

Jurnal Administrasi Bisnis

Kajian bagi Akademisi dan Praktisi

Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Keputusan Struktur Modal

Jojob Dwiridotjahjono

Corporate Social Responsibility : Tantangan Dan Konsekuensi

Meilan sugiarto

Motivasi Kerja, Kemampuan Individu, dan Budaya Organisasi serta Implikasinya Terhadap Prestasi Kerja

Human Santosa Utomo & Ida Susi Dewanti

Adaptabilitas Organisasi melalui Perubahan Organisasi

Apriatni EP

Analisis Sikap Mahasiswa terhadap kualitas Pelayanan Perpustakaan

(Studi pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta)

Sigit Haryono & Asih Marini Wulandari

Stock Spilt, Harga, Volume Perdagangan, Volatilitas Harga dan Bid-ask Spread Saham di Bursa Efek Jakarta (BEJ) Periode 2001-2004

Djono Nurhadi

Globalisasi dan Perubahan Pengelolaan Bisnis

Susanta



4

Jurnal Administrasi Bisnis
Kajian Bagi Akademis dan Praktisi

Volume 5, Nomor 1, Juli 2008

DAFTAR ISI

- 1 - 11 **Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Keputusan Struktur Modal**
Jojok Dwiridotjahjono
- 12 - 19 **Corporate Social Responsibility : Tantangan Dan Konsekuensi Bagi Perusahaan**
Meilan Sugiarto
- 20 - 34 **Motivasi Kerja, Kemampuan Individu, dan Budaya Organisasi serta Implikasinya Terhadap Prestasi Kerja (Studi pada Pegawai Non Akademik UPN "Veteran" Yogyakarta)**
Humam Santosa Utomo & Ida Susi Dewanti
- 35 - 44 **Adaptabilitas Organisasi melalui Perubahan Organisasi**
Apriatni EP
- ✓ 45 - 54 **Analisis Sikap Mahasiswa terhadap Kualitas Pelayanan Perpustakaan (Studi pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta)**
Sigit Haryono & Asih Marini Wulandari
- 55 - 70 **Stock Split, Harga, Volume Perdagangan, Volatilitas Harga dan Bid-ask Spread Saham di Bursa Efek Jakarta (BEJ) Periode 2001-2004**
Djono Nurhadi
- 71 - 83 **Globalisasi dan Perubahan Pengelolaan Bisnis**
Susanta

**ANALISIS SIKAP MAHASISWA TERHADAP KUALITAS
PELAYANAN PERPUSTAKAAN
(Studi pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta).**

Sigit Haryono
Asih Marini Wulandari
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis FISIP UPN "Veteran" Yogyakarta
Jl. Babarsari No. 2 Tambakbayan Yogyakarta
Email: seagate@abfisip.upnyk.com

ABSTRACT

This study examines the relationships between firm characteristics and capital structure decisions in food and beverage listed companies in Indonesia Stock Exchange. Sample selection is performed based on purposive sampling. Analysis method used is multiple regression. This study finds that firm characteristics can use explained to capital structure decisions. Based on multiple regression analysis shows that firm characteristics simultaneously have significant effect on debt policy. Managerial ownership, common stockholder, profitability, free cash flow negative effect on capital structure and dividend payout, tax, growth and firmsize positively related to capital structure. The effects of managerial ownership, profitability, free cash flow, dividend payout ratio, growth, and firm size on capital structure supports pecking order theory.

Keywords : firm characteristics, capital structure, pecking order theory.

PENDAHULUAN

Paradigma pemasaran adalah bahwa setiap kegiatan yang dilakukan harus berorientasi pada pemenuhan kepuasan pelanggan. Untuk memuaskan pelanggan ada bermacam cara yang bisa dilakukan, salah satunya adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Apalagi jika organisasi itu adalah organisasi jasa, kualitas pelayanan menjadi salah satu elemen yang wajib diperhatikan oleh para provider jasa.

Ada beberapa alasan tentang pentingnya marketer memperhatikan masalah pelayanan ini, diantaranya adalah tuntutan pelanggan yang semakin tinggi akan sebuah kualitas pelayanan yang prima. Selain itu kualitas pelayanan dapat digunakan sebagai diferensiasi untuk membedakan produk jasa kita dibandingkan produk pesaing. Berdasarkan alasan itulah banyak para pemasar jasa yang memasukkan pelayanan sebagai salah satu dari elemen bauran pemasaran jasa.

Jika kita membicarakan tentang kualitas, sebenarnya adalah kita membicarakan tentang persepsi. Hal ini karena kualitas adalah apa yang dipersepsikan pelanggan terhadap *offering* atau tawaran yang diberikan. Kualitas bukan apa yang dipersepsikan oleh pemasar tetapi apa yang dipersepsikan oleh pelanggan. Sehingga dalam pemasaran berlaku hukum "realitas adalah bukan realitas, namun realitas adalah persepsi." Persepsi yang terbentuk akan sangat penting karena persepsi akan mempengaruhi sikap orang terhadap perilaku maupun objek.

Studi tentang sikap menempati posisi yang sangat berarti dalam studi perilaku konsumen. Sikap akan menentukan bagaimana seseorang berperilaku. Pemasar berharap dengan sikap yang positif, pelanggan akan cenderung berperilaku seperti yang diinginkan pemasar. Meskipun

belum tentu juga sikap yang positif akan sampai kepada perilaku yang diinginkan. Meskipun demikian, pemasar harus mengetahui bagaimana sikap pelanggan, informasi ini akan sangat berguna untuk membuat strategi pemasaran yang benar-benar berorientasi pada pelanggan.

Universitas adalah sebuah organisasi jasa yang sudah waktunya dikelola dengan pendekatan pemasaran. Stakeholder utama dari universitas adalah Mahasiswa. Berarti segala kegiatan yang dilakukan harus berorientasi pada kepuasan mahasiswa tanpa melanggar etika akademik.

Salah satu unit pelaksana (UPT) di Universitas adalah perpustakaan. Perpustakaan adalah jantung universitas, disamping jurusan-jurusan yang merupakan lini produk yang disajikan offering. Perpustakaan adalah tempat menyimpan bermacam-macam referensi yang digunakan untuk bermacam kegiatan ilmiah. Seringkali kita melihat universitas ini seberapa maju, kita akan melihat dari perpustakaan yang ada.

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta adalah salah satu universitas yang mempunyai perhatian tinggi terhadap pentingnya perpustakaan. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan, gedung perpustakaan dibangun representative, berjuta dana dialirkan untuk terus melengkapi koleksi referensi, karyawan ditempatkan untuk melayani mahasiswa dengan sebaik-lainya dan bermacam sarana pendukung disediakan untuk melayani mahasiswa. Peningkatan kualitas pelayanan akan berdampak pada ramainya pengunjung dengan pengunjung perpustakaan yang ramai akan tercipta atmosfer akademik yang lebih kondusif.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penelitian ini diberi judul "Analisis Sikap Mahasiswa terhadap Kualitas Pelayanan Perpustakaan (Studi pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta).

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana sikap mahasiswa terhadap kualitas pelayanan perpustakaan UPN "Veteran" Yogyakarta?
2. Atribut-atribut sikap apa saja yang perlu diperbaiki dan dipertahankan dari kualitas pelayanan perpustakaan UPN "Veteran" Yogyakarta.

TEORI

1. Pengertian Sikap

Ada beberapa definisi yang dikemukakan oleh para ahli, diantaranya :

Schifman dan Kanuk (1997)

Sikap adalah ekspresi perasaan (inner feeling), yang mencerminkan seseorang senang atau tidak senang, suka atau tidak suka, setuju atau tidak setuju terhadap suatu objek (Simamora, 2002:152).

Alport (1996)

Menyatakan sikap sebagai predisposisi yang dipelajari (learned predisposition) untuk berespon terhadap objek dalam suasana menyenangkan atau tidak menyenangkan secara konsisten (Simamora, 2002:152)

Engel, Blackwell dan Miniard (1994:338)

Sikap adalah keseluruhan evaluasi. Intensitas, dukungan dan kepercayaan adalah sifat penting dari sikap.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sikap

Sikap dikembangkan sepanjang waktu melalui proses pembelajaran yang dipengaruhi oleh berbagai factor (Sutisna:102).

a. Pengaruh Keluarga

Keluarga mempunyai pengaruh penting dalam keputusan pembelian. Benneth dan Kassajian yang dikutip oleh Assel (1992) menyatakan bahwa sikap terhadap kesehatan pribadi, pilihan item-item produk, terhadap sayuran yang direbus atau makanan kering, kepercayaan mengenai nilai medis dari sop ayam, semuanya berasal dari orang tuanya.

b. Pengaruh Kelompok Kawan Sebaya (Peer Group Influences)

Penelitian dari Katz dan Lazarfeld yang dikutip oleh Assael (1992) menemukan bahwa peer group lebih memungkinkan mempengaruhi sikap dan perilaku pembelian daripada iklan.

c. Pengalaman

Pengalaman masa lalu akan mempengaruhi sikap terhadap merek. Pengalaman penggunaan merek suatu produk akan memberikan evaluasi terhadap merek tersebut, tergantung apakah menyenangkan atau tidak.

d. Kepribadian

Kepribadian konsumen mempengaruhi sikap. Sifat-sifat suka menyerang, terbuka, kepatuhan, akan mempengaruhi pilihan produk dan merek.

3. Fungsi-fungsi Sikap

Ada beberapa macam fungsi sikap (Sutisna, 2001 : 103)

1. Fungsi Utilitarian.

Berhubungan dengan prinsip dasar imbalan dan hukuman. Konsumen mengembangkan beberapa sikap terhadap produk atas dasar apakah produk itu memberikan kesenangan atau justru kekecewaan. Produk harus memberikan manfaat untuk konsumennya.

2. Fungsi Ekspresi Nilai

Sikap lebih didasarkan kemampuan merek itu untuk mengekspresikan nilai-nilai yang ada pada dirinya.

3. Fungsi Mempertahankan Ego

Sikap yang dikembangkan oleh konsumen cenderung untuk melindunginya dari tantangan eksternal atau perasaan internal, sehingga membentuk fungsi mempertahankan ego.

4. Fungsi Pengetahuan

Sikap membantu konsumen mengorganisasi informasi yang begitu banyak yang setiap hari dipaparkan pada dirinya. Dari seluruh informasi konsumen akan memilah-milah mana yang relevan dan tidak relevan.

4. Model Sikap Multiatribut Menurut Fishbein

Model Fishbein didasari oleh pemikiran bahwa sikap dibentuk oleh komponen kepercayaan (*belief*) dan perasaan (*feelings*). Model ini sendiri dapat menjelaskan dua jenis sikap yaitu sikap terhadap perilaku. Berkaitan dengan penelitian maka hanya dibahas sikap terhadap objek.

Sikap terhadap Objek

Bagaimana sikap objek dibentuk oleh dua komponen yaitu kepercayaan dan evaluasi. Sikap terhadap objek dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Attitude}_o = \sum b_i e_i$$

Keterangan :

Attitude : Sikap terhadap objek, bisa produk, merek, perusahaan, layanan.

- b_i : Tingkat kepercayaan bahwa objek sikap memiliki atribut tertentu (atribut ke i).
- \sum_i : Dimensi evaluatif terhadap atribut ke i yang dimiliki objek sikap.
- ... : Mengindikasikan beberapa atribut yang dikenal, melalui atribut-atribut tersebut kombinasi b_i dan b_j dijumlahkan.

5. Kualitas Pelayanan

Menurut *American society of Quality Control* kualitas adalah keseluruhan cirri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten (Lupiyoadi, 2001 : 144).

Kotler (2000) mendefinisikan kualitas totalitas fitur dan karakteristik yang memungkinkan produk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun tidak dinyatakan.

Dengan melihat definisi diatas maka sebenarnya kualitas adalah persepsi. Yang lebih tegas mengatakan kualitas adalah persepsi adalah I. Leonard A. Morgan (simamora, 2001 : 114) mengatakan : "quality must be perceived by costomer. Quality work must begin with the customer need and end with the costomer's perception. Quality improvement are only meaningful when they are perceive by the costemers.

Salah satu pendekatan yang dipakai menganalisis kualitas pelayanan adalah model SERVQUAL(service quality) yang dikembangkan oleh para suraman, Zeithaml dan Berry. SERVQUAL dibangun atas adanya perbandingan dua factor utama yaitu Persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima(perceived service) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan/diinginkan(expected service).

Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu, jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan tidak bermutu. Apabila kenyataan sama dengan harapan, maka layanan tersebut memuaskan. Dengan demikian service quality dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka peroleh/terima(Parasuraman, et all, 1998, dalam Lupiyoadi, 2001:148).

6. Dimensi-dimensi kualitas layanan

SERVQUAL adalah konsep yang paling populer yang digunakan untuk saat ini. Ketika pertama kali diperkenalkan konsep ini terdiri dari 10 dimensi, setelah itu disederhanakan hanya 5 dimensi, yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy (Irawan, 2002:58).

1. Tangible, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan personil.
2. Realibility, kemampuan melakukan layanan atau jasa yang diharapkan secara meyakinkan, akurat, dan konsisten.
3. Daya tanggap, kemauan memberikan layanan cepat dan membantu pelanggan.
4. Jaminan, pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan menyampaikan kepastian dan kepercayaan.
5. Empati, perhatian individual bagi pelanggan (Payne, 2000 : 275)

METODE PENELITIAN

7. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variable mandiri, baik satu variable atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variable lain (Sugiyono, 2000: 11). Penelitian ini dilakukan untuk menggambarkan sikap mahasiswa terhadap kualitas pelayanan perpustakaan UPN "Veteran" Yogyakarta.

8. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa UPN "Veteran" Yogyakarta pengunjung Perpustakaan Pusat UPN "Veteran" Yogyakarta. Ukuran sampel ditentukan sebesar 60 responden. Sedangkan teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik non probability sampling, yaitu sampling aksidental.

Pada penelitian ini *sampling aksidental* dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada pengunjung yang secara kebetulan peneliti temui di perpustakaan pusat UPN "Veteran" Yogyakarta.

9. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden mahasiswa UPN "Veteran" Yogyakarta yang berkunjung di perpustakaan pusat UPN "Veteran" Yogyakarta yang terpilih sebagai sampel.

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner, yaitu dengan membagikan angket dengan pertanyaan tertutup kepada mahasiswa UPN "Veteran" Yogyakarta yang terpilih sebagai sampel.

10. Definisi Konsep dan Operasional

Definisi konsep

Sikap adalah keseluruhan evaluasi (Angel black well Miniard, 1994:338). Kualitas layanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka peroleh/terima (Parasuraman, et al, 1998, dalam lupiyoadi, 2001:148).

Definisi operasional

Sikap terhadap kualitas pelayanan adalah keseluruhan evaluasi Terhadap atribut-atribut kualitas pelayanan dari perpustakaan UPN "Veteran" Yogyakarta, dengan indikator-indikator meliputi :

- Kehandalan (reliability)
- Daya tanggap (responsiveness)
- Jaminan (Assurances)
- Empati (emphaty)
- Bukti fisik (Tangible)

5. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode pengukuran sikap multiatribut menurut fishbein. Atribut-atribut diperoleh dari atribut kualitas pelayanan yang berasal dari SERVQUAL. Rumus yang dipakai untuk model fishbein ini adalah

$$Attitude_o = \sum b_i e_i$$

Keterangan:

- Attitude : Sikap terhadap obyek, bisa produk, merek, perusahaan, layanan.
 b_i : Tingkat kepercayaan bahwa obyek memiliki atribut tertentu (atribut ke i)
 e_i : Dimensi evaluatif atribut ke I yang memiliki obyek sikap.

Σ : Mengidikasikan beberapa atribut yang dikenal, melalui atribut-atribut tersebut kombinasi bi dan ei dijumlahkan.

PEMBAHASAN

Analisis akan dilakukan terhadap data hasil penelitian dari 60 responden mengenai sikap mereka terhadap kualitas pelayanan perpustakaan IPN "Veteran" Yogyakarta. Selain itu akan dijelaskan mengenai hasil uji validitas dan reliabilitas instrument penelitian. Pengukuran sikap mahasiswa terhadap kualitas pelayanan pada penelitian ini menggunakan metode Fish Bein, yang akan mengkalikan antara total keyakinan mereka tentang kualitas pelayanan perpustakaan dan total evaluasi mereka terhadap kualitas pelayanan perpustakaan UPN "Veteran" Yogyakarta.

A. ANALISIS SIKAP DENGAN METODE FISHBEIN

Analisis sikap dengan metode Fishbein merupakan analisis dengan model multi atribut yang mengemukakan bahwa sikap seseorang terhadap obyek tertentu didasarkan pada tingkat kepercayaan dan evaluasi pada atribut-atribut obyek tersebut.

Pada penelitian ini kepercayaan berarti kepercayaan responden penelitian bahwa sebuah perpustakaan seharusnya memiliki atribut-atribut tertentu. Sedangkan evaluasi berarti evaluasi responden penelitian dengan menilai seberapa besar perpustakaan pusat UPN "veteran" Yogyakarta memiliki atribut-atribut yang ia yakini harus ada pada sebuah perpustakaan.

Hasil penelitian untuk atribut-atribut kepercayaan dan evaluasi adalah sebagai berikut :

1. Analisis Atribut-atribut Kepercayaan

Hasil penelitian terhadap 60 responden tentang kepercayaan mereka terhadap kualitas pelayanan perpustakaan ditunjukkan pada table berikut :

Tabel 1
Atribut-atribut Kepercayaan terhadap Kualitas Pelayanan Perpustakaan

No	Atribut	Kepercayaan					Skor	Rata2
		STS	TS	R	S	SS		
1	Koleksi buku yang lengkap	0	0	2	14	44	282	4,70
2	Koleksi buku yang banyak	0	6	2	26	26	252	4,20
3	Koleksi Jurnal yang lengkap	0	2	2	24	32	266	4,43
4	Koleksi Jurnal yang banyak	0	4	6	24	16	242	4,03
5	Petugas melayani dengan cekatan	0	0	2	26	32	270	4,50
6	Petugas melayani dengan ramah	0	0	2	22	36	274	4,57
7	Aturan peminjam tidak berbelit	0	4	0	24	32	264	4,40
8	Aturan sangsi keterlambatannya tidak memberatkan	0	4	8	26	22	246	4,10
9	Ruangan yang nyaman	0	0	2	18	40	278	4,68
10	Jumlah tempat duduk yang mencukupi	0	0	0	28	32	272	4,53
11	Tempat duduknya layak	2	2	4	24	28	254	4,23

Sumber : Data Primer Penelitian diolah, 2007

2. Analisis Atribut-atribut Evaluasi (Ei)

Hasil penelitian terhadap 60 responden untuk mengetahui evaluasi mereka terhadap kualitas pelayanan perpustakaan pusat UPN "Veteran" Yogyakarta, dijelaskan oleh table berikut,

Tabel 2

Atribut-atribut Evaluasi terhadap kualitas layanan perpustakaan UPN "Veteran" Yogyakarta.

No	Atribut	Kepercayaan					Skor	Rata2
		STS	TS	R	S	SS		
1	Koleksi buku yang lengkap	0	14	12	24	10	210	3,50
2	Koleksi buku yang banyak	0	14	18	24	4	198	3,30
3	Koleksi jurnal yang lengkap	0	6	20	32	2	210	3,50
4	Koleksi jurnal yang banyak	0	12	22	24	2	196	3,27
5	Petugas melayani dengan cekatan	6	14	20	16	4	178	2,97
6	Petugas melayani dengan ramah	6	14	16	16	8	186	3,10
7	Aturan peminjam tidak berbelit	4	16	12	22	6	190	3,17
8	Aturan sanksi keterlambatannya tidak memberatkan	6	14	16	20	4	182	3,03
9	Ruangan yang nyaman	8	20	14	14	4	166	2,77
10	Jumlah tempat duduk yang mencukupi	10	14	18	12	6	170	2,83
11	Tempat duduknya layak	10	14	10	20	6	178	2,97

Sumber: Data Primer Penelitian Diolah, 2007

B. Indeks Sikap

Indeks sikap mahasiswa terhadap kualitas pelayanan perpustakaan UPN "Veteran" Yogyakarta diperoleh dengan mengkalikan kepercayaan (Bi) dan evaluasi (Ei).

Kriteria penilaian sikap untuk masing-masing atribut adalah sebagai berikut:

Skor Bi atau Ei terendah = 1

Skor Bi atau Ei tertinggi = 5

Berdasarkan penilaian tersebut maka diketahui:

Sikap terendah = $1 \times 1 = 1$

Sikap tertinggi = $5 \times 5 = 25$

Berdasar skor tertinggi dan terendah dapat dihitung nilai interval sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{25 - 1}{5} = 4,8$$

Kelas interval:

- 1 – 5,8 = sangat tidak baik
- >5,8 – 10,6 = tidak baik
- >10,6 – 15,4 = cukup baik
- >15,4 – 20,2 = baik
- >20,2 – 25 = sangat baik

Sedangkan kriteria penilaian sikap total adalah sebagai berikut:

- Jumlah item = 11
- Skor Bi atau Ei terendah = 1
- Skor Bi atau tertinggi = 5

Berdasarkan kriteria tersebut maka dapat diketahui :

$$\text{Sikap terendah} = 1 \times 1 \times 11 = 11$$

$$\text{Sikap tertinggi} = 5 \times 5 \times 11 = 275$$

Berdasarkan skor terendah dan skor tertinggi maka dapat dihitung interval sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{275 - 11}{5} = 52,8$$

Kelas interval:

- 11 - 63,8 = sangat tidak baik
- >63,8 – 116,6 = tidak baik
- >116,6 – 169,4 = cukup baik
- >169,4 – 222,2 = baik
- >222,2 – 175 = sangat baik

Berdasarkan hasil penelitian dan penentuan kriteria sikap per atribut maupun sikap total, yang diperoleh dari mengkalikan kepercayaan (Bi) dan evaluasi (Ei), maka diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 3
Sikap per Atribut dan Sikap Total

No	Atribut-atribut	Rata-rata	Kategori
1	Koleksi buku yang lengkap	16,53	Baik
2	Koleksi buku yang banyak	13,83	Cukup baik
3	Koleksi jurnal yang lengkap	15,40	Baik
4	Koleksi jurnal yang banyak	13,13	Cukup baik
5	Petugas melayani dengan cekatan	13,50	Cukup baik
6	Petugas melayani dengan ramah	14,20	Cukup baik
7	Aturan peminjaman tidak berbelit	14,13	Cukup baik
8	Aturan sanksi keterlambatan tidak memberatkan	11,97	Cukup baik
9	Ruangan yang nyaman	12,87	Cukup baik
10	Jumlah tempat duduk yang mencukupi	12,73	Cukup baik
11	Tempat duduknya layak	12,73	Cukup baik
	Total Sikap mahasiswa	151,03	Cukup baik

Sumber: Data Primer Penelitian Diolah, 2007

Berdasarkan table 3, maka dapat diketahui sikap mahasiswa terhadap atribut koleksi bukuyang lengkap dan koleksi buku yang banyak, koleksi jurnal yang banyak, kecekatan petugas dalam melayani, keramahan petugas, aturan peminjaman, sanksi keterlambatan, ruangan, jumlah tempat duduk, dan kelayakan tempat duduk disikapi cukup baik oleh mahasiswa.

Tabel tersebut juga menjelaskan bahwa sikap mahasiswa terhadap semua atribut kualitas pelayanan perpustakaan pusat UPN "Veteran" Yogyakarta adalah cukup baik.

C. ATRIBUT-ATRIBUT SIKAP YANG PERLU DIPERTAHANKAN DAN DIPERBAIKI

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan maka dapat diketahui atribut-atribut kualitas pelayanan yang perlu dipertahankan dan diperbaiki.

Atribut-atribut yang perlu dipertahankan oleh Perpustakaan Pusat UPN "Veteran" Yogyakarta adalah koleksi buku yang lengkap dan koleksi jurnal yang lengkap, karena keduanya dinilai baik oleh mahasiswa. Sedangkan atribut yang perlu diperbaiki adalah koleksi buku yang banyak, koleksi jurnal yang banyak, kecekatan petugas dalam melayani, keramahan petugas, aturan peminjaman, sanksi keterlambata, ruangan, jumlah tempat duduk dan kelayakan tempat duduk karena dinilai cukup atau netral oleh mahasiswa.

Kesimpulan

Sikap mahasiswa terhadap kualitas pelayanan perpustakaan UPN "Veteran Yogyakarta untuk atribut koleksi buku yang lengkap dan koleksi jurnal yang lengkap adalah baik. Sedangkan untuk atribut koleksi buku yang banyak, koleksi jurnal yang banyak, kecekatan petugas dalam melayani, keramahan petugas, aturan peminjaman, sanksi keterlambatan, ruangan, jumlah tempat duduk, dan kelayakan tempat duduk disikapi cukup baik atau netral oleh mahasiswa.

Hasil penelitian juga menginformasikan bahwa sikap mahasiswa terhadap semua atribut kualitas pelayanan perpustakaan pusat UPN "Veteran" Yogyakarta

Dari hasil penelitian tersebut, maka Perpustakaan pusat UPN "Veteran" Yogyakarta hendaknya mempertahankan atribut-atribut koleksi buku yang lengkap dan jurnal yang lengkap. Hal ini karena kedua atribut ini disikapi mahasiswa dengan baik.

Sedangkan atribut-atribut yang perlu diperbaiki oleh Perpustakaan Pusat UPN "Veteran" Yogyakarta adalah koleksi buku yang banyak, koleksi jurnal yang banyak, kecekatan petugas dalam melayani, keramahan petugas, aturan peminjaman, sanksi keterlambatan, ruangan, jumlah, jumlah tempat duduk, dan kelayakan tempat duduk. Hal ini atribut-atribut ini disikapi netral atau cukup oleh mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Engel, James F., Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard, 1994. *Perilaku Konsumen*, Edisi Keenam, Jilid 1, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Irawan, Handi, 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Elex Media Computindo, Jakarta.
- Lupiyoadi, Ranib, 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktik*, Salemba Empat, Jakarta.
- Payne, Adrian, 2000. *The Essence of Service Marketing, Pemasaran Jasa*, Andi, Yogyakarta.

Simamora, Bilson, 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Sugiyono, 2000. *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.

Sutina, 2001, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.