

Pengaruh Citra, Kualitas Layanan, dan Saluran Distribusi terhadap Kepuasan Pembaca (Studi di Badan Arsip dan Perpustakaan Surabaya)

Muhammad Zainuddin¹, A Nur Hikmawaty Yusma²
Universitas Pejuang Republik Indonesia Makassar^{1,2}
[muh_zain@yahoo.com¹](mailto:muh_zain@yahoo.com), [titin_zahrazaheer@gmail.com²](mailto:titin_zahrazaheer@gmail.com)

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menentukan dan menganalisis pengaruh citra terhadap kepuasan pembaca, kualitas layanan terhadap kepuasan pembaca, dan saluran distribusi terhadap kepuasan pembaca. Dalam penelitian ini, populasi penelitian merujuk pada semua pembaca (pengunjung) di Lembaga Arsip dan Perpustakaan Nasional Surabaya yang telah memiliki Kartu Keanggotaan (MC) selama tahun 2024 hingga 2025, berjumlah 613.699 pembaca. Jumlah sampel yang ditentukan dalam penelitian ini adalah 348 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah cluster sampling (pengambilan sampel wilayah). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembaca; kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembaca; dan saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembaca. Dari nilai koefisien standar yang diperoleh, dapat dilihat bahwa variabel citra (X1) sebesar 0,160; variabel kualitas layanan (X2) sebesar 0,318; dan variabel saluran distribusi (X3) sebesar 0,244. Dari ketiga variabel independen dapat dilihat bahwa variabel kualitas layanan memiliki nilai terbesar yaitu 0,318; sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan pembaca di Perpustakaan Umum Kota Surabaya dibandingkan variabel independen lainnya. Dinas Arsip dan Perpustakaan Surabaya harus lebih lanjut melakukan promosi inovasi dan penciptaan/publikasi yang lebih menarik bagi pembaca, agar tetap menjadi pembaca setia.

Kata kunci: Citra, Kualitas Layanan, Saluran Distribusi, Kepuasan.

Abstract

This study was conducted aimed to determine and analyze the effect on the image of the reader's satisfaction, service quality to satisfaction of the reader, and the distribution channel to the satisfaction of the reader. In this study, the research population refers to all readers (visitors) at the National Archives and Library Agency Surabaya who has had a Membership Card (MC) during the years 2024 to 2025 amounted to 613,699 readers. Specified number of samples in this study was 348 respondents. The sampling technique used in this study is cluster sampling (sampling area). Results of this study indicate that the image significantly influence the reader's satisfaction; service quality significantly influence the reader's satisfaction; and distribution channels significantly influence the reader's satisfaction. Value standardized coefficients obtained, it can be seen that the image variable (X₁) of 0.160; variable quality of service (X₂) of 0.318; and variable distribution channel (X₃) of 0.244. Of the three independent variables can be seen that the variables of service quality has the greatest value that is equal to 0.318; thus it can be concluded that service quality has a dominant influence on the satisfaction of the reader at the Surabaya City Public Library than the other independent variables. Archives and Library Agency Surabaya must further conduct of the promotion of innovation and creation/publication of the more interesting the reader, in order to remain a loyal reader (loyal).

Keywords: Image, Service Quality, Distribution Channels, Satisfaction.

Pendahuluan

Badan Arsip dan Perpustakaan (BARPUS) adalah suatu instansi/lembaga pemerintahan daerah kota Surabaya yang pada prinsipnya adalah pelayanan publik yang memiliki fungsi sebagai sarana bagi masyarakat untuk dapat membaca berbagai buku-buku dengan aman dan nyaman. Pelayanan yang tidak dipungut biaya apapun, secara prosedural tidak mengurangi peranannya dalam melayani publik. Keberadaannya sebagai perpustakaan umum di tingkat pemerintahan kota Surabaya, telah mampu menembus lapisan masyarakat dari berbagai kalangan, anak sekolah, mahasiswa, pekerja informal, pekerja kantor, dari kalangan menengah bawah hingga kalangan menengah atas, dan tentunya ditunjang dengan berbagai koleksi buku yang tersedia sesuai dengan yang diinginkan oleh pembaca.

Citra perusahaan didefinisikan sebagai efek gabungan dari masing-masing retail sebagai merek, merek produsen, dan merek-merek toko yang dirasakan (Martenson, 2007:544). Citra perusahaan diyakini menjadi faktor penting yang mempengaruhi persepsi kualitas, evaluasi kepuasan pelanggan dengan layanan, dan loyalitas pelanggan ketika suatu layanan sulit untuk dievaluasi. Kualitas pelayanan sangat penting bagi suatu perusahaan untuk dapat mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan profitabilitas dalam persaingan bisnis yang sengit (Yeung, 2012 : 1). Dalam meningkatkan layanan pelanggan, sangat penting bagi suatu perusahaan memberikan kepada pelanggan apa yang mereka inginkan dan pada waktu yang tepat. Dengan demikian, mengidentifikasi dan memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan layanan jaringan karena apa yang ditawarkan dapat digunakan untuk memisahkan perusahaan dari para pesaingnya (Agyapong, 2011 : 203).

Saluran distribusi merupakan suatu struktur yang menggambarkan alternatif saluran yang dipilih dan menggambarkan situasi pemasaran yang berbeda oleh berbagai perusahaan. Distributor atau perantara melakukan distribusi produk dengan cara menawarkan langsung dengan membawa produk ke konsumen atau pengecer (retailer) dalam waktu maksimal satu kali dalam satu minggu kunjungan. Strategi distribusi tersebut digunakan agar suatu produk yang ditawarkan langsung terealisasi sehingga ketersediaan produk di pengecer tetap terjaga (Asir, 2011 : 2). Sistem distribusi yang ideal atau saluran distribusi normatif dapat ditentukan dengan menjelajahi apa yang konsumen inginkan dalam hal pelayanan dari saluran distribusi, berapa banyak mereka bersedia untuk membayar pada tingkat pelayanan yang diberikan, bagaimana pelayanan dapat diberikan kepada mereka dan biaya dari alternatif saluran distribusi (Stern dalam Mols, 1999 : 38).

Memahami kepuasan klien (pelanggan) adalah penting bagi manajemen, yang dapat menyebabkan loyalitas klien (pelanggan) dan pada gilirannya dapat menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan (Sudin, 2011 : 116).

Penelitian ini berdasarkan pada *gap research analysis* yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu, sebagai berikut:

1. Shaheen Majid and Azim Haider, "Image Problem Even Haunts Hi-Tech Libraries (Stereotypes Associated With Library and Information Professionals In Singapore)" Tahun 2008.
Bahwa citra perpustakaan pada "Public and Academic Libraries, Library Association of Singapore (LAS), Library Education Programmes, dan National Library Board of Singapore (NLBS) di Singapura tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pembaca.
2. Oyvind Helgesen and Erik Nasset, "Does LibQual+TM Account For Student Loyalty To a University College Library?" Tahun 2011.

Bahwa kepuasan pembaca memiliki pengaruh/hubungan yang positif terhadap citra perpustakaan “Aalesund University College” di kota Aalesund – Norwegia.

3. Mehran Nejati and Mostafa Nejati, “Service Quality at University of Tehran Central Library” Tahun 2008.

Bahwa kualitas pelayanan pada “University of Tehran Central Library” di Iran tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pembaca.

4. I Gede Mahatma Yuda Bakti dan Sik Sumaedi, “An Analysis of Library Customer Loyalty: The Role of Service Quality and Customer Satisfaction, a Case Study In Indonesia” Tahun 2013.

Bahwa kualitas pelayanan perpustakaan pada “Universitas Negeri” di Indonesia berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembaca.

5. Chiao-Chen Chang, “Exploring The Determinants of E-Learning Systems Continuance Intention In Academic Libraries” Tahun 2013.

Bahwa saluran distribusi dalam bentuk kualitas sistem web pada perpustakaan “National Dong Hwa University” di Hualien, Taiwan – Republic of China memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan yang dirasakan oleh para pembaca, sehingga dapat berpengaruh pada adanya niat yang berkelanjutan untuk menggunakan sistem *e-learning* di perpustakaan akademik universitas (kampus).

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka penulis mengambil judul tentang “Pengaruh Citra, Kualitas Pelayanan, dan Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Pembaca” Pada Badan Arsip dan Perpustakaan Kota Surabaya.

Tinjauan Teori

Pengertian Pemasaran

Definisi pemasaran menurut David (2002 : 154) adalah suatu proses menetapkan, mengantisipasi, menciptakan, dan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan akan produk dan jasa. Pemasaran adalah suatu proses perpindahan barang atau jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen. Atau dapat dikatakan pula bahwa pemasaran adalah semua kegiatan usaha yang bertalian dengan arus penyerahan barang dan jasa-jasa dari produsen ke konsumen (Mursid, 2003 : 26). Kotler (2009:5) menunjukkan bahwa pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial dengan cara yang menguntungkan. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu proses menawarkan barang dan jasa secara tepat dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan kosumen.

Lovelock, dkk. (2010 : 25) menyatakan bahwa terdapat “7P” dalam bauran pemasaran jasa, yaitu:

1. *Product* (Produk).
2. *Price* (Harga dan Pengeluaran Lain).
3. *Place* (Tempat dan Waktu).
4. *Promotion* (Promosi dan Edukasi).
5. *Process* (Proses).
6. *Physical Environment* (Lingkungan Fisik).
7. *People* (Manusia).

Pengertian Kepuasan Pelanggan

Definisi kepuasan pelanggan menurut Andreassen (1998 : 10) adalah sebagai akumulasi pengalaman dari pelanggan setelah melakukan suatu pembelian dan pengalaman konsumsinya.

Irawan (2002 : 4) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang (Kotler, 2009 : 139).

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan puas atau tidak puas yang dirasakan oleh pelanggan setelah mengetahui kinerja suatu produk dan jasa yang telah membelinya.

Memahami kepuasan klien (pelanggan) adalah penting bagi manajemen, yang dapat menyebabkan loyalitas klien (pelanggan) dan pada gilirannya dapat menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan (Sudin, 2011 : 116).

Irawan (2002 : 37-39) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas *performance* produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh lima faktor sebagai berikut:

1. Kualitas produk.
2. Harga.
3. Kualitas pelayanan (*service quality*).
4. *Emotional factor*.
5. Kemudahan.

Kotler (2002 : 45) menunjukkan bahwa metode yang dapat digunakan dalam mengukur tingkat kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Sistem keluhan dan saran.
2. Survey kepuasan pelanggan.
3. Belanja siluman.
4. Analisis pelanggan yang hilang.

Tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan adalah kombinasi dari tiga parameter, yaitu: biaya yang dikenakan, frekuensi masalah yang dihadapi, dan perilaku pembelian (Singh, 2009 : 281).

Pengertian Citra Perusahaan

Definisi citra perusahaan menurut Kotler (2002 : 338) adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Citra dipengaruhi banyak faktor di luar kendali perusahaan.

Jasfar (2005 : 184) menunjukkan bahwa citra perusahaan yang kuat adalah apabila namanya dikenal luas dan organisasi tersebut mempunyai reputasi yang luar biasa. Apabila suatu organisasi sangat terkenal, tetapi tidak dipercaya, maka organisasi tidak akan memiliki citra yang kuat. Sama halnya, dia tidak akan mempunyai citra yang kuat apabila dipercaya hanya oleh sekelompok kecil orang.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa citra perusahaan adalah persepsi seseorang tentang bagaimana kinerja suatu perusahaan yang diketahuinya dari segi penawaran produk barang dan jasanya.

Kotler (2002 : 338-339) menunjukkan bahwa citra suatu perusahaan dipengaruhi oleh empat faktor sebagai berikut:

1. Lambang.
2. Media.
3. Suasana.
4. Peristiwa.

Pengertian Kualitas Pelayanan

Definisi kualitas pelayanan menurut Kotler (2002 : 67) adalah bila suatu produk atau layanan yang dihasilkan dapat memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Sebuah perusahaan yang hampir selalu memuaskan kebanyakan kebutuhan pelanggannya disebut perusahaan bermutu.

Ariani (2009 : 182) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu kinerja yang bergantung pada interaksi manusia dalam pelayanan yang dihadapi dan hasil dari kualitas pelayanan berhubungan dengan proses interaktif antara penyedia jasa dan penerima jasa.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah persepsi pelanggan tentang seberapa baik pelayanan yang diberikan oleh karyawan perusahaan dalam menyampaikan informasi dan cara karyawan dalam menangani keluhan yang disampaikan oleh pelanggan.

Dalam menghantarkan kualitas pelayanan yang tinggi, Kotler (2009 : 51) menunjukkan bahwa terdapat lima kesenjangan yang dapat menyebabkan kegagalan pengiriman jasa:

1. Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen.
2. Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa.
3. Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penghantaran jasa.
4. Kesenjangan antara penghantaran jasa dan komunikasi eksternal.
5. Kesenjangan antara jasa anggapan dan jasa yang diharapkan.

Zeithaml, et al., (dalam Kotler, 2009 : 52) menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan terdiri dari lima dimensi sebagai berikut:

1. Bukti langsung (*tangibles*).
2. Keandalan (*reliability*).
3. Daya tanggap (*responsiveness*).
4. Jaminan (*assurance*).
5. Empati (*empathy*).

Pengertian Saluran Distribusi

Definisi saluran distribusi menurut Mursid (2003 : 85) adalah meliputi semua kegiatan yang berhubungan dengan usaha untuk menyampaikan barang-barang hasil produksi suatu perusahaan dari produsen kepada para pembeli atau kepada para calon konsumen.

Menurut Kodrat (2009 : 20) saluran distribusi merupakan perantara untuk memindahkan produk atau jasa dari produsen kepada konsumen.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa saluran distribusi adalah suatu proses penyampaian produk dan jasa dari produsen kepada konsumen dengan memilih alternatif saluran pemasaran yang tepat dan menganalisa situasi daerah pemasaran yang akan dipilih.

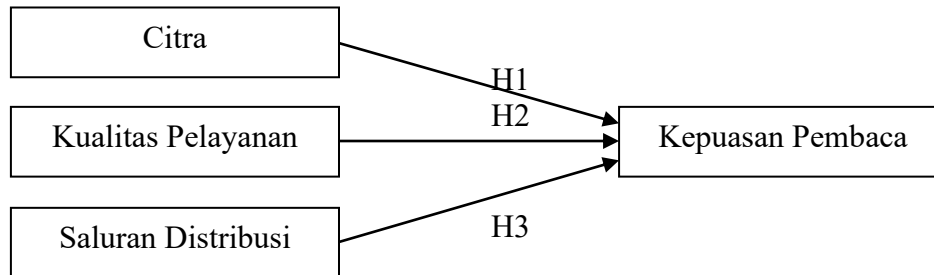
Kotler (2002 : 337) menunjukkan bahwa suatu perusahaan dapat mencapai keunggulan bersaing melalui cara mereka dalam merancang saluran distribusi sebagai berikut:

1. Jangkauan.
2. Keahlian.
3. Kinerja.

Kerangka Konseptual

Dalam kerangka konseptual ini akan diuraikan hubungan antara variabel yang akan diteliti yang berupa hubungan kausal antara variabel satu dengan variabel lainnya baik sebagai independen variabel maupun dependen variabel.

Kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar : Kerangka Konseptual Penelitian

Hipotesis

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, tinjauan teori, penelitian terdahulu, dan kerangka konseptual yang telah digambarkan, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Citra berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembaca.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembaca.
3. Saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembaca.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2008 : 8). Dalam metode penelitian kuantitatif ini, hubungan antara dua variabel atau lebih adalah menggunakan hubungan kausal yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat (Sugiyono, 2008 : 37). Dalam penelitian ini, populasi penelitian mengacu pada seluruh pembaca (pengunjung) di Badan Arsip dan Perpustakaan Kota Surabaya yang telah memiliki Kartu Tanda Anggota (KTA) selama tahun 2012 – 2013 berjumlah 613.699 pembaca.

Teknik Penyampelan

Isaac dan Michael (dalam Sugiyono, 2008 : 86) menyatakan bahwa besarnya jumlah sampel yang diambil dapat ditentukan berdasarkan pada tabel penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu yang dikembangkan untuk tingkat kesalahan 1%, 5%, dan 10% berikut:

N	s		
	1%	5%	10%
10	10	10	10
100	87	78	73
100000	659	347	270
600000	663	348	270
650000	663	348	270

Keterangan:

N = Jumlah Populasi.

s = Taraf Kesalahan (%).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah “Kuesioner (angket).” Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2008 : 142).

Hasil dan Pembahasan

Hasil Uji Validitas

1. Citra Perpustakaan (X_1)

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Perpustakaan (X_1)

Butir Kuesioner	Signifikansi	Alpha	Kategori
1	0,000	0,05	Valid
2	0,000	0,05	Valid
3	0,000	0,05	Valid
4	0,000	0,05	Valid
5	0,000	0,05	Valid
6	0,000	0,05	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa semua indikator yang dinyatakan pada variabel Citra Perpustakaan (X_1) adalah valid. Hal ini dikarenakan nilai signifikansi dari item pertanyaan pada variabel $X_1 < 0,05$.

2. Kualitas Pelayanan (X_2)

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)

Butir Kuesioner	Signifikansi	Alpha	Kategori
7	0,000	0,05	Valid
8	0,000	0,05	Valid
9	0,000	0,05	Valid
10	0,000	0,05	Valid
11	0,000	0,05	Valid
12	0,000	0,05	Valid
13	0,000	0,05	Valid
14	0,000	0,05	Valid
15	0,000	0,05	Valid
16	0,000	0,05	Valid
17	0,000	0,05	Valid
18	0,000	0,05	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data

Pada tabel 7. menunjukkan bahwa semua indikator yang dinyatakan pada variabel Kualitas Pelayanan (X_2) adalah valid. Hal ini dikarenakan nilai signifikansi dari item pertanyaan pada variabel $X_2 < 0,05$.

3. Saluran Distribusi (X_3)Tabel 8. Hasil Uji Validitas Variabel Saluran Distribusi (X_3)

Butir Kuesioner	Signifikansi	Alpha	Kategori
19	0,000	0,05	Valid
20	0,000	0,05	Valid
21	0,000	0,05	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data

Pada tabel 8. menunjukkan bahwa semua indikator yang dinyatakan pada variabel Saluran Distribusi (X_3) adalah valid. Hal ini dikarenakan nilai signifikansi dari item pertanyaan pada variabel $X_3 < 0,05$.

4. Kepuasan Pembaca (Y_1)Tabel 9. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pembaca (Y_1)

Butir Kuesioner	Signifikansi	Alpha	Kategori
22	0,000	0,05	Valid
23	0,000	0,05	Valid
24	0,000	0,05	Valid
25	0,000	0,05	Valid
26	0,000	0,05	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data

Pada tabel 9. menunjukkan bahwa semua indikator yang dinyatakan pada variabel Kepuasan Pembaca (Y_1) adalah valid. Hal ini dikarenakan nilai signifikansi dari item pertanyaan pada variabel $Y_1 < 0,05$.

Uji Reliabilitas

Tabel 10. berikut akan dipaparkan hasil uji reliabilitas item pertanyaan pada kuesioner.

Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas Item Pertanyaan Pada Kuesioner

Variabel	Alpha (<i>Cronbach</i>)	Kesimpulan
X_1	0,766	Reliabel
X_2	0,771	Reliabel
X_3	0,818	Reliabel
Y	0,785	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data

Pada Tabel 10. menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Alpha (*Cronbach*) di atas 0,6; maka dapat disimpulkan seluruh indikator pada tiap-tiap variabel telah reliabel atau dapat diandalkan kesahihannya.

Pembuktian Persamaan Model Regresi

Hasil pengolahan data menggunakan alat pengolah statistik *SPSS 20.0 for Windows* dapat ditampilkan dalam tabel berikut:

Tabel 11. Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T hitung	Signifikansi
	B	Std. Error	Beta		
Konstanta	1,356	0,225		6,038	0,000
Citra Perusahaan (X₁)	0,166	0,054	0,160	3,085	0,002
Kualitas Pelayanan (X₂)	0,329	0,057	0,318	5,731	0,000
Saluran Distribusi (X₃)	0,231	0,049	0,244	4,727	0,000
R	0,594		F hitung	62,595	
R²	0,353		Signifikansi F	0,000	
F tabel	3,0217		T tabel	1,9668	

Sumber: Hasil pengolahan data

Berdasarkan tabel 11., maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,356 + 0,166X_1 + 0,329X_2 + 0,231X_3 + e$$

Interpretasi pengaruh perubahan masing-masing variabel yang ditentukan oleh nilai beta dari persamaan hasil regresi berganda di atas adalah sebagai berikut:

1. Konstanta = + 1,356

Nilai konstanta persamaan regresi bertanda positif 1,356 menunjukkan Peningkatan Kepuasan Pembaca, yaitu pada saat variabel bebas (Citra, Kualitas Pelayanan dan Saluran Distribusi) mempunyai nilai nol atau tidak ada, maka Kepuasan Pembaca pada Perpustakaan Umum Kota Surabaya adalah 1,356 satu satuan.

2. Koefisien regresi:

a. $\beta_1 = + 0,166$

Koefisien regresi menunjukkan besarnya perubahan yang terjadi pada variabel tergantung (Kepuasan Pembaca) bila variabel bebas berubah satu satuan. Koefisien regresi bertanda positif 0,166 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel Citra, maka Kepuasan Pembaca pada Perpustakaan Umum Kota Surabaya akan meningkat sebesar 0,166 satu satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

b. $\beta_2 = + 0,329$

Koefisien regresi menunjukkan besarnya perubahan yang terjadi pada variabel tergantung (Kepuasan Pembaca) bila variabel bebas berubah satu satuan. Koefisien regresi bertanda positif 0,329 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel Kualitas Pelayanan, maka Kepuasan Pembaca pada Perpustakaan Umum Kota Surabaya akan meningkat sebesar 0,329 satu satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

c. $\beta_3 = + 0,231$

Koefisien regresi menunjukkan besarnya perubahan yang terjadi pada variabel tergantung (Kepuasan Pembaca) bila variabel bebas berubah satu satuan. Koefisien regresi bertanda positif 0,231 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel Saluran Distribusi, maka Kepuasan Pembaca pada Perpustakaan Umum Kota Surabaya akan meningkat sebesar 0,231 satu satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

3. Standardized Coefficients

Nilai standardized coefficients masing-masing variabel bebas adalah sebagai berikut:

- Citra Perpustakaan (X₁) : 0,160
- Kualitas Pelayanan (X₂) : 0,318

c. Saluran Distribusi (X_3) : 0,244

Untuk mengetahui variabel bebas manakah di antara ketiga variabel tersebut yang mempunyai pengaruh dominan terhadap Kepuasan Pembaca pada Perpustakaan Umum Kota Surabaya adalah dengan melihat nilai *standardized coefficients*-nya. Dari tabel 11. dapat kita lihat bahwa Kualitas Pelayanan mempunyai nilai yang paling besar yaitu sebesar 0,318; sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap Kepuasan Pembaca pada Perpustakaan Umum Kota Surabaya daripada variabel bebas lainnya.

Pembuktian Uji Asumsi Klasik Model Regresi

Gejala Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah keadaan di mana pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antarvariabel independen (Priyatno, 2012 : 151).

Gangguan multikolinearitas dianggap mengganggu model regresi jika ada sepasang variabel bebas yang mempunyai korelasi diatas 0,8 (Trihendradi, 2012 : 303).

Tabel 12. berikut akan dipaparkan hasil uji asumsi klasik multikolinearitas variabel bebas (X)

Tabel 12. Matriks Koefisien Korelasi Pearson Variabel Bebas

Correlations				
		Citra Perusahaan	Kualitas Pelayanan	Saluran Distribusi
Citra Perusahaan	Pearson Correlation	1	,527**	,410**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	348	348	348
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	,527**	1	,520**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	348	348	348
Saluran Distribusi	Pearson Correlation	,410**	,520**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	348	348	348
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).				

Sumber: Hasil pengolahan data

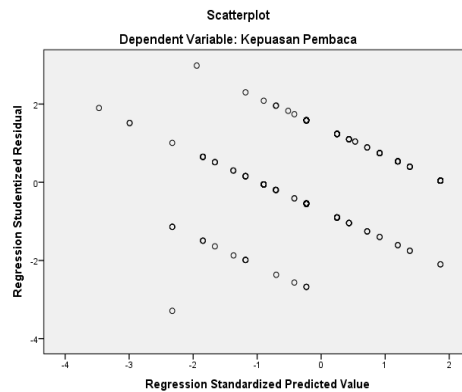
Pada tabel 12., dapat diketahui bahwa koefisien korelasi masing-masing variabel adalah di bawah 0,8; sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini terbebas dari gejala multikolinearitas.

Gejala Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan di mana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas (Priyatno, 2012 : 158).

Metode pengujian dalam uji heteroskedastisitas adalah dengan melihat pola titik-titik pada scatterplots regresi. Deteksi dengan melihat sumbu X dan Y yang telah diprediksi, sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-*studentized*. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (poin-poin) yang ada membentuk suatu pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas. Tetapi, jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas

atau di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Priyatno, 2012 : 167).



Sumber: SPSS 20.0 for Windows

Gambar : Hasil Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas

Dari gambar di atas dapat diketahui bahwa tidak ada pola tertentu, seperti titik-titik (poin-poin) yang ada membentuk suatu pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah bebas heteroskedastisitas; dan apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas atau di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sehingga dapat dinyatakan bahwa bebas uji heteroskedastisitas.

Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan alat pengolah statistik SPSS 20.0 for windows, analisis model, dan pembuktian hipotesis, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut:

1. Bahwa Citra berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pembaca Perpustakaan Umum Kota Surabaya. Hal ini dikarenakan pada variabel Citra (X_1), diperoleh t hitung = $3,085 > t_{\alpha/2}$ tabel = $1,9668$ dengan nilai signifikansi t $0,002 < \alpha = 0,05$; berarti berada pada daerah penolakan H_0 atau berada pada daerah penerimaan H_a .
2. Bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pembaca Perpustakaan Umum Kota Surabaya. Hal ini dikarenakan pada variabel Kualitas Pelayanan (X_2), diperoleh t hitung = $5,731 > t_{\alpha/2}$ tabel = $1,9668$ dengan nilai signifikansi t $0,000 < \alpha = 0,05$; berarti berada pada daerah penolakan H_0 atau berada pada daerah penerimaan H_a .
3. Bahwa Saluran Distribusi Perpustakaan (berupa: Taman Bacaan Masyarakat (TBM), dan *Digital Library*) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pembaca Perpustakaan Umum Kota Surabaya. Hal ini dikarenakan pada variabel Saluran Distribusi (X_3), diperoleh t hitung = $4,727 > t_{\alpha/2}$ tabel = $1,9668$ dengan nilai signifikansi t $0,000 < \alpha = 0,05$; berarti berada pada daerah penolakan H_0 atau berada pada daerah penerimaan H_a .

Nilai standardized coefficients masing-masing variabel bebas adalah sebagai berikut:

- | | | |
|---------------------------------|---|-------|
| 1. Citra Perpustakaan (X_1) | : | 0,160 |
| 2. Kualitas Pelayanan (X_2) | : | 0,318 |
| 3. Saluran Distribusi (X_3) | : | 0,244 |

Dari ketiga variabel bebas di atas dengan melihat nilai *standardized coefficients*-nya, maka dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan mempunyai nilai yang paling besar yaitu sebesar 0,318; sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap Kepuasan Pembaca pada Perpustakaan Umum kota Surabaya daripada variabel bebas lainnya.

Implikasi dan Saran

Implikasi dari hasil penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Hasil analisis data secara statistik membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Citra terhadap Kepuasan Pembaca Perpustakaan Umum Kota Surabaya yang ditunjukkan dengan nilai *standardized direct effect* dapat diketahui bahwa faktor Citra (X_1) mempunyai nilai koefisien regresi 0,160 dengan nilai signifikansi t sebesar 0,002; sehingga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pembaca Perpustakaan Umum Kota Surabaya (Y).
Hal ini telah sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan Oyvind Helgesen dan Erik Nasset, Tahun 2011 yaitu kepuasan pembaca memiliki pengaruh/hubungan yang positif terhadap citra perpustakaan “Aalesund University College” di kota Aalesund – Norwegia.
2. Hasil analisis data secara statistik membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pembaca Perpustakaan Umum Kota Surabaya yang ditunjukkan dengan nilai *standardized direct effect* dapat diketahui bahwa faktor Kualitas Pelayanan (X_2) mempunyai nilai koefisien regresi 0,318 dengan nilai signifikansi t sebesar 0,000; sehingga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pembaca Perpustakaan Umum Kota Surabaya (Y).
Hal ini telah sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan I Gede Mahatma Yuda Bakti dan Sik Sumaedi, Tahun 2013 yaitu kualitas pelayanan perpustakaan pada “Universitas Negeri” di Indonesia berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembaca.
3. Hasil analisis data secara statistik membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Saluran Distribusi terhadap Kepuasan Pembaca Perpustakaan Umum Kota Surabaya yang ditunjukkan dengan nilai *standardized direct effect* dapat diketahui bahwa faktor Saluran Distribusi (X_3) mempunyai nilai koefisien regresi 0,244 dengan nilai signifikansi t sebesar 0,000; sehingga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pembaca Perpustakaan Umum Kota Surabaya (Y).
Hal ini telah sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan Chiao-Chen Chang, Tahun 2013 yaitu saluran distribusi dalam bentuk kualitas sistem web pada perpustakaan “National Dong Hwa University” di Hualien, Taiwan – Republic of China memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan yang dirasakan oleh para pembaca, sehingga dapat berpengaruh pada adanya niat yang berkelanjutan untuk menggunakan sistem *e-learning* di perpustakaan akademik universitas (kampus).

Berdasarkan hasil pengolahan data, analisis model, pembuktian hipotesis, pembahasan, dan kesimpulan yang diambil, maka dapat diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Mengingat dari semua variabel independen (Citra (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Saluran Distribusi (X_3)) yang digunakan adalah berpengaruh signifikan terhadap variabel dependennya (Kepuasan Pembaca (Y)) pada Badan Arsip dan Perpustakaan kota Surabaya, maka disarankan agar pihak Perpustakaan Umum kota Surabaya lebih melakukan inovasi dan kreasi terhadap *promotion/publication* yang lebih menarik pembaca, agar tetap menjadi pembaca yang setia (loyal).
2. Nilai koefisien determinasi yang diperoleh dari olah data SPSS adalah sebesar 0,353 yang berarti 35,3%, sedangkan sisanya yakni 64,7% dari Kepuasan Pembaca Perpustakaan Umum Kota Surabaya yang dipengaruhi oleh variabel lain di luar ketiga variabel yang digunakan tersebut, maka disarankan bagi peneliti berikutnya untuk menambahkan faktor lain di luar faktor yang digunakan yang menyangkut kepuasan pembaca serta lebih memperhatikan *7p* yang lain yaitu “*Product* (produk) yakni buku bacaan yang lebih variatif, *Price* (harga) yakni tidak adanya biaya retribusi dalam

layanan perpustakaan, *Place* (lokasi) yakni lokasi perpustakaan dan Taman Bacaan Masyarakat (TBM) yang mudah dijangkau, *Promotion* (promosi) yakni perpustakaan sebagai rumah baca yang modern bagi masyarakat, *Process* (proses) yakni proses layanan pendaftaran hingga pembuatan kartu anggota secara cepat dan memuaskan, *Physical Environment* (lingkungan fisik) yakni lingkungan perpustakaan yang aman dan nyaman bagi masyarakat, dan *People* (manusia) yakni karyawan perpustakaan yang ramah dan santun.”

BIBLIOGRAFI

- Agyapong, K.Q. Gloria. 2011. *The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in the Utility Industry – A Case of Vodafone (Ghana)*. International Journal of Business and Management, 6 (5): 203.
- Alves. and Raposo. 2010. *The Influence of University Image on Student Behavior*. International Journal of Educational Management, 24 (1): 73-85.
- Ariani, Wahyu, 2009, *Manajemen Operasi Jasa*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Asir, Muhammad. 2011. *Pengaruh Saluran Distribusi, Kualitas Produk, dan Kebijakan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus PT. Centa Brasindo Abadi)*: 1-15.
- Bakti. dan Sumaedi. 2013. *An Analysis of Library Customer Loyalty: The Role of Service Quality and Customer Satisfaction, a Case Study In Indonesia*: 1-21.
- Chang, Chiao-Chen. 2013. *Exploring The Determinants of E-Learning Systems Continuance Intention in Academic Libraries*. Library Management, 34 (1/2): 40-55.
- Chang. and Fong. 2010. *Green Product Quality, Green Corporate Image, Green Customer Satisfaction, and Green Customer Loyalty*. African Journal of Business Management, 4 (13): 2836-2844.
- David, R. Fred, 2002, *Manajemen Strategis*, Edisi Ketujuh, Jakarta: Prenhallindo.
- Dibyantoro. dan Cesimariani. 2012. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Haspari Palembang*. Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (JENIUS), 2 (2): 113-131.
- Helgesen. and Nasset. 2011. *Does LibQual+TM Account For Student Loyalty to a University College Library?*. Quality Assurance In Education, 19 (4): 413-440.
- Irawan, Handi, 2002, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Cetakan Pertama, Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Jasfar, Farida, 2005, *Manajemen Jasa*, Cetakan Pertama, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Kodrat, Sukardi, 2009, *Manajemen Distribusi*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran I*, Edisi Milenium, Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, dan Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas, Jilid Pertama, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, dan Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, Christopher, dkk., 2010, *Pemasaran Jasa–Perspektif Indonesia*, Edisi Ketujuh, Jilid Pertama, Jakarta: Erlangga.

- Majid. and Haider. 2008. *Image Problem Even Haunts Hi-Tech Libraries (Stereotypes Associated With Library and Information Professionals In Singapore)*. Aslib Proceedings: New Information Perspectives, 60 (3): 229-241.
- Martenson, Rita. 2007. *Corporate Brand Image, Satisfaction and Store Loyalty: A Study of The Store as a Brand, Store Brands and Manufacturer Brands*. International Journal of Retail & Distribution Management, 35 (7): 544-555.
- Minkiewicz, Joanna, et al. 2011. *Corporate Image In The Leisure Services Sector*. Journal of Services Marketing, 25 (3): 190-201.
- Mols, P. Niels, et al. 1999. *Distribution Channel Strategies in Danish Retail Banking*. International Journal of Retail and Distribution Management, 27 (1): 37-47.
- Mursid, M., 2003, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Pertama, Cetakan Ketiga, Jakarta: Bumi Aksara.
- Naik, Krishna, et al. 2010. *Service Quality (Servqual) and its Effect on Customer Satisfaction in Retailing*. European Journal of Social Sciences, 16 (2): 231-243.
- Nejati. and Nejati. 2008. *Service Quality at University of Tehran Central Library*. Library Management, 29 (6/7): 571-582.
- Priyatno, Duwi, 2012, *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20*, Edisi Pertama, Yogyakarta: ANDI.
- Singh. and Komal. 2009. *Impact of ATM on Customer Satisfaction (A Comparative Study of SBI, ICICI and HDFC Bank)*. Business Intelligence Journal, 2 (2): 276-287.
- Sudin, Suhaimi. 2011. *How Service Quality, Value and Corporate Image Affect Client Satisfaction and Loyalty*. International Research Symposium in Service Management: 116-125.
- Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Cetakan Keempat, Bandung: Alfabeta.
- Supriatin. dan Sugiharto. 2011. *Analisis Kepuasan Konsumen Berdasarkan Variabel Fasilitas, Harga, dan Citra Perusahaan (Studi Kasus Tmbookstore Depok)*. Jurnal Ekonomi Manajemen, 11 (56): 1-12.
- Trihendradi, C., 2012, *Step by Step SPSS 20 Analisis Data Statistik*, Edisi Pertama, Yogyakarta: ANDI.
- Wallin. and Lindestad. 1998. *Customer Loyalty and Complex Services: The Impact of Corporate Image on Quality, Customer Satisfaction and Loyalty for Customers With Varying Degrees of Service Expertise*. International Journal of Service Industry Management, 9 (1): 7-23.
- Yeung, M.H. Iris. 2012. *Relationships Among Service Quality, Image, Customer Satisfaction and Loyalty in A Hong Kong Franchised Bus Company*.