

**ANALISIS TINGKAT PELAYANAN  
PADA PENGUNJUNG PERPUSTAKAAN SDN 011  
DI SAMARINDA**

**OLEH :**

**MEGA ADATI**

**NIM: 2005.11.0020**

**NPM: 05.11.311.401100.00372**



*Skripsi ini dibuat Sebagai Salah satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi Pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Samarinda*

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MUHAMMADIYAH  
SAMARINDA**

**2009**

**ANALISIS TINGKAT PELAYANAN  
PADA PENGUNJUNG PERPUSTAKAAN SDN 011  
DI SAMARINDA ULU**

**OLEH :**

**MEGA ADATI**

**NIM: 2005.11.0020**

**NPM: 05.11.311.401100.00372**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MUHAMMADIYAH**

**SAMARINDA**

**2009**



# SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MUHAMMADIYAH SAMARINDA

**TERAKREDITASI BAN-PT DEPDIKNAS NOMOR : 030/BAN-PT/Ak-X/S1/XII/2007**

Kampus : Jl. Ir. H. Juanda No. 15 Telp. No : (0541) 7070289, 743459 - Fax No : (0541) 743459  
Samarinda 75124 - Kalimantan Timur. **E-mail** [stie\\_muhammadiyah@yahoo.co.id](mailto:stie_muhammadiyah@yahoo.co.id)

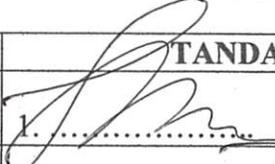
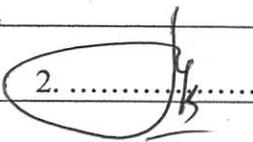
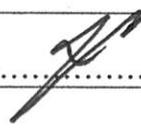
## BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Skripsi Tahun 2009 Sarjana Ekonomi Muhammadiyah Samarinda, setelah melaksanakan ujian pada hari **Sabtu** tanggal **Tujuh** bulan **November** tahun **Dua Ribu Sembilan** bertempat di kampus STIE Muhammadiyah Samarinda :

- Dengan Mengingat :
1. Surat Keputusan Dirjen Dikti No.02/Dikti/Kep/1991 tanggal 29 Januari 1991 ;
  2. Surat Keputusan Ketua STIE Muhammadiyah Samarinda Nomor : 134/II.3.AU/KEP/VII/2009;
  3. Buku Pedoman Pendidikan STIE Muhammadiyah Samarinda tahun 1991 ;

### MEMPERHATIKAN

1. Jawaban dan Sanggahan yang diberikan selama ujian berlangsung ;
2. Hasil Ujian yang dicapai dalam skripsi dengan Susunan Anggota Panitia Penguji ;

NO	N A M A	TANDA TANGAN
1	M. Kiswanto, SE, M. Si	1. 
2	Drs. H. Suyatman, S.Pd, MM, M.Si	2. 
3	Damingun, SE, MM	3. 
4	M. Senopati, SE	4. 

### MEMUTUSKAN :

**Menetapkan** :

N A M A : Mega Adati  
N I M : '2005.11.0020  
N P M : 2005.11.311.401101.00372  
JURUSAN/PS : MANAJEMEN  
JUDUL SKRIPSI : Analisis Tingkat Pelayanan Pada Pengunjung Perpustakaan Sekolah Dasar Negeri 011 di Samarinda Ulu

**DENGAN NILAI** : /

**DINYATAKAN** : LULUS / TIDAK LULUS

Samarinda, 07 November 2009

**PANITIA UJIAN SKRIPSI**

**K e t u a,**

**Sekretaris,**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Tingkat Pelayanan pada Pengunjung  
Perpustakaan Sekolah Dasar Negeri 011 di Samarinda  
Ulu

Nama : Mega Adati

NIM : 2005110020

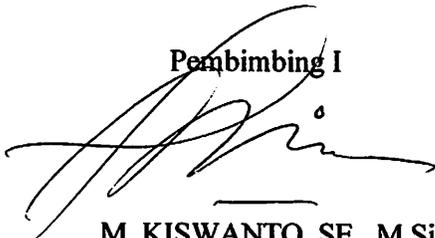
NPM : 05.11.311.401100.00372

Jurusan : Ekonomi Manajemen

Program Studi : Ekonomi Manajemen (S1)

Menyetujui,

Pembimbing I



M. KISWANTO, SE., M.Si

Pembimbing II

Drs. H. Suyatman, S.Pd., MM., M.Si

Mengetahui,

Ketua STIE Muhammadiyah Samarinda

Drs. H. Suyatman, S.Pd., MM., M.Si  
KTAM. 498.353

## **RIWAYAT HIDUP**

### **A. DATA PRIBADI**

1. Nama Penulis : MEGA ADATI
2. Tempat Tanggal Lahir : Sinindian, 9 Maret 1986
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. Alamat : Samarinda
6. Riwayat Pendidikan : a. SD Tamat Tahun 1998  
b. SMP Tamat Tahun 2001  
c. SMU Tamat Tahun 2004  
d. STIE Muhammadiyah Samarinda Tahun  
2005 hingga sekarang

### **B. DATA KELUARGA**

1. Nama Suami : Heru Dwiyanto, S.Sos
2. Nama Anak : -

## RINGKASAN

MEGA ADATI, “Analisis Tingkat Pelayanan pada Pengunjung Perpustakaan SDN 011 di Samarinda Ulu”, di bawah bimbingan Bapak M. Kiswanto, SE, M.Si dan Bapak Drs. H. Suyatman, S.Pd., MM., M.Si

Dengan semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan meningkatnya wawasan akan ilmu pengetahuan yang dihadapkan pada persaingan yang semakin tajam, maka perpustakaan SDN 011 Samarinda Ulu berusaha meningkatkan pelayanan yang dapat menarik minat baca seluruh murid SDN 011.

Adapun tujuan kegunaan penelitian yang akan dicapai adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan pelayanan yang diberikan oleh karyawan perpustakaan kepada pengunjung dan indikator-indikator mana yang mempengaruhi minat pengunjung menggunakan perpustakaan SDN 011

Dalam menganalisis data digunakan “Metode Nilai Tertimbang”, dimana hasil jawaban questioner dikalikan dengan nilai tertimbang pada masing-masing indikator pelayanan yang ada

Setiap jawaban yang telah dikumpulkan dari responden digunakan lima Kriteria sebagai berikut: sangat baik, baik, cukup baik, kurang baik, dan tidak baik. Kemudian dari hasil jawaban koresponden tersebut dibuatlah rata-rata untuk menentukan tingkat kepuasan pengunjung yang diharapkan dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung suatu saat nanti

Adapun probabilitas rasio dari masing-masing faktor pelayanan perpustakaan SDN 011 di Samarinda Ulu yaitu:

1. Keramahan karyawan 0,35
2. Mutu pelayanan 0,20
3. Tempat penitipan barang yang aman 0,30
4. Ruang yang nyaman 0,15

Dalam melakukan pelayanan kepada pengunjung, kita harus mengetahui apakah pelayanan yang kita berikan sudah baik atau tidak. Untuk mengetahui hal tersebut digunakan nilai faktor tertimbang yaitu dengan mengalikan antara probabilitas rasio dengan bobot rata-rata

Dari hasil analisis dan pembahasan, maka hipotesis yang dikemukakan terbukti kebenarannya dengan secara keseluruhan nilai faktor di atas cukup besar, yaitu:

$$N = 3,89 > 3$$

Oleh karena itu, disarankan kepada pengelola perpustakaan hendaknya tetap mempertahankan dan terus meningkatkan mutu pelayanan tersebut agar minat pengunjung yang datang ke perpustakaan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan hasil yang diperoleh yang diperoleh dari analisis dan pembahasan di atas, maka hipotesis yang dikemukakan penulis sudah terbukti kebenarannya, sehingga hipotesis tersebut dapat diterima

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. Sehingga terselesainya skripsi yang berjudul “Analisis Tingkat Pelayanan pada Pengunjung Perpustakaan SDN 011 di Samarinda Ulu”. Terselesainya skripsi ini tidak terlepas dari berbagai pihak, untuk itu disampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. H. Suyatman, S.Pd., M.M., M.Si., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Samarinda dan juga selaku pembimbing II yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyusunan skripsi
2. Bapak M. Kiswanto, SE., M.Si., selaku dosen pembimbing I yang juga telah membantu dan mengarahkan dalam penyusunan skripsi
3. Seluruh dosen dan staff akademik yang telah memberikan dorongan dan sumbangan pemikiran dalam penyusunan skripsi
4. Kepala Sekolah SDN 011 Bapak H. Ridho hartono, S. Sos beserta dewan guru yang memberikan semangat dan doanya
5. Kepada seluruh siswa/siswi SDN 011 guna tersusunnya skripsi
6. Keluarga dan suami tercinta yang telah berkorban berupa moril dan materil guna tersusunnya skripsi

Akhirnya, tidak ada kata yang dapat penulis sampaikan kecuali terima kasih atas segala bantuan yang tidak ternilai. Semoga Allah SWT memberikan pahala yang setimpal, Amin.

Samarinda, Oktober 2009

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
RINGKASAN .....	iv
RIWAYAT HIDUP .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	4
D. Kegunaan Penelitian .....	4
E. Sistematika Penulisan .....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	6
A. Manajemen Pemasaran .....	6
B. Perpustakaan .....	19
C. Hipotesis .....	23
D. Definisi Konseptual .....	23
BAB III METODE PENELITIAN .....	24
A. Definisi Operasional .....	24
B. Jangkauan Penelitian .....	25
C. Rincian Data yang Diperlukan .....	25
D. Teknik Pengumpulan Data .....	26
E. Alat Analisis dan Penguji Hipotesis .....	26
BAB IV HASIL PENELITIAN .....	29
A. Gambaran Umum Perpustakaan .....	29
B. Struktur Organisasi .....	30
C. Pelayanan Terhadap Pengunjung .....	33
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	38
A. Analisis .....	38
B. Pembahasan .....	42
BAB VI HASIL PENELITIAN .....	45
A. Simpulan .....	45
B. Saran –Saran .....	46

REFERENSI .....	48
ANGKET .....	50

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Sejalan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan meningkatnya wawasan akan ilmu pengetahuan serta dihadapkan pada persaingan yang semakin tajam sebagai konsekuensi dari era keterbukaan atau pasar bebas sehingga berbagai informasi dari dalam negeri dan luar negeri dapat dengan mudah diterima dan beredar dengan cepat dikalangan masyarakat, khususnya di kalangan anak-anak yang gampang terpengaruh dan mempunyai ingatan yang masih segar dan cepat mengingat sesuatu.

Hal ini mendorong instansi pemerintah yaitu instansi Pendidikan Nasional untuk lebih meningkatkan kinerja kerjanya dengan memberikan sarana dan prasarana untuk membantu masyarakat umumnya dan anak-anak khususnya agar dapat menambah cakrawala dan wawasan ilmu pengetahuan, yaitu dengan mendirikan perpustakaan di sekolah-sekolah.

Pada pertengahan bulan April 2009 bertempat di Jakarta, Presiden H. Susilo Bambang Yudhoyono, menetapkan sekolah gratis untuk anak-anak, yaitu Sekolah Dasar (SD) selama 6 tahun dan Sekolah Menengah Pertama (SMP) selama 3 tahun, hal itu dikarenakan agar anak-anak Indonesia dapat terus melanjutkan pembangunan nasional dengan ilmu pengetahuan sejak dini serta agar anak Indonesia lebih giat belajar untuk mencapai cita-cita mereka.

Seperti dikemukakan di atas, yaitu sehubungan dengan pentingnya ilmu pengetahuan, maka hal tersebut harus ditunjang dengan berbagai sarana dan prasarana pendidikan, salah satu sarana dan prasarana pendidikan yang paling penting bagi anak-anak Indonesia adalah dengan mendirikan perpustakaan di sekolah-sekolah yang di dalamnya menyediakan berbagai macam buku-buku bacaan yang syarat dengan ilmu pengetahuan yang luas dan dapat menambah wawasan bagi para pembacanya, sehingga generasi muda semakin cerdas dan berprestasi

Semakin banyaknya perpustakaan yang berkembang di Samarinda, maka sangat diperlukan suatu strategi yang handal dalam menghadapi persaingan yaitu dengan memberikan pelayanan yang cukup baik. Pemasaran dirasakan sangat penting karena banyak perpustakaan yang menyediakan berbagai fasilitas yang sama untuk memenuhi kebutuhan para pengunjungnya. Masing-masing perpustakaan dengan segala kemampuan yang dimiliki berusaha untuk mendapatkan banyak pengunjung yang ingin menggunakan semua pelayanan dan fasilitas yang sudah disediakan oleh perpustakaan tersebut

Perpustakaan Sekolah Dasar Negeri 011 Samarinda Ulu merupakan salah satu perpustakaan yang fasilitasnya masih terbatas pada penyediaan buku sekolah, buku cerita fiksi dan nonfiksi, majalah, koran, alat peraga, dan lain sebagainya. Namun dalam kegiatannya perpustakaan SDN 011 Samarinda Ulu berusaha meningkatkan pelayanan yang dapat menarik minat baca seluruh murid SDN 011 yang diharapkan dapat mau menggunakan pelayanan jasa yang sudah disediakan. Jika pelayanan yang diberikan oleh perpustakaan

dapat menarik minat baca anak-anak, maka ilmu pengetahuan akan lebih banyak menyerap di dalam pikiran mereka dan anak-anak tersebut dapat lebih meningkatkan lagi wawasan berpikirnya.

Namun demikian, tidak mudah bagi perpustakaan untuk benar-benar mampu memberikan kepuasan kepada pengunjung-pengunjung, terutama dalam hal menyusun dan menerapkan program-program yang mengarah pada kepuasan pelanggan. Banyak faktor yang menyebabkannya, mulai dari lemahnya pemahaman atas konsep kepuasan pelanggan itu sendiri, menyamakan persepsi seluruh karyawan yang perilaku dan kemampuannya sangat beragam terhadap kepuasan pengunjung, sampai penerapannya terhadap tuntutan-tuntutan riil pengunjung. Ditambah lagi terjadinya perbedaan pandangan tentang pelayanan yang dipersepsikan oleh pengunjung dengan pelayanan yang dipersepsikan oleh perpustakaan.

Berkaitan dengan hal tersebut di atas, maka di dalam penelitian ini penulis mencoba mengangkat masalah tentang “Analisis Tingkat Pelayanan pada Pengunjung Perpustakaan SDN 011 di Samarinda Ulu.”

## **B. Rumusan Masalah**

Memperhatikan uraian pada latar belakang, maka yang menjadi permasalahan dan arah pembahasan dalam penulisan ini adalah :

***“Apakah Pelayanan yang Diberikan oleh Karyawan Perpustakaan SDN 011 telah Memuaskan Pengunjung?”***

### **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Adapun tujuan kegunaan penelitian yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelayanan yang diberikan oleh karyawan perpustakaan kepada pengunjung
2. Untuk mengetahui indikator-indikator mana yang mempengaruhi minat pengunjung menggunakan Perpustakaan SDN 011

### **D. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai bahan informasi dan pertimbangan dalam menentukan keputusan untuk peningkatan pelayanan Perpustakaan SDN 011 di samarinda Ulu
2. Sebagai dasar untuk mengembangkan kualitas pelayanan Perpustakaan di SDN 011 di Samarinda Ulu di masa yang akan datang

### **E. Sistematika Penulisan**

Dalam penulisan skripsi ini sistematika terdiri dari enam bab yang menjelaskan secara singkat tentang keseluruhan isi skripsi ini, dengan memperhatikan hubungan yang erat antara satu bab dengan bab yang lainnya. Masing-masing bab terdiri atas beberapa bab yang disusun sebagai berikut :

**BAB SATU** : Pendahuluan yang terdiri dari sub bab Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, serta Sistematika Penulis

- BAB DUA** : Landasan Teori yang terdiri dari beberapa sub bab yaitu Pengertian Pemasaran, Konsep Manajemen Pemasaran, Pengertian Jasa, Macam-macam Jasa, Cara mengelola Kualitas Jasa, Pengunjung Sebagai Sarana Jasa Perpustakaan, Hipotesis dan Definisi Konseptual
- BAB TIGA** : Metode Penelitian yang terdiri dari Definisi Operasional, Rincian Data Yang Diperlukan, Jangkauan Penelitian, Teknik Pengumpulan Data dan bagian akhir adalah Analisa dan Penguji Hipotesis
- BAB EMPAT** : Hasil Penelitian yang terdiri dari Gambaran Umum Perpustakaan, Struktur Organisasi perpustakaan, Pelayanan terhadap Pengunjung
- BAB LIMA** : Bab Analisis dan Pembahasan yang terdiri dari Analisis dan Pembahasan
- BAB ENAM** : Bab ini terdiri Kesimpulan dan Saran
- REFERENSI** : Ini merupakan daftar literatur yang dipergunakan sebagai teori dan landasan untuk penulisan skripsi ini

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Manajemen Pemasaran**

##### **1. Pengertian Pemasaran**

Masalah pemasaran senantiasa merupakan masalah yang sangat penting dan meenarik, tidak saja bagi mereka yang berkecimpung di dalam dunia usaha, tetapi bagi siapapun dari kelas sosial teratas sampai ke masyarakat kelas sosial bawah. Karena dimanapun kita berada akan berhadapan dengan istilah pemasaran baik itu dalam pengertian yang sederhana atau dalam pengertian yang seluas-luasnya.

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai pemasaran, berikut ini akan dikemukakan beberapa pengertian pemasaran.

Menurut Winardi dalam buku-bukunya Azas-azas Marketing (2001 : 4), mengemukakan bahwa :

“Pemasaran (marketing) terdiri dari tindakan-tindakan yang menyebabkan berpindahnya hak milik atas benda-benda dan jasa-jasa yang menimbulkan distribusi mereka.”

Menurut Sofyan Assauri, Manajemen Pemasaran Dasar (2000 : 6), menekankan bahwa :

Proses pemasaran meliputi baik kegiatan fisik maupun mental. Fisik dalam arti bahwa benda-benda harus dipindahkan ke tempat-tempat dimana mereka dibutuhkan melalui proses pertukaran.

Pemasaran menurut Philip Kotler yang diterjemahkan oleh LPFE UI, manajemen Pemasaran Analisa, (2000 : 6),

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk-produk yang bernilai.

Definisi yang dikemukakan oleh Philip Kotler, Marketing Manajemen, (2001 : 13) adalah sebagai berikut :

Marketing inspeksi human activities directed at facilitating and consummating exchanges.

Pemasaran diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dengan cara mengadakan pertukaran, atau dengan kata lain kegiatan yang sama-sama mencari kepuasan, sedang penjual berusaha mendapat keuntungan.

Selanjutnya menurut William J. Shultz, Outlines of Marketing memberikan definisi pemasaran yang dikutip oleh H. Buchari Alma, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, (2000 : 2)

“Marketing or distribution is the performance of business activities that direct the flow of good and services from producers to consumers or users.”

Pemasaran atau distribusi adalah usaha atau kegiatan yang menyalurkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen

Menurut pendapat William J. Stanton, Fundamental Of Marketing (2000 : 3) memberikan definisi yang diterjemahkan oleh Winardi sebagai berikut:

Pemasaran (marketing) adalah suatu sistem keseluruhan dari aktivitas-aktivitas bisnis yang di desain untuk merencanakan, menetapkan, serta mendistribusikan produk-produk serta jasa-jasa yang memuaskan kebutuhan kepada pelanggan yang ada dan pelanggan potensial.

Sedangkan Basu Swastha DH dan Irawan, Manajemem Pemasaran Modern (2000 : 6) memberikan definisi pemasaran sebagai berikut:

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial.

Definisi ini lebih manajerial yang berorientasi kepada pasar atau kepada pelanggan yang harus diketahui dan dipuaskan dengan cara yang efektif. Definisi tersebut menganggap pemasaran adalah suatu proses perdagangan yang dinamis, suatu proses yang integral total dan bukan suatu pemilihan badan-badan yang terpecah antara fungsi-fungsi dan produk-produk.

Menurut Stewart H. Revolt dkk, Perencanaan dan Strategi Pemasaran, (2000 : 1) dalam bukunya yang diterjemahkan oleh Hamsy Ali memberikan definisi pmasaran sebagai berikut :

Pemasaran adalah proses dalam masyarakat dengan struktur permintaan akan barang ekonomis dan jasa-jasa diantisipasi, dipenuhi melalui konsepsi, promosi, pertukaran dan distribusi

Berikut ini adalah definisi-definisi pemasaran, pasar dan distribusi oleh Soehardi Sigit sebagai berikut:

**a) Pemasaran (Marketing)**

Yang dimaksud dengan marketing adalah semua kegiatan-kegiatan usaha yang diperlukan untuk mengakibatkan terjadinya pemindahan kepemilikan barang dan jasa untuk menyelenggarakan distribusi fisiknya dari produsen awal sampai ke tangan konsumen akhir.

Menurut Soehardi Sigit, Pemasaran Praktis, (2000 : 7) sasaran dari marketing adalah arus pemindahan baik fisik maupun kepemilikan (ownership) dari pada barang atau jasa sejak dari produsen sampai kepada konsumen terakhir.

**b) Pasar (Market)**

Menurut Soehardi Sigit, (2001 : 3) yang dimaksud dengan pasar (Market) adalah suatu daerah yang di dalamnya bertemu kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran untuk membentuk suatu harga.

Pengertian daerah (area) dapat dipandang sebagai daerah geografis (sebagai suatu territory) atau dipandang lebih kurang sebagai kumpulan orang-orang yang diorganisasikan membuka terjadinya permintaan dan penawaran yang menciptakan harga. Di dalam kata sehari-hari yang dimaksud dengan pasar adalah pengertian yang pertama, sedangkan di dalam pelajaran ekonomi

biasanya dititik beratkan pada pengertian kedua, yang pertama disebut pasar dalam arti konkrit, sedangkan yang kedua adalah arti abstrak.

**c) Distribusi (Distribution)**

Menurut Soehardi Sigit, (2001 : 21) yang dimaksud dengan distribution dalam arti bisnis adalah suatu fungsi dari pada marketing yang bertalian dengan penjual dan pembeli dalam arti luas distribusi sering dianggap sinonim dengan marketing.

Dari berbagai definisi pemasaran yang dikemukakan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa pemasaran adalah suatu usaha untuk menyalurkan atau memindahkan barang / jasa dari produsen ke konsumen secara efisien dan bertujuan untuk memuaskan kebutuhan / keinginan konsumen dan mencari laba keuntungan.

**2. Pengertian Manajemen Pemasaran**

Untuk lebih mengenal faedah-faedah konsep pemasaran maka pemasaran yang bergerak di dalam dunia usaha menetapkan falsafah konsep manajemen pemasaran kedalam prakteknya.

Menurut Willian J. Stanton dan Y. Lamarto, Prinsip Pemasaran (2001 : 17) falsafah konsep manajemen pemasaran sebagai berikut:

- a) Segala aktivitas marketing harus dikoordinir dan diorganisir lebih baik
- b) Pimpinan atau pelaksanaan marketing harus diberi peran yang lebih besar dalam perencanaan dan rumusan kebijaksanaan perusahaan secara keseluruhan

Philip Kotler, Manajemen Pemasaran Analisa, (2001 : 18),  
menegemukakan definisi manajemen pemasaran sebagai berikut :

Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dalam pelaksanaan konsepsi, penentuan harga, promosi dan distribusi ide-ide, barang-barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individu dan golongan.

### **3. Konsep Manajemen Pemasaran**

Pentingnya peranan marketing dalam mencapai kesuksesan dari perusahaan, maka timbul cara berpikir baru dalam dunia usaha yang disebut dengan istilah “Konsep pemasaran”

Menurut pendapat W. J. Stanton dan Buskir, yang diterjemahkan oleh Yohanes Lamarto, Prinsip Pemasaran (2001 : 16) ada tiga hal yang mendasari konsep pemasaran yaitu:

- a) Perusahaan yang bersangkutan haruslah customer oriented dalam segala aspek manajemen dan operasinya.
- b) Manajemen haruslah berusaha membuat produk yang menguntungkan perdagangan
- c) Segala kegiatan marketing haruslah diintegrasikan dan dikoordinasikan secara organisasional

Sejalan dengan konsep pemasaran itu sendiri biasanya seseorang tenaga penjual dilatih untuk melacak masalah yang dihadapi oleh para langganan, memperkenalkan perusahaannya kepada masyarakat pada umumnya.

Basu Swastha DH dan Irawan, Manajemen Pemasaran Modern, (2000 : 10), sebagai falsafah bisnis, konsep pemasaran tersebut disusun dengan memasukkan tiga elemen pokok, yaitu:

- a) Oriental konsumen / pasar / pembeli
- b) Volume penjual yang menguntungkan
- c) Koordinasi dan integrasi seluruh kegiatan pemasaran dalam perusahaan

Konsep pemasaran mempunyai konsekuensi yang menyangkut seluruh kegiatan pemasaran yang meliputi produksi, keuntungan dan pemasaran selalu diarahkan pada usaha untuk mengetahui keinginan pembeli, kemudian berusaha untuk memenuhinya serta menggunakan laba yang layak dalam jangka waktu yang panjang.

Keberhasilan perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada konsumen akan tercermin di dalam peningkatan hasil penjualan dan laba yang diperoleh selama periode tertentu dalam operasi perusahaan.

#### **4. Konsumen Sebagai Sasaran Pasar**

Kegiatan pemasaran hendaknya diarahkan kepada sasaran yang dituju, sehingga dapat berhasil untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Penentuan sasaran pasar ini penting, karena suatu perusahaan yang memutuskan untuk beroperasi dalam beberapa pasar, pada kenyataannya perusahaan tersebut tidak dapat melayani pasar atau langganan secara merata dan keseluruhan.

Menurut William J. Stanton, (2001 : 92), untuk memasuki suatu pasar, langkah-langkah yang ditempuh oleh suatu perusahaan adalah:

- a) Harus menetapkan atribut-atribut mana yang dianggap penting'
- b) Harus menetapkan luas dan nilai dari berbagai macam segmen pasar tersebut
- c) Harus menetapkan bagaimana merek-merek yang ada itu berada di pasar

- d) Harus mencari kesempatan pada segmen pasar yang belum terlayani atau belum dilayani merek yang sudah ada.
- e) Harus menetapkan hubungan antara segmen-segmen yang akan dilayani, apakah terdapat kesukaan yang sama atau tidak

Alternatif strategi yang dapat ditempuh oleh perusahaan dalam memilih sasaran yang dituju dalam menghadapi heterogenitas pasar, menurut Philip Kotler, Marketing, (2001 : 340) adalah:

- a) **Undifferentiated Marketing**  
Perusahaan berusaha meninjau pasar secara keseluruhan, memusatkan pada kesamaan-kesamaan dalam kebutuhan yang berbeda-beda pula.
- b) **Distribusi Marketing**  
Perusahaan mencoba untuk mengidentifikasi kelompok-kelompok tertentu atau segmen pasar dengan membagi pasar menjadi dua kelompok atau lebih. Hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan jumlah penjualan serta mendapatkan kedudukan yang kuat pada setiap segmennya.
- c) **Concentrated Marketing**  
Perusahaan hanya memusatkan usaha pemasarannya pada suatu atau beberapa kelompok pembeli saja. Hal ini disebabkan oleh terbatasnya sumber-sumber, oleh karena itu perusahaan dapat mengembangkan produk yang lebih ideal bagi kelompok tersebut.

Dalam melakukan penentuan sasaran pasar oleh perusahaan harus mempertimbangkan dan menilai berbagai segmen pasar, sehingga perusahaan dapat memperkirakan besarnya penjualan.

Selanjutnya perusahaan harus dapat menganalisa tentang kesempatan yang dapat diperoleh perusahaan dalam melayani segmen pasar tersebut. Pada kesempatan terakhir perusahaan harus mengkaji hal kemungkinan berhasilnya perusahaan menguasai dan mencapai sasaran dan segmen pasar tersebut.

## 5. Pengertian Jasa

Literatur-literatur yang membahas masalah usaha jasa secara menyeluruh dapat dikatakan sangat terbatas, sehingga belum ada keseragaman mengenai jasa. Berikut ini beberapa pendapat mengenai pengertian jasa.

Menurut Basu Swastha DH dan Irawan, Manajemen Pemasaran Modern, (2000 : 319) :

Tidak ada definisi secara luas tentang jasa yang digunakan oleh para pemasar, kenyatannya memang sangat sulit diketahui tentang batas-batas yang jelas antara organisasi atau unit usaha yang menjadi bagian dari penyalur barang dagangan organisasi menawarkan jasa.

Lebih lanjut Basu Swastha (2000 : 319) mengemukakan bahwa :

Jasa yang dimaksud disini adalah jasa yang dibeli dan dijual di pasar yang disebut dengan jasa pertukaran (exchange service). Jasa pertukaran adalah barang yang tidak kentara (intangibile product) yang dibeli dan dijual dipasar melalui suatu transaksi yang saling memuaskan.

Sedangkan Winardi, Manajemen Pemasaran (2001 : 27), menyatakan bahwa yang dimaksud dengan jasa yaitu aktivitas keuntungan atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual.

Dari definisi yang telah diungkapkan di atas merupakan definisi yang saling melengkapi dan menggambarkan bahwa jasa dapat dibeli, dipertukarkan dan dinilai dengan barang dan jasa lain.

Di dalam transaksi pembelian jasa ini, pembeli memperoleh sesuatu yang nyata untuk menunjukkan jasa tersebut, pembeli jasa

berarti membeli tiket, karcis, atau kartu yaitu berupa kartu anggota koperasi atau anggota perpustakaan. Akan tetapi sebagai bukti bahwa kepada pembeli akan diberikan pelayanan dan fasilitas sesuai dengan jasa apa yang dibeli, misalnya : Jasa perpustakaan, jasa pendidikan, hotel, wartel, bis dan lain-lain. Ini semua sebagai bukti yang dapat digunakan seseorang untuk menggunakan jasa apa yang telah dibeli.

#### 6. Macam-macam Jasa

Mengeani macam-macam jasa, Suprpto, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan, (2000 : 11), mengelompokkan menjadi dua, yaitu:

- a) Jasa untuk konsumen sebagai jasa yang dimanfaatkan oleh rumah tangga dan pribadi sesuai dengan kemampuan rumah tangga
- b) Jasa untuk produsen sebagai jasa oleh organisasi, industri dan lembaga

Selanjutnya menurut Basu Swasta DH (2000 : 319), digolongkan menjadi dua kelompok yaitu:

- a) Jasa Industri (industri service) jasa ini disediakan untuk organisasi dalam lingkungan yang luas, termasuk pengolahan, pertambangan, pertanian, non laba dan pemerintahan
- b) Jasa konsumen (consumer service) jasa ini banyak digunakan secara luas dalam masyarakat. Jasa seperti halnya dengan barang, jasa ini dibagi menjadi 3 golongan, yaitu:
  - 1) Jasa konvenin, yaitu jasa konsumsi yang pembeliannya sering dan masyarakat membelinya dengan melakukan usaha yang minimal
  - 2) Jasa shopping, yaitu jasa yang konsumsi yang dipilih / dibeli oleh masyarakat sesudah mengadakan perbandingan kualitas, harga dan reparasi
  - 3) Jasa special, yaitu jasa konsumsi dimana dalam pembeliannya pembeli harus melakukan usaha

pembelian khusus dengan cara tertentu atau dengan pembayaran yang lebih besar

Sebenarnya penggolongan jasa konsumsi seperti tersebut di atas sifatnya relatif, karena dipengaruhi oleh pandangan si pembeli

## 7. Karakteristik Jasa

Jasa atau pelayanan adalah merupakan kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, serta konsumen lebih dapat berpartisipasi aktif dalam mengkonsumsi jasa tersebut. Kondisi dan cepat lambatnya pertumbuhan jasa sangat tergantung pada penilaian konsumen terhadap kinerja yang ditawarkan produsen

Menurut Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, (2001 : 84), karakteristik jasa diuraikan sebagai berikut:

- a) Tidak berwujud (intangible) , yaitu suatu jasa yang sifatnya tidak berwujud, tidak dapat dirasakan dan dinikmati sebelum dibeli oleh konsumen.
- b) Tidak dapat dipisahkan (inseparability), yaitu jasa yang diproduksi atau dihasilkan dan dirasakan pada waktu bersamaan dan apabila dikehendaki oleh seseorang untuk diserahkan kepada pihak lainnya, maka dia akan tetap menjadi bagian dari jasa tersebut.
- c) Bervariasi (variability), yaitu jasa senantiasa mengalami perubahan, tergantung dari mana penyediaan jasa dan kondisi jasa dimana jasa itu diberikan
- d) Tidak tahan lama (perishability), yaitu daya tahan suatu jasa situasi jasa yang diciptakan oleh berbagai faktor.

## 8. Cara mengelola kualitas jasa

Suatu cara perusahaan jasa untuk tetap unggul bersaing adalah memberikan jasa dengan kualitas yang lebih dari persaingan yang konsisten.

Menurut Philip Kotler (2001 :460), ada lima determinan kualitas jasa yang dapat dirincikan sebagai berikut:

- a) Kehandalan yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya
- b) Respon, yaitu kemampuan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat dan ketanggapan
- c) Keyakinan, yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan
- d) Empati, yaitu syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi konsumen
- e) Berwujud, yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, personal, dan media komunikasi

Pemasaran yang didasarkan pada hubungan dengan konsumen merupakan kunci mempertahankan konsumen dan mencakup pemberian keuntungan financial serta sosial disamping ikatan struktural dengan konsumen.

#### **9. Saluran distribusi**

Dalam usaha untuk mencapai tujuan sasaran di bidang pemasaran, setiap perusahaan melakukan kegiatan penyaluran. Penyaluran merupakan kegiatan menyampaikan produk atau jasa dari produsen ke konsumen pada waktu yang tepat dan pasar adalah tujuan akhir dari kegiatan distribusi, yaitu mengadakan penggolongan produk dan mendistribusikan kepada konsumen.

Ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan di dalam pemilihan saluran distribusi kepada konsumen, menurut Sofyan Assauri, (2000 : 218), yaitu:

- a) Jenis dan sifat produk
- b) Sifat konsumen potensial

- c) Sifat persaingan yang ada
- d) Saluran (channel) itu sendiri

Pedoman-pedoman yang erat kaitannya dengan saluran distribusi adalah menyangkut sifat barang atau jasa, sifat penyebrangannya, alternatif biaya, modal yang tersedia dan tingkat keuntungan serta jumlah pembeli

#### **10. Pengertian dan bentuk-bentuk pelayanan**

Literatur yang membahas tentang masalah bentuk-bentuk pelayanan dapat dikatakan masih kurang dan terbatas, namun demikian untuk memberikan gambaran mengenai pelayanan sebagai berikut.

H.A.S Moenir (2000 : 18), juga menjelaskan tentang bentuk-bentuk pelayanan sebagai berikut:

- a) Pelayanan dengan lisan berupa petunjuk, informasi yang ditujukan pada orang-orang yang berkepentingan
- b) Pelayanan melalui tulisan bertujuan untuk menghindari orang-orang yang banyak bertanya dan menghemat waktu bagi pihak penyelenggaraan pelayanan
- c) Pelayanan dengan perbuatan, dalam kenyataan sehari-hari jenis pelayanan ini tidak terhindar dari layanan lisan dan sering tergabung

Sikap yang mendasari tingkah laku seseorang akan memberi warna terhadap pelayanan yang diberikan, sehingga pihak-pihak yang menerima pelayanan akan merasa puas dan mempunyai kesan baik terhadap perusahaan dan para pelaku pelayanan itu sendiri.

## **B. Perpustakaan**

### **1. Definisi Perpustakaan**

Perpustakaan berasal dari kata dasar pustaka, berarti buku, istilah turunan lain seperti bahan pustaka, pustakawan, kepustakawanan dan ilmu perpustakaan. Pustaka telah dikenal manusia sejak tahun 5000 sebelum Masehi. Bahan-bahan tersebut disimpan, diolah dan disebarluaskan melalui sebuah pranata yang dibentuk khusus untuk keperluan itu yang disebut perpustakaan.

Definisi perpustakaan buku secara umum menurut Kamus dan Ensiklopedi yaitu :

Sekumpulan bahan yang terbuat dari kertas atau bahan lain berisi halaman tertulis. Semua lembaran dijadikan satu sehingga dapat dibuka satu persatu.

Menurut UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) sebuah badan bawahan PBB adalah sebagai berikut:

Buku harus memiliki halaman sekurang-kurangnya 48 halaman, tidak termasuk halaman kulit maupun halaman judul

Adapun definisi buku dalam arti sempit adalah kumpulan kertas atau bahan sejenis berisi tulisan atau cetakan, dijilid menjadi satu sehingga mudah dibuka disetiap bagian, berjumlah sedikit-dikitnya 48 halaman tidak termasuk sampul. Dan definisi buku dalam arti luas adalah buku mencakup pula kertas atau bahan lain yang berisi hasil tulisan atau cetakan, jumlahnya tidak terbatas pada 48 halaman. Jika demikian buku mencakup surat kabar, majalah, laporan, skripsi,

pamphlet, prosiding, manuskrip atau naskah, lembaran musik, peta, atlas, berbagai jenis audiovisual (pandang dengar) seperti kaset, piringan hitam, kaset video, berbagai bentuk mikro seperti microfilm, globe atau bola dunia, juga tulisan atau huruf yang disimpan pada media elektronik seperti disket dan sejenisnya

Definisi perpustakaan ditinjau dari dua sisi, yaitu perpustakaan sebagai suatu ilmu dan perpustakaan sebagai suatu institusi. Perpustakaan sebagai suatu ilmu yang dapat mempelajari rekaman informasi, cara memperoleh, mencatat, menyimpan dan menemukannya kembali untuk didayagunakan. Perpustakaan sebagai suatu institusi dapat didefinisikan sebagai kumpulan bahan tercetak dan non tercetak yang disusun secara sistematis untuk kepentingan pemakai (IFLA)

Menurut UU No. 43 tahun 2007, pengertian perpustakaan adalah sebagai berikut:

“Institusi pengelola koleksi karya tulis, karya cetak dan atau karya rekam secara profesional dengan sistem yang baku guna memenuhi kebutuhan pendidikan, penelitian, informasi dan rekreasi para pemustaka.”

Secara umum Pemerintah mengelompokkan perpustakaan menjadi 5 (lima) jenis, yaitu :

- a. Perpustakaan Nasional
- b. Perpustakaan Umum
- c. Perpustakaan Sekolah

d. Perpustakaan Perguruan Tinggi

e. Perpustakaan Khusus/Instansi

Dalam hal ini penulis mengkhususkan tentang perpustakaan sekolah sesuai dengan penelitian skripsi yang ingin ditelitinya. Pengertian perpustakaan sekolah adalah unit kerja yang memiliki sumberdaya manusia, ruang khusus dan koleksi bahan pustaka sekurang-kurangnya 1000 judul terdiri dari berbagai disiplin ilmu yang sesuai dengan jenis perpustakaan yang bersangkutan. Definisi lain dari perpustakaan sekolah adalah bagian integral dari sekolah yang bersangkutan, dan merupakan sumber belajar untuk mendukung tercapainya tujuan pendidikan sekolah yang bersangkutan.

## **2. Tujuan dan Fungsi Perpustakaan**

Tujuan dan fungsi perpustakaan adalah membantu masyarakat pengguna memperjelas dan memperluas pengetahuan suatu permasalahan sebagai sumber ilmu pengetahuan, sedangkan fungsi perpustakaan adalah tempat penelitian guna mengembangkan kreatifitas masyarakat dalam hal proses belajar mengajar. Adapun fungsi dan tujuan perpustakaan sekolah adalah sebagai sumber belajar dan bagian integral dari sekolah, bersama-sama dengan sumber belajar lainnya bertujuan mendukung proses kegiatan belajar mengajar demi tercapainya tujuan pendidikan sekolah yang bersangkutan, sedangkan fungsi perpustakaan sekolah adalah sebagai kegiatan belajar mengajar (untuk mendukung proses belajar mengajar, sebagai pusat penelitian

sederhana (perpustakaan menyediakan koleksi bahan pustaka yang bermanfaat untuk melaksanakan penelitian sederhana bagi peserta didik), dan sebagai pusat membaca guna menambah ilmu pengetahuan dan kreasi

Tujuan perpustakaan baru tercapai apabila bahan pustaka yang ada dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh pemakai. Oleh karena itu layanan perpustakaan merupakan pintu gerbang dari wajah perpustakaan

Kata pelayanan mengisyaratkan pentingnya suatu hubungan manusiawi antara pemakai perpustakaan dan petugas perpustakaan. Dengan saling pengertian petugas dapat menggunakan ketrampilan, pengetahuan, dan sarana yang ada untuk memenuhi kebutuhan pemakai dengan semaksimal mungkin. Sikap saling membantu dan menolong pemakai untuk memanfaatkan bahan pustaka turut menentukan keberhasilan perpustakaan mencapai tujuan.

### **3. Objek perpustakaan**

Objek dari perpustakaan adalah seluruh masyarakat umum, baik masyarakat dari lapisan atas maupun masyarakat dari lapisan bawah, dari anak-anak sampai orang dewasa yang ingin menggunakan perpustakaan sebagai fasilitas mereka sebagai sumber ilmu pengetahuan, sedangkan objek perpustakaan sekolah adalah seluruh siswa/siswi yang berada di sekolah tersebut guna membantu siswa/siswi tersebut mengembangkan dan membina minat baca serta

meningkatkan daya imajinasi dan kreasi siswa/siswi yang berada di sekolah tersebut .

### **C. Hipotesis**

Berdasarkan uraian pada latar belakang dan permasalahan yang dikemukakan di atas, maka penulis mengemukakan dugaan sementara sebagai berikut:

***“Pelayanan yang Diberikan oleh Karyawan Perpustakaan SDN 011 telah Memuaskan Pengunjung Perpustakaan.”***

### **D. Definisi Konseptual**

Perpustakaan SDN 011 Samarinda Ulu merupakan suatu lembaga yang bergerak di bidang pelayanan jasa yaitu pelayanan pendidikan. Lembaga ini menyediakan berbagai fasilitas berupa kartu peminjaman, buku daftar pengunjung, buku-buku bacaan seperti buku pelajaran, buku cerita, majalah dan lain-lain, perpustakaan juga menyediakan alat peraga dan fasilitas lainnya sebagai bentuk pelayanan.

Yang dimaksud dengan pelayanan adalah tingkat perasaan seseorang yang merasa puas terhadap apa yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan. Pelayanan yang diberikan lembaga kepada pengunjungnya, merupakan salah satu strategi pemasaran yang dilaksanakan lembaga dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanannya dan kuantitas pengunjungnya.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Definisi Operasional**

Untuk memperjelas arah penulis ini, maka akan diberikan batasan-batasan mengenai indicator sebagai varabel atas komponen-komponen yang akan diteliti penulis. Seperti yang telah ditulis dalam komponen ini yang menjadi masalah yaitu konsep pelayanan dan kepuasan. Pelayanan yang dimaksud adalah pelayanan yang berkaitan dengan Perpustakaan SDN 011 Samarinda di dalam melayani pengunjung.

Indikator-indikator dari pelayanan yang diberikan oleh Perpustakaan SDN 011 Samarinda kepada pengunjung adalah:

1. Pelayanan mengenai keramahan karyawan melayani para konsumennya yang ingin mengirim berita
2. Pelayanan mengenai mutu atau pelayanan yaitu memberikan layanan dalam menunjukkan tempat membaca dengan sopan santun, menerima peminjaman buku dengan cepat dan mengucapkan terimakasih setelah selesai
3. Pelayanan pengunjung mengenai kelengkapan isi perpustakaan
4. Pelayanan mengenai ruangan yang luas dan sejuk

Populasi dari penelitian ini adalah orang-orang yang pernah atau baru mengunjungi Perpustakaan SDN 011 Samarinda, sedangkan sampel diambil 100 orang yang dapat mewakili populasi.

#### **B. Jangkauan Penelitian**

Penelitian dilakukan pada perpustakaan SDN 011 di Samarinda yang beralamatkan di Jalan Kedondong Voorfo Samarinda, dengan fokus utama kepada pengunjung yang datang untuk menggunakan dan menikmati pelayanan yang diberikan.

Data yang perlu digali dari pengunjung adalah persepsi dan citra mereka terhadap pelayanan yang disediakan oleh Perpustakaan SDN 011 Samarinda selama mereka menggunakan jasa tersebut baik yang baru pertama kali menggunakan ataupun yang sudah beberapa kali.

#### **C. Rincian Data Yang Diperlukan**

Adapun data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Gambaran Umum Perpustakaan
2. Struktur Organisasi Perpustakaan
3. Persepsi pengunjung terhadap pelayanan yang diberikan oleh perpustakaan selama bulan Maret Juni 2009
4. Data lain yang menunjang penulisan skripsi ini

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penulisan proposal ini maka penulis melakukan teknik penelitian sebagai berikut:

##### **1. Data Primer, Field Work Research (Penelitian Lapangan)**

Penelitian yang dilakukan dengan langsung dan mengamati ke objek penelitian untuk mendapatkan data primer. Penelitian ini dilakukan dengan cara:

- a. Observasi, yaitu mengadakan pengamatan terhadap objek
- b. Daftar Quesioner, yaitu mengedarkan daftar pertanyaan kepada mereka yang terkena sampel
- c. Wawancara, mengadakan tanya jawab langsung kepada mereka yang berkaitan dengan skripsi ini

##### **2. Data Skunder, Library Research (Penelitian Kepustakaan)**

Penelitian dilakukan dengan jalan mempelajari literatur-literatur yang berkaitan dengan penelitian ini serta laporan-laporan dari perpustakaan yang terkait untuk mendapatkan data skunder

#### **E. Alat Analisis dan Penguji Hipotesis**

Untuk menganalisis pelayanan yang diberikan oleh Perpustakaan SDN 011 Samarinda yang beberapa faktornya telah ditemukan dalam definisi operasional di atas digunakan “Metode Nilai Faktor Tertimbang” dengan rumus menurut Basu Swasta DH, (2000 : 193) sebagai berikut:

$$V = \sum_{i=1}^N T_{ij} F_{ij}$$

Dimana

$N$  = Angka indek pelayanan konsumen

$n$  = Jumlah sampel yang diteliti 4 variabel

$T$  = Timbangan pada factor  $j$ , dimana  $j = 1, 2, \dots$

$F$  = Pelayanan pada factor  $j$ , dimana  $1 < F_{ij} < 5$

Hasil jawaban tersebut dikalikan dengan faktor tertimbang masing-masing indikator. Angka indeks yang dihasilkan nanti akan berkisar dari 1 (untuk pelayanan yang sangat kurang) sampai dengan 5 (untuk pelayanan yang sangat baik).

Hasil jawaban questioner dikalikan dengan nilai tertimbang pada masing-masing indicator pelayanan yang ada. Sedangkan nilai tertimbang masing-masing indicator telah ditetapkan pimpinan Perpustakaan di Samarinda adalah sebagai berikut :

1. Keramahan karyawan	:	0,35
2. Mutu Pelayanan	:	0,20
3. Tempat penitipan barang yang aman	:	0,30
4. Ruang yang nyaman	:	0,15 +
<b>Jumlah</b>		<b>1,00 atau 100 %</b>

Dengan skala lima (5) tingkat, menurut Likert, untuk kinerja perusahaan diberikan lima penilaian, menurut J. Suprpto, Pengukuran Tingkat Kepuasan pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar, (2000 : 242):

- a. Jawaban sangat baik diberi bobot 5 berarti sangat puas
- b. Jawaban baik diberi bobot 4 berarti puas
- c. Jawaban cukup baik diberi bobot 3 berarti cukup puas
- d. Jawaban kurang baik diberi bobot 2 berarti kurang puas
- e. Jawaban tidak baik diberi bobot 1 berarti tidak puas

Untuk menguji hipotesis yang telah penulis kemukakan di atas, maka :

- a. Apabila  $N > 3$ , maka hipotesis diterima
- b. Apabila  $N < 3$ , maka hipotesis ditolak

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Perpustakaan**

Perpustakaan SDN 011 adalah suatu unit kerja yang memiliki sumber daya manusia, ruang khusus, dan koleksi bahan pustaka sekurang-kurangnya 1000 judul yang terdiri dari berbagai disiplin ilmu yang sesuai dengan jenis perpustakaan sekolah dan perpustakaan SDN 011 adalah perpustakaan yang berada pada lembaga pendidikan sekolah, yang merupakan bagian integral dari sekolah yang bersangkutan, dan merupakan sumber belajar untuk mendukung tercapainya tujuan pendidikan sekolah yang bersangkutan. Perpustakaan SDN 011 dikelola oleh struktur sekolah yaitu kepala sekolah dan seluruh staff dewan guru. Perpustakaan SDN 011 pertama kali berdiri di Samarinda pada tanggal 24 Januari 1984 yang diresmikan Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Kalimantan Timur, yang diwakili oleh Bapak Drs. H. Anang Hasyim.

Perpustakaan SDN 011 Samarinda memiliki beberapa fasilitas diantaranya :

1. Buku pelajaran pokok yang digunakan dalam kegiatan belajar mengajar yang diterbitkan oleh pemerintah, isinya sesuai dengan kurikulum
2. Buku pelajaran pelengkap buku yang sifatnya membantu pelajaran pokok
3. Buku bacaan, seperti bacaan nonfiksi, fiksi ilmiah dan fiksi

4. Buku sumebr / referensi / rujukan untuk memperoleh pengetahuan tambahan tentang suatu bidang ilme atau keterampilan
5. Terbitan berkala, seperti terbitan secara terus-menerus dengan jangka waktu tertentu seperti surat kabar, majalah dan bulletin
6. Pamflet atau brosur memuat keterangan tentang keadaan atau lembaga yang menerbitkannya
7. Film dan kaset, seperti VCD dan DVD
8. Kliping

Pengunjung yang menggunakan jasa pelayanan ini terdiri dari dewan guru dan seluruh murid SDN 011 dan setiap harinya pengunjung mempergunakan jasa dengan berbagai tujuan dan kepentingan. Dan hal ini juga mempercepat arus informasi dan ilmu pengetahuan.

Adapun visi dan misi dari perpustakaan SDN 011 adalah sebagai berikut :

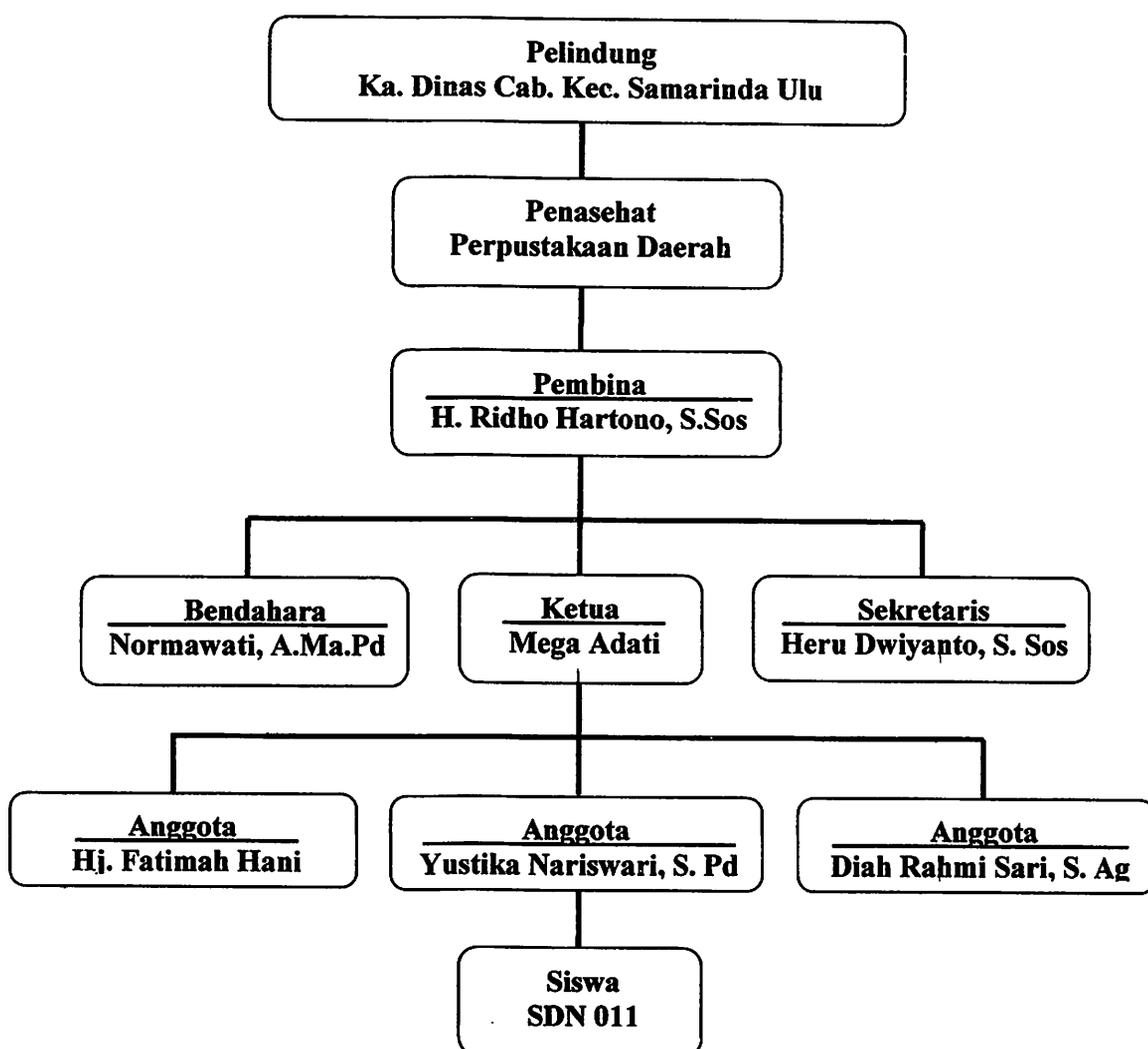
Visi : Membentuk warga negara unggul sejak dini, cerdas, berprestasi, bertaqwa dan cinta ilmu pengetahuan

Misi : Mendorong dan menumbuhkan minat baca serta meningkatkan wawasan tentang ilmu pengetahuan terhadap anak didik

## **B. Struktur Organisasi**

Di dalam setiap unit kerja mutlak diperlukan struktur organisasi, karena dengan struktur organisasi akan dapat diketahui tentang pembagian tugas dan wewenang serta tanggung jawab dari keseluruhan karyawan

Dengan adanya struktur organisasi dari suatu unit kerja dapat dijadikan suatu program dalam melaksanakan suatu tugas. Dengan demikian dapat terhindar terjadinya tumpang tindih dalam pelaksanaan pekerjaan, akan memperjelas tugas-tugas, wewenang dan tanggung jawab serta jenjang hubungan masing-masing bagian. Adapun struktur organisasi Perpustakaan SDN 011 Samarinda adalah seperti terlihat pada gambar berikut ini :



Sumber: Perpustakaan SDN 011 Samarinda

Adapun uraian tugas masing-masing bagian yang terdapat pada struktur organisasi di atas adalah sebagai berikut :

1. Pelindung

- a. Bertugas melindungi, apabila ada masalah yang berkaitan dengan perpustakaan, baik secara internal maupun eksternal
- b. Sebagai advokasi dalam membela kebijakan-kebijakan perpustakaan yang dianggap baik dan sudah diputuskan bersama
- c. Pelindung juga dibantu oleh Penasehat dan Pembina perpustakaan dalam memberikan saran dan kritik, guna suksesnya upaya mencerdaskan anak bangsa melalui perpustakaan

2. Kepala Sekolah

- a. Menetapkan kebijakan perpustakaan
- b. Manandatangani surat-surat yang berkaitan dengan kebijakan perpustakaan dan bertanggungjawab terhadap segala keputusan yang di ambil
- c. Mambawahi semua bagian yang ada dalam perpustakaan dan menentukan tujuan dan kebijakan perpustakaan
- d. Meminta pertanggungjawaban dari semua yang diberi wewenang

3. Sekretaris

- a. Merealisasikan kebijaksanaan perpustakaan yang ditetapkan Kepala Sekolah
- b. Bertanggung jawab atas semua kegiatan Kepala Sekolah
- c. Melaporkan semua kegiatan perpustakaan kepada Kepala Sekolah

- d. Mengadakan pengawasan operasional sehari-hari
4. Bendahara
- a. Membuat laporan buku kas
  - b. Laporan pembuatan kartu anggota
  - c. Laporan pengeluaran dan pemasukan kas perpustakaan
5. Kepala perpustakaan
- a. Membersihkan ruangan perpustakaan setiap hari dan bagian lain yang ada di dalam perpustakaan
  - b. Menyiapkan keperluan pengunjung seperti kartu anggota perpustakaan, buku tamu, pulpen dan lain sebagainya
  - c. Mencatat semua peminjaman dan pengembalian buku setiap harinya
  - d. Membuat katalog, referensi dan lain sebagainya yang berkaitan dengan kegiatan perpustakaan guna membantu proses tercapainya tujuan pendidikan sekolah
  - e. Kepala Perpustakaan di dalam menjalankan tugasnya dibantu oleh 3 (tiga) anggotanya, untuk membantu menangani keanggotaan seluruh siswa SDN 011

### **C. Pelayanan terhadap Pengunjung**

Berdasarkan hasil questioner oleh responden yang menggunakan jasa perpustakaan ini sebanyak 100 orang yang diperoleh jawaban setiap indikator pelayanan seperti dalam table berikut ini :

**Tabel 1 : Jawaban Hasil Quesioner Pelayanan pada Perpustakaan SDN 011  
Bulan Juni 2009**

Indikator Pelayanan	Jumlah Jawaban					Jumlah
	(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	
Keramahan Karyawan	35	45	14	3	3	100
Mutu Pelayanan	30	25	30	5	5	100
Tempat penitipan barang yang aman	30	40	20	5	5	100
Ruang tunggu yang nyaman	31	29	30	7	3	100

Sumber : Hasil penelitian Pada Perpustakaan SDN 011 Samarinda

Adapun penjelasan dari table di atas sebagai berikut :

1. Indikator pelayanan yang dimaksudkan adalah varabel pelayanan yang menjadi objek penelitian mulai dari poin 1 sampai poin 4 adalah yang diberikan Perpustakaan SDN 011 yang dinyatakan kepada responden untuk ditanggapi yaitu:

a. Keramahan karyawan

Pada indicator ini, karyawan memberikan pelayanan kepada pengunjung dituntut dapat memberikan suatu pelayanan yang terbaik, hal ini tentunya akan mempengaruhi pengunjung di dalam menggunakan jasa

b. Mutu Pelayanan

Pada indicator in, mutu pelayanan yang diberikan ke pengunjung secara langsung berpengaruh terhadap penilaian langsung kepada mutu

pelayanan yang diberikan oleh perpustakaan ini sehingga apakah sudah sesuai dengan apa yang diharapkan atau tidak

c. Tempat Penitipan barang yang aman

Pada indikator ini, tempat penitipan barang yang aman sangat mempengaruhi pengunjung secara langsung, karena pengunjung membutuhkan rasa percaya dalam menitipkan barangnya dalam waktu yang lama untuk membaca buku.

d. Ruangan yang nyaman

Pada indikator ini, ruang tunggu yang sejuk merupakan suatu keinginan dari setiap pengunjung yang datang, seperti ruangan bersih, tempat duduk yang nyaman dan hal lainnya yang dapat meningkatkan daya tarik pengunjung

2. Jumlah jawaban responden yang memberikan tanggapan dinyatakan dalam suatu pernyataan dengan menggunakan skor sebagai berikut ini:

a. Sangat baik	:	5	=	Sangat Puas
b. Baik	:	4	=	Puas
c. Cukup baik	:	3	=	Cukup Puas
d. Kurang Baik	:	2	=	Kurang Puas
e. Tidak Baik	:	1	=	Tidak Puas

3. Angka yang ada dalam kolom a, b, c, d, dan e, menunjukkan jumlah responden yang memberikan jawaban terhadap questioner yang diberikan dalam hal ini mengenai pelayanan yang diberikan Perpustakaan SDN 011 Samarinda

- a. Pada baris pertama responden memberikan jawaban terhadap pertanyaan mengenai keramahan karyawan, yaitu :
- 1) Sangat Baik : 35 orang
  - 2) Baik : 45 orang
  - 3) Cukup Baik : 14 orang
  - 4) Kurang Baik : 3 orang
  - 5) Tidak Baik : 3 orang
- b. Pada baris kedua responden memberikan jawaban terhadap pertanyaan mengenai mutu pelayanan, yaitu:
- 1) Sangat Baik : 30 orang
  - 2) Baik : 25 orang
  - 3) Cukup Baik : 35 orang
  - 4) Kurang Baik : 5 orang
  - 5) Tidak Baik : 5 orang
- c. Pada baris ketiga responden memberikan jawaban terhadap pertanyaan mengenai mutu pelayanan tempat penitipan barang yang aman, yaitu:
- 1) Sangat Baik : 30 orang
  - 2) Baik : 40 orang
  - 3) Cukup Baik : 20 orang
  - 4) Kurang Baik : 5 orang
  - 5) Tidak Baik : 5 orang

d. Pada baris keempat responden memberikan jawaban terhadap pertanyaan mengenai mutu pelayanan ruang yang nyaman, yaitu:

- 1) Sangat Baik : 31 orang
- 2) Baik : 29 orang
- 3) Cukup Baik : 31 orang
- 4) Kurang Baik : 7 orang
- 5) Tidak Baik : 3 orang

## BAB V

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### A. Analisis

Dengan bertitik tolak pada dasar teori dan metode analisis yang telah dijelaskan pada bab II dan III, maka terhadap pelaksanaan pelayanan yang diberikan oleh Perpustakaan SDN 011 di Samarinda dapat diukur melalui perhitungan dengan menggunakan rumus : Basu swasta DH, (2000 : 193)

$$N_i = \sum_{j=1}^n T_j F_{ij}$$

Hasil jawaban questioner dikalikan dengan nilai tertimbang pada masing-masing indikator pelayanan yang ada. Sedangkan nilai tertimbang masing-masing indikator telah ditetapkan pimpinan Perpustakaan di Samarinda adalah sebagai berikut :

1. Keramahan karyawan	:	0,35
2. Mutu Pelayanan	:	0,20
3. Tempat penitipan barang yang aman	:	0,30
4. Ruang yang nyaman	:	0,15 +
		<hr/>
Jumlah		1,00 atau 100 %

Sedangkan untuk masing-masing indikator yang ada perhitungan adalah sebagai berikut:

1. Keramahan karyawan

$$5 \times 35 = 175$$

$$4 \times 45 = 180$$

$$3 \times 14 = 42$$

$$2 \times 3 = 6$$

$$1 \times 3 = \underline{3} +$$

$$406$$

$$\text{Nilai bobot rata-rata} = \frac{406}{100} = 4,06$$

$$\text{Nilai faktor pelayanan } 0,35 \times 4,06 = 1,42$$

2. Mutu Pelayanan

$$5 \times 34 = 170$$

$$4 \times 25 = 100$$

$$3 \times 35 = 105$$

$$2 \times 5 = 10$$

$$1 \times 5 = \underline{5} +$$

$$370$$

$$\text{Nilai bobot rata-rata} = \frac{370}{100} = 3,70$$

$$\text{Nilai faktor pelayanan } 0,20 \times 3,70 = 0,74$$

### 3. Tempat penitipan barang yang aman

$$5 \times 30 = 150$$

$$4 \times 40 = 160$$

$$3 \times 20 = 60$$

$$2 \times 5 = 10$$

$$1 \times 5 = \frac{5}{385} +$$

$$\text{Nilai bobot rata-rata} = \frac{385}{100} = 3,85$$

$$\text{Nilai faktor pelayanan } 0,30 \times 3,85 = 1,16$$

### 4. Ruang yang nyaman

$$5 \times 31 = 155$$

$$4 \times 29 = 116$$

$$3 \times 31 = 93$$

$$2 \times 7 = 14$$

$$1 \times 3 = \frac{3}{381} +$$

$$\text{Nilai bobot rata-rata} = \frac{381}{100} = 3,81$$

$$\text{Nilai faktor pelayanan } 0,15 \times 3,81 = 0,57$$

Nilai faktor yang tertimbang adalah sebagai berikut :

1. Keramahan Karyawan	:	1,42
2. Mutu Pelayanan	:	0,74
3. Tempat penitipan barang yang aman	:	1,16
4. Ruang yang nyaman	:	0,57 +
Jumlah		<u>3,89</u>

Untuk memperjelas hasil perhitungan di atas terhadap keempat variabel pelayanan pada perpustakaan SDN 011 di Samarinda, berikut ini disajikan dalam table berikut ini :

**Tabel 2 : Tinjauan Pelaksanaan Pelayanan terhadap Pengunjung  
Selama Bulan Juni 2009**

No	Jenis Pelayanan	Ratio Probabilitas	Nilai Bobot	Nilai Faktor Total
1.	Keramahan karyawan	0,35	4,06	1,42
2.	Mutu pelayanan	0,20	3,70	0,74
3.	Tempat penitipan barang yang aman	0,30	3,85	1,16
4.	Ruang yang nyaman	0,15	3,81	0,57
	Jumlah	1,00		3,89

Sumber : Diolah dari Hasil Penelitian Pada Perpustakaan SDN 011  
Samarinda

## B. Pembahasan

Berdasarkan keempat indikator pelaksanaan pelayanan terhadap pengunjung pada perpustakaan SDN 011 di Samarinda, maka variabel karyawan yang bermasalah dalam memuaskan pengunjung yaitu 0,35 (35 %), kemudian diikuti variabel mutu pelayanan dengan probabilitasnya, 0,20 (20 %), tempat penitipan barang yang aman dengan probabilitas 0,30 (30 %) dan selanjutnya ruang yang nyaman dengan probabilitasnya 0,15 (15 %).

Keempat indikator tersebut merupakan satu kesatuan yang saling berkaitan satu sama lain (bersinergy), karena apabila satu bermasalah maka dapat mengurangi kepuasan pengunjung. Apabila pelayanan semakin baik maka akan meningkatkan daya tarik pemakai jasa perpustakaan SDN 011 yang ingin menikmati dan menggunakan jasa yang diberikan. Oleh karena itu sangat perlu sekali menikmati mutu dan kualitas pelayanan yang ada

Dengan menggunakan alat analisis Nilai Faktor Tertimbang atas dasar keempat faktor pelayanan yang diberikan oleh Perpustakaan SDN 011 Samarinda, maka akan dapat diketahui sampai sejauh mana pelaksanaan pelayanan yang diberikan kepada pengunjung masing-masing indikator maupun pelayanan secara keseluruhan

Guna untuk dapat mengetahui nilai dari masing-masing factor pelayanan kepada pengunjung yang ada, maka diperlukannya kelonggaran di dalam segala keperluan yang cukup mendesak

Sedangkan untuk memberikan nilai kepada keempat faktor pelaksanaan pelayanan pada Perpustakaan SDN 011 dengan menggunakan nilai bobot yaitu : Sangat Baik, baik, Cukup Baik, Kurang Baik dan Tidak Baik.

Diketahui dan dianalisis nilai bobot rata-rata dari ratio probabilitas masing-masing faktor keseluruhan dari pada pelaksanaan Perpustakaan SDN 011 adalah  $N = 3,89$  dengan nilai ini maka pelayanan yang diberikan Perpustakaan SDN 011 Samarinda sudah baik

Dengan demikian untuk pengujian hipotesis yang telah penulis kemukakan terdahulu, yaitu :

1. **Apakah  $N > 3$  maka hipotesis diterima**
2. **Apakah  $N < 3$  maka hipotesis ditolak**

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari hasil perhitungan maka dapatlah diketahui variabel-variabel yang mempengaruhi minat konsumen untuk menggunakan jasa yang diberikan Perpustakaan SDN 011 Samarinda banyak berpengaruh terhadap instansi sekolah ini

Oleh karena itu sekali lagi perlu diperhatikan bahwa tujuan pelayanan yang diberikan oleh pihak sekolah adalah untuk meningkatkan minat baca dan mencerdaskan anak, sehingga dapat diketahui pengaruh pelayanan terhadap peningkatan yang cukup berarti bagi perpustakaan

Berdasarkan dari hasil yang diperoleh dari analisis dan pembahasan di atas, maka hipotesis yang dikemukakan oleh peneliti dalam penelitian ini dapat diterima dan terbukti kebenarannya

## BAB VI

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Berdasarkan pada tabel analisis dan pembahasan yang dilakukan pada Perpustakaan Samarinda, maka hipotesis yang dikemukakan dapat diterima dengan alasan sebagai berikut :

1. Berdasarkan pada jumlah nilai faktor dari keseluruhan pelayanan Perpustakaan SDN 011 Samarinda, yaitu  $N = 3,89$  lebih besar dari 3 atau  $3,89 > 3$ . Ini berarti bahwa pelayanan sebagai suatu strategi pemasaran yang ditempuh Perpustakaan SDN 011 dalam melayani pengunjung sudah cukup memuaskan
2. Namun demikian bila dilihat dari tiap-tiap faktor dapat disimpulkan sebagai berikut :
  - a. Keramahan karyawan = 4,06  
Berarti nilai tersebut puas, artinya pengunjung yang memakai jasa Perpustakaan 011 telah memuaskan pengunjungnya maka hipotesis dapat diterima
  - b. Mutu pelayanan = 3,70  
Berarti nilai tersebut puas, artinya pelayanan yang disediakan oleh Perpustakaan SDN 011 cukup memuaskan pengunjung, maka hipotesis dapat diterima

- c. Tempat penitipan barang yang aman = 3,85

Berarti nilai tersebut puas, artinya tempat penitipan barang yang aman yang disediakan oleh Perpustakaan juga memuaskan pengunjungnya, hipotesis dapat diterima

- d. Ruangan yang nyaman = 3,81

Berarti nilai tersebut puas, artinya ruangan tunggu yang nyaman yang disediakan Perpustakaan SDN 011 telah memuaskan pengunjungnya, hipotesis dapat diterima

Berarti bobot yang terendah adalah 3,70 tentu belum memuaskan para pengunjung, sedangkan bobot yang tertinggi adalah 4,06 sudah memuaskan pengunjung

Nilai skor adalah 3,89 berarti secara keseluruhan sudah memuaskan pengunjung, maka hipotesis dapat diterima dan terbukti kebenarannya.

## **B. Saran-saran**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan serta hasil kesimpulan, selanjutnya penulis akan memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Indikator pelayanan keramahan karyawan merupakan indikator yang tertinggi, sehingga Perpustakaan hendaknya tetap mempertahankan dan terus meningkatkan mutu pelayanan tersebut. Sebaliknya strategi pemasaran jasa dengan pelayanan lebih ditingkatkan lagi di masa yang

akan datang agar lebih memuaskan demi kelangsungan perpustakaan SDN 011.

2. Indikator mutu pelayanan mempunyai nilai yang terendah dibandingkan indikator pelayanan lainnya. Untuk itu pihak sekolah dalam hal ini kepala sekolah SDN 011 harus lebih memperhatikan hal ini dengan mengambil berbagai terobosan yang lebih baik lagi, misalnya dengan menambah ruangan untuk meningkatkan banyaknya pengunjung yang datang atau fasilitas yang menunjang lainnya yang dapat meningkatkan mutu pelayanan Perpustakaan SDN 011.

## REFERENSI

- Adrian Payne, 2000, *The Essence Of Services Marketing – Pemasaran Jasa*, Edisi Pertama, cetakan Pertama, Andi Yogyakarta
- Bafadal, Ibrahim, 2002, *Pengelolaan Sekolah*, Bumi Aksara, Jakarta
- Basu Swasta DH, 2000, *Azas-azas Marketing*, Edisi Ketiga, Cetakan ketiga, Liberty, Yogyakarta
- Basu swasta DH dan Irwan , 2000, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta
- Buchari Alma, 2000, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua Alfabeta, Bandung
- Carty, MC – Jerome, 2000, *Essensial Of Marketing* (Diterjemahkan oleh Albert Simatupang dkk), Dasar-dasar Pemasaran, Erlangga, Jakarta
- Fandy Tjiptono, 2001, *Manajemen Jasa*, Edisi Kedua, Cetakan Kedua, Andi Yogyakarta
- \_\_\_\_\_ , 2001, *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua, Cetakan Kedua, Andi Yogyakarta
- H.A.S Moenir, 2000, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi Pertama, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Husaini Usman, R. Purnomo Setiady Akbar, 2000, *Pengantar Statistika*, Bumi Aksara, Jakarta
- Husein Umar, 2000, *Riset Pemasaran & Perilaku konsumen*, Edisi Pertama, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Freddy Rangkuti, 2001, *Riset Pemasaran*, Cetakan Keempat, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- \_\_\_\_\_ , 2001, *Marketing Management* ( Analysis, Planning and Control), Second Edision, prentice Hall Inc. Englewood Cliffs, New Jersey
- Kotler, Philip, 2001, *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*, Edisi Kedelapan, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta

- Lasa HS, 2003, *Jenis-Jenis Pelayanan Informasi Perpustakaan*, Gajah Mada University Press, Yogyakarta
- Martoatmojo, Karmidi, 2002, *Pelayanan Bahan Pustaka*, Universitas Terbuka, Jakarta
- M. Mursid, 2001, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesatu, Cetakan Kedua, Bumi Aksara, Jakarta
- Revolt, Stewart H. Dkk, 2000, *Perencanaan dan Strategis Pemasaran*, Terjemahan H. Hasyim Ali, Rineka Cipta, Jakarta
- Soehardi Sigit I, 2001, *Pemasaran Praktis*, Edisi Ketiga, Badan Penerbit Fakultas Ekonomi, Yogyakarta
- Sofyan Assauri, 2000, *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategis*, Edisi Satu, Cetakan Ketiga, Rajawali Pers, Jakarta
- Sumardji, P, 2001, *Pelayanan Perpustakaan*, Kanisius, Yogyakarta
- Suprpto, J, 2000, *Metode Riset Aplikasinya Dalam Pemasaran*, BPFE, Yogyakarta
- \_\_\_\_\_, 2002, *Panduan Penyelenggaraan Perpustakaan Umum*, Perpustakaan Nasional, Jakarta
- Parasuman V. A Zeithaml dan L. L Berry, 2001, *A Conceptual Model Of Services Quality and It's Implication of Fenture*, Research Jurnal Of Marketing, Fall
- William J Stanton, 2001, *Fundamental Of Marketing*, diterjemahkan oleh Winardi, Mandar Maju, Bandung

**ANGKET / QUISSIONER**  
**PERPUSTAKAAN SDN 011 SAMARINDA ULU**  
**JUNI 2009**

**Lingkarilah jawaban pertanyaan di bawah ini !**

No	Pertanyaan	Jawaban				
1.	Bagaimana pendapat anda tentang sikap karyawan Perpustakaan SDN 011 di Samarinda Ulu ?	1	2	3	4	5
2.	Bagaimana pendapat anda tentang mutu pelayanan Perpustakaan SDN 011 di Samarinda Ulu ?	1	2	3	4	5
3.	Bagaimana pendapat anda tentang tempat penitipan barang di Perpustakaan SDN 011 di Samarinda Ulu ?	1	2	3	4	5
4.	Bagaimana pendapat anda tentang ruangan Perpustakaan SDN 011 di Samarinda Ulu ?	1	2	3	4	5

**Keterangan :**

- Sangat baik : 5 = Sangat puas  
Baik : 4 = Puas  
Cukup baik : 3 = Cukup puas  
Kurang baik : 2 = Kurang puas  
Tidak baik : 1 = Tidak puas