

Hubungan promosi dan persepsi pengguna tentang organisasi perpustakaan terhadap mutu layanan di upt perpustakaan Universitas Hasanuddin Makassar

M. Quraisy Mathar, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=73297&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini lebih diarahkan pada mutu layanan perpustakaan UPT Perpustakaan UNHAS. Mutu layanan memiliki keterkaitan dengan pemenuhan kebutuhan pemakai. Promosi perpustakaan merupakan salah satu jalan keluar untuk masalah tersebut. Penelitian ini juga berupaya untuk meningkatkan persepsi sebagian pengguna perpustakaan, khususnya di lingkungan UNHAS agar dapat lebih memahami keberadaan UPT Perpustakaan UNHAS secara lebih luas. Secara keseluruhan fokus penelitian ini adalah mutu layanan perpustakaan UPT Perpustakaan UNHAS yang dihubungkan dengan promosi dan persepsi pengguna tentang organisasi perpustakaan tersebut. Penelitian ini menggunakan suatu kerangka teoritis dalam menentukan variabel-variabel independen (variabel x) yaitu promosi dan persepsi pengguna tentang organisasi perpustakaan maupun variabel dependen (variabel y) yaitu mutu layanan.

Tujuan penelitian ini adalah :

- 1) Untuk mengetahui besarnya hubungan dan pengaruh promosi terhadap mutu layanan.
- 2) Untuk mengetahui besarnya hubungan dan pengaruh persepsi pengguna tentang organisasi perpustakaan terhadap mutu layanan.
- 3) Untuk mengetahui besarnya pengaruh promosi dan persepsi pengguna tentang organisasi perpustakaan secara bersama terhadap mutu layanan UPT Perpustakaan Universitas Hasanuddin (UNHAS) Makassar.

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Hasanuddin Makassar angkatan tahun 2000. Sampel penelitian sebesar 100 orang. Penelitian ini menggunakan pendekatan survei. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen kuesioner. Uji Normalitas data menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov yang selanjutnya dibandingkan dengan D-tabel. Hipotesis pertama dan kedua diuji dengan menggunakan teknik regresi dan korelasi linier sederhana dengan mengaplikasikan rumus Korelasi Pearson Product Moment, sedangkan hipotesis ketiga menggunakan teknik regresi dan korelasi ganda yang diuji dengan uji-F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa :

- 1) Terdapat hubungan positif antara promosi dengan mutu layanan, artinya semakin tinggi nilai promosi maka semakin tinggi pula nilai mutu layanan.
- 2) Terdapat hubungan positif antara persepsi pengguna tentang organisasi perpustakaan terhadap mutu layanan, artinya semakin tinggi nilai persepsi pengguna tentang organisasi perpustakaan maka semakin tinggi pula nilai mutu layanan.
- 3) Terdapat hubungan positif antara promosi dan persepsi pengguna tentang organisasi perpustakaan terhadap mutu layanan secara bersama, artinya semakin tinggi nilai kedua variabel bebas tersebut maka semakin tinggi pula nilai mutu layanan di UPT Perpustakaan UNHAS.

<hr>

The Relationship between Promotion and Users Perception of Library Organization with Service Quality in UNHAS Library

The research accentuated on service quality of UNHAS Library. Service quality has a relationship with the fulfillment of user needs. Library promotion is one way to approach it. This research attempted to increase the users perception, especially those in UNHAS, in order to more comprehend the existence of UNHAS Library broader. In general, the focus of the research was service quality of UNHAS Library linked with promotion and users perception of library organization. This research implemented a theoretical frame in defining independent variables namely promotion and users perception of library organization and dependent variable namely service quality.

The aims of this research were:

- 1) To find out the correlation degree between promotion with service quality.
- 2) To find out the correlation degree between users perception of library organization with service quality.
- 3) To find out the correlation degree between promotion and users perception of library organization with service quality of UNHAS Library.

The population of this research was student of Faculty of Social Science in UNHAS to where they entered in 2000. Its sample was 100 students. This research applied survey method. Data was collected by using questionnaires. Normality test applied Kolmogorov-Smirnov test, subsequently followed by D-table comparison. The first and second hypotheses assessed by simple regression technique and simple correlation conducting Pearson Product Moment correlation. Whereas the third hypotheses used multiple regression technique and multiple correlation conducting F-test.

The results of this research were:

- 1) There is a positive correlation between promotion and service quality, it means that the higher the promotion degree is, then the higher service quality will be.
- 2) There is a positive correlation between users? perception of library organization and service quality, it means that the higher the users? perception of library organization degree is, then the higher service quality will be.
- 3) There is a positive correlation between promotion and users perception of library organization with service quality, it means that the higher the users perception of library organization and promotion degree is, then the higher service quality of UNHAS Library.