teknologi terbaru menciptakan bentuk-bentuk baru informasi, sumber-sumber baru informasi dan cara-cara baru untuk memberikan informasi melewati perpustakaan, karena meningkatnya beragam kebutuhan, keinginan dan pilihan pengguna. Tantangan nyata saat ini bagi perpustakaan dan informasi profesional tidak untuk mengelola koleksi, staf dan teknologi tetapi untuk mengubah sumber daya ke dalam sebuah layanan.

Pemasaran layanan perpustakaan perguruan tinggi penting bagi perpustakaan, karena untuk memberitahukan pentingnya keberadaan perpustakaan kepada calon anggota, dosen, karyawan dan mahasiswa, mereka juga bisa mengetahui bagaimana penggunaan dan pemanfaatan perpustakaan

²Syihabuddin Qalyubi, dkk, *Dasar-dasar Ilmu Perpustakaan dan Informasi*.(Yogyakarta : Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Fakultas Adab, 2003),10.

³Rusina Sjahrial Pamuntjak, *Pedoman Penyelenggaraan Perpustakaan*, (Jakarta : Djmatan, 2000). , 4.

yang baik dan benar, baik dalam pelayanannya maupun fasilitas yang telah disediakan. Sehingga fungsi dari perpustakaan sebagai pusat dan penyedia layanan informasi dapat berjalan baik, karena banyak pengguna perpustakaan yang datang ke perpustakaan merasa puas dengan layanan dan fasilitas yang diberikan. Dengan adanya pemasaran perpustakaan diharapkan citra perpustakaan dimata masyarakat (pengguna) bisa berubah, sehingga bisa menarik minat pemustaka untuk mau berkunjung ke perpustakaan tersebut, maka inilah peran penting pemasaran bagi perpustakaan.

Menurut Kotler dan Amstrong⁴ Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai yang lain. Pendekatan strategis yang direncanakan dengan menyatukan konsumen dan produk. Integrasi dari pemasaran ke layanan perpustakaan sangat membantu karena memperkuat dan menegaskan kembali nilai-nilai dasar dan keyakinan profesi dalam lingkungan yang berubah.

Dalam lingkungan perpustakaan, pustakawan menemukan cara baru untuk melayani pengguna atau pelanggan secara efektif dan efisien. Prinsip-prinsip pemasaran secara bertahap telah diterima baik sebagai relevan dan bermanfaat bagi lingkungan perpustakaan. Pemasaran memberikan kesempatan untuk melihat bagaimana mereka dapat menawarkan serta efektif dan pelayanan yang efisien kepada pengguna atau pelanggan. Ada banyak perkembangan di tingkat internasional, secara langsung atau tidak langsung

⁴ Philip Kotler, Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Ed 12*. (Jakarta : Erlangga, 2008),7

berkontribusi untuk pertumbuhan dan perkembangan pemasaran di layanan perpustakaan perguruan tinggi.

Snoj dan Petermanec dalam Anil Kumar ⁵ berpendapat bahwa pustakawan perlu memahami orientasi pemasaran serta memiliki pengetahuan pemasaran sebagai suatu proses. Kepemilikan dari keterampilan pemasaran akan memberikan kontribusi untuk hasil yang lebih, pemasaran yang lebih agresif dan perpustakaan profesional dan layanan informasi. Dalam urutan untuk tetap bertahan di lingkungan persaingan dari sumber informasi lain seperti internet dan layanan web-berbasis komersial, perpustakaan harus memasarkan layanan mereka untuk membuat hubungan yang kuat dengan masyarakat, mengantisipasi tren dan menggunakan teknologi baru dengan cara membuat layanan sesuai waktunya dan menyenangkan mungkin untuk pelanggan mereka. Oleh karena itu, agar bertahan dan melampaui pesaing lainnya, perpustakaan harus mengikuti prinsip pemasaran modern.

Beberapa lembaga informasi akhir-akhir ini mulai menerapkan konsep *marketing mix* sebagai salah satu alat dari strategi pemasaran informasi. Konsep *marketing mix* digunakan untuk penetrasi pasar, dimana untuk menembus pasar diperlukan beberapa strategi terhadap masing-masing komponen dari marketing mix tersebut. Konsep marketing mix ini tidak hanya digunakan oleh lembaga informasi yang *profit oriented* saja, melainkan juga lembaga informasi yang *non-profit oriented* seperti perpustakaan, karena Pemasaran di perpustakaan tidak memasarkan produk barang, tapi produk

⁵ Anil Kumar Dhiman, *Services Marketing Mix in Library and Information Centres*. (ICAL Advocacy And Marketing: 2009). Diakses melalui cr1.du.ac.in/ical09/.../ical-78_246_697_1_RV.pdf pada tgl 20 Maret 2016.

jasa informasi guna kepentingan pemustaka atau masyarakat pengguna. Menurut Debby Smith dalam artikelnya yg berjudul *Strategic Marketing of Library Resources and Service*⁶ menyatakan bahwa pengembangan kegiatan pemasaran untuk perpustakaan akademik sebagai hasil dari suatu rencana strategis perpustakaan secara keseluruhan yang dapat membantu dalam mengklarifikasi kebutuhan dan jasa mana yang harus dipromosikan dan dalam pengembangan kegiatan yang optimal untuk mengkomunikasikan keuntungan bagi pemustaka.

Pendekatan pemasaran yang digunakan untuk merancang rencana pemasaran yaitu, mengidentifikasi kebutuhan pengguna, dan strategi organisasi. Pendekatan pemasaran dapat diterapkan untuk membuat proses perencanaan yang ada di perpustakaan akademik.

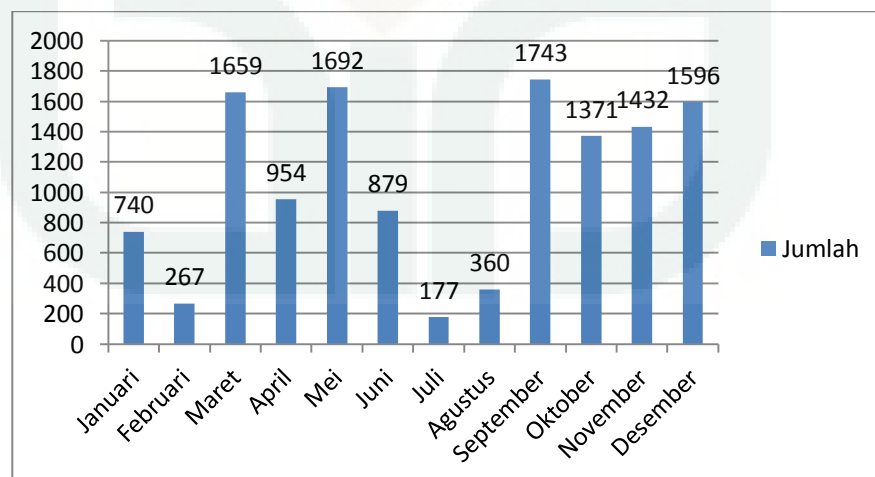
Untuk mengukur keberhasilan perpustakaan dalam hal pemasaran perpustakaan yang telah dilakukannya adalah dengan mengukur kepuasan pemustaka. Salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan pemustaka adalah dengan cara memberikan kebutuhan dan layanan informasi yang dapat memenuhi atau melebihi harapan pemustaka dalam menerima pelayanan informasi yang diberikan, karena setelah menerima jasa informasi maka pemustaka akan membandingkan jasa yang diterima dengan yang diharapkan. Jika jasa yang diberikan sesuai atau bahkan lebih dari yang diharapkan, maka pemustaka akan menggunakan lagi jasa tersebut tapi bila tidak sesuai dengan yang diharapkan maka pemustaka tidak berminat lagi menggunakan jasa

⁶Marketing for libraries : Overview. Diunduh melalui <http://eduscapes.com/marketing/1.htm#c>. pada tgl 12 Mei 2016

tersebut. Untuk memenuhi kepuasan pemustaka di perpustakaan, manajemen perpustakaan harus mampu mengeksplorasi keinginan dan memenuhi kebutuhan yang sesuai keinginan pemustaka yang dapat dirasakan secara langsung maupun tidak langsung.

Kepuasan menurut Etta Mamang Sangadji⁷ adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang *riil / actual* dengan kinerja produk yang diharapkan. Pemustaka dengan kepuasan baik atas produk maupun pelayanan akan menjadi media yang akan mengungkapkan segala sesuatu yang mereka dapatkan kepada anggota perpustakaan lainnya.

Perpustakaan Universitas Setia Budi (USB) merupakan perpustakaan perguruan tinggi swasta di kota Surakarta yang mempunyai jumlah anggota perpustakaan aktif yang berjumlah 2904 Mahasiswa, adapun grafik pengunjung perpustakaan USB sebagai berikut:



Gambar 1.1 Grafik pengunjung th.2015.
Sumber : Diolah oleh peneliti

⁷ Etta Mamang Sangadji. *Perilaku konsumen : Pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian* Edisi 1. (Yogyakarta : Andi, 2013), 180

Perpustakaan Universitas Setia Budi sebagai pusat penyedia informasi dapat mengoptimalkan fungsi dan tujuannya dengan melakukan kegiatan atau aktifitas yang dapat meningkatkan kepuasan pemustaka di perpustakaan, antara lain dengan menerapkan unsure *marketing mix* pada Perpustakaan Universitas Setia Budi yang diuraikan dalam table berikut :

Unsur	Tindakan
Product	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya koleksi buku, jurnal, majalah, CD, Referensi 2. Dengan adanya Online public access catalog (OPAC) sehingga memudahkan pencarian koleksi yang diinginkan oleh pemustaka. 3. Adanya Digilib atau catalog online sehingga dapat diakses dari luar perpustakaan.
Price	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penerapan tarif denda keterlambatan. 2. Menetapkan biaya pendaftaran pada mahasiswa dari luar USB yang ingin menjadi anggota perpustakaan.
Place	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi Perpustakaan berada di jalan utama dan dekat dengan fasilitas umum mahasiswa. 2. Di perpustakaan terdapat ruang wifi corner yang mudah diakses mahasiswa.
Promotion	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berkerjasama dengan fakultas untuk mengadakan event-event perpustakaan. Contohnya Sarasehan Perpustakaan. 2. Memberikan informasi tentang buku baru yang ada di perpustakaan.
Process	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya tata tertib perpustakaan. 2. Menerapkan SOP Perpustakaan untuk memudahkan pemanfaatan perpustakaan. 3. Adanya OPAC sebagai sarana penelusuran informasi. 4. Adanya Digilib yang dapat diakses dari luar perpustakaan.
People	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perpustakaan USB memiliki 8 staf perpustakaan yang terdiri dari kepala perpustakaan, 3 pustakawan, dan 4 staf perpustakaan. 2. Menerapkan 5S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan, Santun)
Physical evidence	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ruangan perpustakaan ber AC. 2. Terdapat alunan <i>music</i> 3. Adanya lesehan corner dimana terdapat beberapa perangkat <i>computer</i> yang dapat digunakan pemustaka untuk mengakses internet secara gratis.

Tabel.1.1 Penerapan *marketing mix* oleh Perpustakaan Universitas Setia Budi Surakarta

Berdasarkan uraian di atas maka menarik minat penulis untuk memilih bidang kajian (*Marketing Mix*) pemasaran perpustakaan ini untuk menjadi penelitian tesis dikarenakan belum adanya penelitian sebelumnya di Perpustakaan Universitas Setia Budi tentang *marketing mix*. Penulis berasumsi bahwa *Marketing Mix* sudah ada dampaknya bagi pemustaka, karena merasakan betapa pentingnya pemasaran yang dilakukan oleh sebuah perpustakaan, demi memenuhi kebutuhan, keinginan, dan target dipasaran guna memenuhi kepuasan pemustaka, serta memperkenalkan koleksi, fasilitas, hingga kebutuhan lainnya, agar digunakan sebaik mungkin untuk mencapai tujuan perpustakaan tersebut. Dengan demikian penulis mengambil judul “Pengaruh *Marketing Mix* Perpustakaan Terhadap Kepuasan Pemustaka Di Perpustakaan USB Surakarta”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat ditentukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah tingkat *Marketing mix* di Perpustakaan Universitas Setia Budi (USB)?
2. Bagaimanakah tingkat kepuasan pemustaka di Perpustakaan Universitas Setia Budi (USB)?
3. Apakah ada pengaruh antara *marketing mix* terhadap kepuasan pemustaka di Perpustakaan Universitas Setia Budi (USB) ?

4. Berapa besarkah pengaruh marketing mix terhadap kepuasan pemustaka di Perpustakaan Universitas Setia Budi ?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui kondisi *Marketing Mix* di Perpustakaan Universitas Setia Budi.
- 2) Untuk mengetahui kondisi Kepuasan Pemustaka di Perpustakaan Universitas Setia Budi.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh antara marketing mix terhadap kepuasan pemustaka di Perpustakaan Universitas Setia Budi.

2. Kegunaan Penelitian.

Bagi Perpustakaan

- 1) Sebagai sumbangan pemikiran bagi pemasaran perpustakaan untuk upaya perbaikan dalam pemasaran perpustakaan.
- 2) Sebagai masukan bagi Perpustakaan Universitas Setia Budi Surakarta dalam menyusun perencanaan pemasaran untuk meningkatkan pemakaian jasa perpustakaan.
- 3) Memberikan masukan bagi pengembangan penelitian lebih lanjut tentang pemasaran di perpustakaan.

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui perbedaan penelitian yang sudah pernah dilakukan. Penelitian sejenis yang pernah dilakukan dapat dilihat berikut :

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1. Diyanopka V	“Analisis Marketing Mix Pada Perpustakaan Pusat Universitas Muhammadiyah Malang (Studi Deskriptif tentang Variabel-variabel Product, Price, promotion, place, people, process, dan physical evidence dilihat dari sudut pandang pengguna Perpustakaan Pusat	Product, price, promotion, place, process, people, physical evidence	Hasil penelitian Penelitian kuantitatif deskriptif. Tentang penerapan variabel product memiliki tanggapan baik dengan rata-rata 3,53, untuk variabel price yang diterapkan di perpustakaan pusat Universitas Muhammadiyah Malang memiliki tanggapan cukup baik dengan rata-rata 3,32, pada variabel promotion yang telah dilakukan memiliki respon baik dengan nilai rata-rata 3,68, variabel place berkaitan dengan kesetrategisan letak gedung perpustakaan memiliki respon baik dengan nilai rata-rata 3,9, pada variabel people (ketanggapan petugas melayani pengguna) memiliki tanggapan baik	Penelitian sebelumnya : Meneliti penerapan marketing mix dengan studi deskriptif. Penelitian peneliti : Meneliti pengaruh marketing mix terhadap kepuasan pemustaka.

	Universitas Muhammadiyah Malang)”		dengan nilai rata-rata 3,82, variabel yang berkaitan dengan process seperti standart operational prosedur memiliki respon baik rata-rata nilai 3,84, variabel physical evidence berhubungan dengan bentuk fisik gedung direspon baik memiliki nilai rata-rata sebanyak 3,92.	
2. Diajeng Variant C	Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pengguna Universitas Ciputra Library Surabaya	Variabel Independen : product place, promotion, price, people process dan physical evidence Variabel dependen : Kepuasan pengguna	Hasil Penelitian : Penelitian menggunakan Teknik analisis regresi berganda, uji F, uji T, serta dua uji asumsi klasik yaitu multikoleniaritas dan heterokedastisitas. Variabel bebas bauran pemasaran yang terdiri dari product, place, promotion, price, people, process dan physical evidence secara stimultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat	Penelitian sebelumnya dan penelitian peniliti sama-sama menguji pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pengguna

			<p>kepuasan pengguna, dengan membandingkan f hitung (867.057) > f tabel (2.111).</p> <p>Berdasarkan uji t diketahui bahwa pada variabel physical evidence secara parsial mempunyai pengaruh terhadap variabel kepuasan pengguna, dengan membandingkan t hitung (55.122) > t tabel (1.986).</p> <p>Untuk variabel product, place, promotion, price, people dan process secara parsial tidak ada pengaruh terhadap variabel kepuasan pengguna.</p>	
3. Rita Otibhor Oline	Marketing Library And Information Services In Academic Libraries In Niger State”	Pemasaran perpustakaan	<p>Penelitian menggunakan metode penelitian survei deskriptif. Data dianalisis dengan menggunakan tabel frekuensi, persentase dan skor.</p>	<p>Penelitian sebelumnya mengenai survey pemasaran layanan perpustakaan antar</p>

			<p>mengungkapkan bahwa kebutuhan untuk pemasaran layanan perpustakaan adalah untuk mencapai tujuan perpustakaan dan mencerahkan pengguna pada relevansi penggunaan perpustakaan. Layanan perpustakaan yang tersedia dan dipasarkan yaitu layanan peminjaman, tempat duduk dan fasilitas studi dan layanan referensi.</p>	perpustakaan
--	--	--	--	--------------

Tabel 1.2. Penelitian Terdahulu

E. Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah di atas, dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara penerapan *marketing mix* terhadap kepuasan pemustaka Perpustakaan Universitas Setia Budi Surakarta.

2. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara penerapan *marketing mix* terhadap kepuasan pemustaka Perpustakaan Universitas Setia Budi Surakarta.

F. Sistematika Pembahasan

Peneliti akan membagipembahasan tesis ini menjadi beberapa bab dan sub bab.

BAB I. Pada bab pertama ini berisi tentang suatu pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, hipotesis dan sistematika pembahasan.

BAB II. Membahas tentang landasan teori yang berkaitan dengan penelitian..

BAB III. Dalam bab ketiga ini peneliti akan membahas tentang metodologi penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini. Yaitu jenis penelitian dan metode penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

BAB IV. Berisi tentang pembahasan dari hasil penelitian yang dilakukan, yang terdiri dari Pengaruh *marketing mix* dan kepuasan pemustaka.

BAB V. Merupakan penutup yang berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian serta saran-saran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dianalisis, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Tingkat ketercapaian variable *Marketing Mix* yang dijabarkan dalam 7 sub variabel dengan skor rata-rata 135,27. Berdasarkan pedoman pengkategorian berada pada rentang $123,33 < X \leq 148,00$ dengan prosentase 63% termasuk dalam kategori baik. Dengan demikian dapat dipahami bahwa variable independen *Marketing Mix* termasuk dalam kategori baik.
2. Tingkat ketercapaian variable kepuasan (Y) yang dijabarkan dalam 8 item pertanyaan dengan skor rata-rata 24. Berdasarkan pedoman pengkategorian berada pada rentang $26,83 < X \leq 32,49$ dengan prosentase 56% termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dipahami bahwa kepuasan pemustaka perpustakaan termasuk dalam kategori tinggi.
3. *Marketing mix* secara parsial (*product, place, price, promotion, people, physical evidence* dan *process*) masing-masing berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pemustaka di Perpustakaan Universitas Setia Budi (USB) dan *Marketing mix* (*product, place, price, promotion, people, physical evidence* dan *process*) simultan / bersama-sama dengan nilai F sebesar 61,737 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan pemustaka. Hasil analisis koefisien *Beta* sebesar 0,288 menunjukkan bahwa variable Orang (*People*) berpengaruh paling besar terhadap kepuasan pemustaka.

B. Saran

Saran yang dapat diberikan berkaitan dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perpustakaan Universitas Setia Budi diharapkan agar terus mengembangkan promosi perpustakaan kepada pemustaka, baik sosialisasi maupun kegiatan promosi perpustakaan guna peningkatan pengunjung, minat baca dan pemanfaatan koleksi di perpustakaan Universitas Setia Budi.
2. Perlunya peningkatan koleksi bahan pustaka baik cetak maupun non cetak yang sesuai dengan kebutuhan pemustaka Perpustakaan Universitas Setia Budi.
3. Bagi peneliti selanjutnya, perlunya peningkatan dan pengembangan hasil penelitian ini, misalnya dengan memperluas cakupan wilayah sampel penelitian, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan dengan lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Ahmad Isywarul Mujaib, *Persepsi Pemustaka Terhadap Sikap Pustakawan dalam Layanan Referensi di Perpustakaan Universitas Katolik Soegijapranata*, Jurnal Ilmu Perpustakaan Vol. 4, No. 2 (2015) : April 2015
- Chigbu E.D and Idoko, Nkechi Anthonia. "Academi Journal The role of academic libraries and librarians in knowledge management and the realization of vision 20:20:20 in Nigeria". Nnamdi Azikiwe Library, University of Nigeria, Nsukka, Nigeria. 6 May, 2013. Diakses tgl 10 Desember 2016.
- Departemen Pendidikan Nasional RI. *Perpustakaan Perguruan Tinggi: Buku Pedoman*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Depdiknas RI, 2004.
- Dhiman, Anil Kumar. "Services Marketing Mix in Library and Information Centres". ICAL Advocacy And Marketing 2009). Diunggah melalui crl.du.ac.in/ical09/.../ical-78_246_697_1_RV.pdf pada tgl 20 Maret 2016.
- Diajeng Variant C. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pengguna Universitas Ciputra Library Surabaya*. Di akses 20 Maret 2016 melalui journal.unair.ac.id/download-fullpapers-ln05d44037fafull.pdf
- Gerson, Richard F. *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : PPM, 2004.
- Gitosudarmo, Indriyo. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : BPFE, 2000.
- Hurriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Husein, Umar. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : Gramedia, 2009.
- Iskandar. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*. Jakarta: Gaung Persada Press, 2008.
- Joan M. Reitz. "Online Dictionary of Library and Information Science (ODLIS) 2002". Diakses dari <http://www.wcsu.edu/library/odlis.html>, pada tanggal 2 November 2015
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Ed 12*. Jakarta :Erlangga, 2008.

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta : Erlangga, 2009.

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran, Analisa perencanaan, Implementasi dan control, Edisi Kesembilan, Jilid 1 dan jilid 2*. Jakarta : Prenhalindo, 2002.

Lovelock, Christoper. *Pemasaran Jasa : Manusia, Teknologi, Strategi*. Jakarta : Erlangga, 2011.

Marketing for libraries : Overview. Diakses melalui <http://eduscapes.com/marketing/1.htm#c>. pada tgl 12 Mei 2016

Nasution, Arman Hakim. *Manajemen Pemasaran untuk Engineering*. Yogyakarta : Andi, 2006.

Nasution, M. N. *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta : Ghalia Indonesia. 2001.

Odine, Rita Otibhor. *Marketing Library And Information Services In Academic Libraries In Niger State*. Nsukka : Department Of Library And Information Science University Of Nigeria, 2011.

Pamuntjak, Rusina Syahrial. *Pedoman Penyelenggaraan Perpustakaan*. Jakarta : Djmatan, 2000.

Panggabean, Helen Frida. *Skripsi Analisis Kualitas Pelayanan Perpustakaan (Studi pada Badan Perpustakaan, Arsip dan Dokumentasi Provinsi Sumatera Utara)*, 2014.

Priyatno, Dwi. *Mandiri Belajar SPSS Untuk Analisa Data Dan Uji Statistik*. Yogyakarta: Mediacom, 2008.

Rokhmawati, Putri. *Skripsi Analisis Marketing Mix di Universitas Ciputra Library Surabaya*. Diakses melalui <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-jurnal%20putri%20%20Rokhmawati.pdf> pada tgl 2 Desember 2015 .

Saleh, Abdul Rahman. *Manajemen Perpustakaan Perguruan Tinggi*. Jakarta : Universitas Terbuka, 1995.

Sangadji, Etta Mamang. *Perilaku konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian Edisi 1*. Andi :Yogyakarta, 2013.

Sauri, Sofiyan. *Analisis Kualitas Layanan Perpustakaan Menurut Mahasiswa Tingkat Akhir Studi Kasus di STEI Tazkia Bogor*. Jakarta : FIB UI, 2010.

Singh, Rohit. *Poster Paper : Role of Marketing Strategy in Academic Libraries : A Study*. ICAL. 2009.

- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta, 2010.
- Sulistyo-Basuki. *Pengantar Ilmu perpustakaan*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 1993.
- Sulistyo Basuki, *Periodisasi Perpustakaan Indonesia*. Bandung : Remaja Rosdakarya, 1994.
- Sutarno, NS. *Kamus Perpustakaan dan Informasi*. Jakarta: Jala Permata, 2008.
- Syihabuddin Qalyubi, dkk, *Dasar-dasar Ilmu Perpustakaan dan Informasi*. Yogyakarta : Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Fakultas Adab, 2003.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. Malang: Banyumedia Publishing, 2006.
- Tjiptono, Fandy. *Perspektif Manajemen Dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta : Andi, 2001.
- Ulidarma. Netty. *Skripsi Tingkat Kepuasan Pengguna Terhadap Fasilitas Layanan Sirkulasi Perpustakaan Akper Kesdam I Bukit Barisan Medan*. Medan: Universitas Sumatera Utara, 2005.
- Undang-Undang Perpustakaan Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2007 Tentang Perpustakaan
- Vandisia, Diyan Opka. *Analisis Marketing Mix Pada Perpustakaan Pusat Universitas Muhammadiyah Malang*. Departemen Ilmu Informasi Dan Perpustakaan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, 2014. Diakses melalui <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-lnf8a18e4010full.pdf>
- Wiji Suwarno, *Psikologi Perpustakaan*, Jakarta: Sagung Seto. 2009.

KUESIONER PENELITIAN

Analisis Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Kepuasan Pemustaka

Perpustakaan Universitas Setia Budi Surakarta

I. Identitas Responden:

1. Jenis Kelamin : (L/P)
2. Status : Dosen / Mahasiswa / Karyawan/ Lainnya
3. Asal : Internal USB / Eksternal USB
4. Fakultas :
5. Program Studi :
6. Semester :

II. Kuesioner Penelitian

Pertimbangan setiap item, kemudian saudara diminta untuk menilai keadaan yang sebenarnya sampai dengan saat ini dengan menggunakan skala lima angka yaitu: alternatif pilihan 1 sampai dengan 5 pertanyaan dengan ketentuan sebagai berikut :

SS : Untuk jawaban sangat setuju artinya responden sangat setuju dengan pertanyaan karena sangat sesuai dengan keadaan yang dirasakan oleh responden.

S: Untuk jawaban setuju artinya pertanyaan sesuai dengan dengan keadaan yang dirasakan responden.

Rg: Untuk jawaban ragu-ragu artinya tidak dapat menentukan atau apabila responden tidak dapat menentukan dengan pasti apa yang dirasakan.

TS: Untuk jawaban tidak setuju artinya responden tidak setuju dengan pertanyaan karena tidak sesuai dengan keadaan yang dirasakan.

STS : Untuk jawaban sangat tidak setuju artinya pertanyaan sangat tidak sesuai dengan keadaan yang dirasakan responden.

Marketing Mix (X)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	Rg	T	S
					S	T
						S
Produk						
1	Koleksi Buku Umum Perpustakaan USB sesuai dengan kebutuhan Pengguna perpustakaan.					
2	Koleksi Buku Referensi Perpustakaan USB sesuai dengan kebutuhan Pengguna perpustakaan.					
3	Koleksi Jurnal Perpustakaan USB sesuai dengan kebutuhan Pengguna perpustakaan.					
4	Koleksi Tugas Akhir (TA)Perpustakaan USB sesuai dengan kebutuhan Pengguna perpustakaan.					
5	Koleksi perpustakaan USB selalu mutakhir / actual					
6	Layanan Peminjaman dan Pengembalian koleksi tidak rumit					
7	Ketersediaan layanan View PDF TA memudahkan pengguna.					
8	Penelusuran dengan Katalog USBLib tidak rumit					
Tempat						
9	Lokasi Gedung Perpustakaan USB strategis / mudah dijangkau					
10	Penataan koleksi di rak memudahkan pengguna untuk mencari koleksi yang diinginkan.					
11	Petunjuk dan panduan yang jelas mengenai penggunaan fasilitas perpustakaan secara mandiri.					
Harga						
12	Denda keterlambatan Pengembalian koleksi (Rp.500/buku/hari) tidak memberatkan pengguna.					
13	Biaya pendaftaran anggota perpustakaan USB dari Universitas Luar USB (Rp. 15000/6 bulan) tidak memberatkan pengguna.					

Promosi						
14	Perpustakaan USB melakukan promosi melalui website universitas.					
15	Perpustakaan USB melakukan promosi perpustakaan melalui Acara Sarasehan Perpustakaan.					
16	Perpustakaan USB selalu memberikan informasi buku baru.					
Orang						
17	Pustakawan berpenampilan rapi dan sopan					
18	Pustakawan perhatian kepada para pengguna perpustakaan.					
19	Pustakawan ramah dan sopan dalam melayani					
20	Pustakawan selalu membantu pengguna yang memerlukan bantuan.					
21	Pustakawan mempunyai pemahaman dan ketrampilan yang cukup untuk menjawab pertanyaan pengguna.					
Bukti Fisik						
22	Lingkungan dan interior Perpustakaan bersih dan rapi membuat nyaman siapapun yang mengunjunginya.					
23	Desain ruang Perpustakaan USB menarik dan ergonomis					
24	Penempatan computer katalog sudah sesuai.					
25	Penempatan computer presensi sudah sesuai.					
26	Penempatan rak loker sudah sesuai.					
27	Ketersediaan Fasilitas fisik (meja, kursi, loker, dll) yang mencukupi.					
28	Alunan musik instrument menciptakan suasana tenang dalam membaca / belajar.					
29	Penerangan Pencahayaan perpustakaan sudah bagus					
30	Fasilitas pendingin ruangan perpustakaan sudah mencukupi					

31	Ruang perpustakaan cocok untuk belajar kelompok (<i>group study</i>)					
32	Lesehan corner bermanfaat bagi pengguna perpustakaan					
Proses						
33	Petunjuk SOP (Standar Operation Procedure) membantu pengguna menggunakan fasilitas perpustakaan.					
34	Adanya jeda jam istirahat Perpustakaan USB.					
35	Proses Peminjaman dan Pengembalian koleksi cepat.					
36	Penelusuran dengan Katalog USBLib prosesnya mudah					

Kepuasan Pengguna (Y)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	Rg	TS	STS
37	Saya merasa puas dengan pelayanan Perpustakaan USB					
38	Menurut saya, Perpustakaan USB memberikan pelayanan yang sangat baik.					
39	Perpustakaan USB memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pengguna perpustakaan.					
40	Pelayanan yang dilakukan Perpustakaan USB sesuai dengan harapan saya.					
41	Koleksi Perpustakaan USB sesuai dengan kebutuhan yang saya cari.					
42	Tanggapan yang diberikan oleh Pustakawan terhadap keluhan saya, memuaskan saya.					
43	Segala fasilitas perpustakaan yang diberikan dapat memuaskan saya.					
44	Saya merasa perlu merekomendasikan kepada teman-teman lainnya untuk berkunjung ke Perpustakaan USB					

Komentar/ saran anda tentang layanan perpustakaan:

.....

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : RinaHandayani
Tempat / TglLahir : Surakarta, 27 Agustus 1984
Jabatan : Pustakawan
AlamatRumah : PanggungRejo, Rt.02/23 Jebres Surakarta 57126
Email : rina.rindhani@gmail.com
No.HP : 08562847411
Alamat Kantor : UniversitasSetia Budi Surakarta,
Jl. LetjenSutoyo, Mojosongo Surakarta, 57127
Nama Ayah : Suhadi (Alm)
NamaIbu : Ponirah
NamaSuami : Imam Sujudi, ST
NamaAnak : AxellBarcaAriamatama
Aqsa FaeyzaAriamada

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal

- a. SD NegeriBulukantil Surakarta Lulus Th 1996
- b. SMP Negeri 8 Surakarta Lulus Th. 1999
- c. SMA Negeri 5 Surakarta Lulus Th. 2002
- d. D3 IlmuPerpustakaan UNS Lulus Th. 2005
- e. S1 IlmuPerpustakaan UIN SunanKalijaga Lulus Th. 2011

2. Pendidikan Non-Formal

- a. KursusKomputer

C. Riwayat Pekerjaan

1. Pustakawan di SMK Negeri 1 Surakarta , Th. 2007- 2012
2. Tutor D2 IlmuPerpustakaanUniversitas Terbuka 2009-2012
3. Tutor S1 IlmuPerpustakaan 2012-2014
4. Pustakawan di RS. DrMoewardi Surakarta Th. 2012 – 2014
5. Pustakawan di UniversitasSetia Budi Surakarta, Th. 2016

D. Karya Ilmiah.

- a. ArtikelPersonal Branding Pustakawan di Perpustakaan , Pustakaloka, STAIN Ponorogo Vol. 7, No. 1 2015

Yogyakarta, 31 Juli 2016

RinaHandayani