

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Teori Dasar**

##### **2.1.1 Kualitas Pelayanan**

###### **2.1.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan**

Kualitas sangat banyak mengandung arti, defenisi dan makna. Hal itu dikarenakan setiap orang berbeda –beda cara mengartikannya .Kualitas adalah perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan, jadi pelanggan yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik tersebut memenuhi kebutuhannya.

Menurut (Kotler, 2009 :05 ) Pelayanan adalah suatu urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain dan memenuhi kepuasan konsumen. Dengan standar yang baik pengertian manajemen dalam hal merencanakan, melaksanakan, mengawasi dan mengevaluasi kegiatan pelayanan pelayanan agar hasil akhirnya dapat memuaskan berbagai pihak yang mendapatkan pelayanan tersebut. Oleh karena itu terdapat unsur- unsur pelayanan :

#### **1. Cepat**

yang dimaksud cepat disini adalah waktu yang digunakan untuk melayani pengguna bias disebut juga batasan waktu dalam standart pelayanan, dengan tidak membiarkan pengguna yang membutuhkan informasi tersebut menunggu terlalu lama.

2. Tepat

Kecepatan tanpa Ketepatan atau dalam arti lain kalau kita cepat tetapi tidak tepat sama saja memberikan harapan palsu, jadi Tepat disini maksudnya memberikan/memenuhi apa yang diinginkan pengguna.

3. Aman

Dalam melayani pengguna petugas harus memberikan perasaan yang aman pada penggunanya.

4. Nyaman

Jika kita sudah memberikan rasa nyaman kepada pengguna maka pengguna juga akan tidak bosa untuk datang ke perpustakaan.

5. Ramah

Dalam dunia pelayanan umumnya masih menggunakan perasaan dan masih memiliki kepentingan sendiri oleh sebab itu dalam menghadapi pengguna kita harus ramah serta tidak boleh menunjukkan sikap yang tidak ramah.

Menurut (Tjiptono, 2012 :23) Pelayanan( *service*) boleh saja dipandang dari sebuah system yang terdiri dari dua komponen utama, yakni *service operations* yang sering sekali tidak tampak atau tidak diketahui keberadaannya oleh pelanggan (*back office* atau *backstage*) dan *servicedelivery* yang biasanya tampak (*visible*) atau diketahui pelanggan (sering disebut pula *front office* atau *frontstage*). Menurut (Majid, 2009 : 36) Pelayanan merupakan kata kerja yang sifatnya pasif, dinamis bukan statis, proaktif bukan reaktif, serta peduli terhadap

orang lain dalam arti lain suka menolong orang lain bukan diam saja atau acuh tak acuh.

Menurut (Tjiptono, 2012 :78) kualitas adalah karakteristik, komponen atau atribut obyektif yang dapat di kuantitatifkan dan dapat diukur. Berdasarkan defenisi diatas bahwa kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan dan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen, yaitu adanya kesesuaian antara harapan dengan persepsi managemen, adanya kesesuaian antara persepsi atas harapan konsumen dengan standarkerja karyawan, adanya kesesuaian antara standar kerja karyawan dengan pelayanan yang diberikan, adanya kesesuaian antara pelayanan yang diberikan dengan pelayanan yang dijanjikan dan adanya kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan apa yang diharapka dengan konsumen.

Menurut (Tjiptono, 2008 :85) kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan maupun sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan defenisi ini, kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan keinginan pelanggan. Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunya nilai guna seperti yang diinginkan. Menurut (Rangkuti, 2017 :78-79) Teori pelayanan meliputi :

1. Layanan adalah suatu perbuatan

2. Layanan adalah sebuah produk yang memberikan solusi kepada pelanggan
3. Layanan adalah suatu sikap yang dapat mengakibatkan rasa puas atau tidak puasa yang dialami pelanggan
4. Layanan adalah kunci kesuksesan sebuah bisnis
5. Layanan adalah proses untuk mengubah produk yang biasa-biasa saja menjadi produk yang sangat luar biasa
6. Layanan adalah upaya untuk memenuhi harapan pelanggan
7. Layanan adalah strategi untuk keluar dari kerumunan
8. Layanan merupakan kegiatan yang dapat dijual kepada orang lain

Dimensi yang berkaitan dengan kualitas pelayanan menurut (Tjiptono, 2012: 93) diantaranya:

a. Kinerja

Efisiensi dalam pencapaian tujuan utama sebuah produk atau jasa. Umumnya kinerja yang lebih bagus identic dengan kualitas yang lebih baik.

b. Reliabilitas

Kemampuan sebuah produk atau jasa untuk tetap berfungsi secara konsisten selama usia yang ditentukan. Sebuah produk atau jasa dikatakan andal apabila kemungkinan kerusakan atau gagal dipakai selama usia desainnya sangat rendah.

c. Fitur

Atribut yang melengkapi kinerja dasar sebuah produk dan jasa.

d. Daya tahan

Berkaitan dengan tingkat kemampuan sebuah produk atau jasa mentolerir tekanan stress atau trauma tanpa mengalami kerusakan berarti.

e. Kesesuaian

Sejauh mana karakteristik desain dan operasi sebuah produk dan jasa memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.

### **2.1.1.2 Ciri –Ciri Pelayanan**

Menurut (Laksana, 2008: 88-89) suatu perilaku petugas pelayanan menyenangkan pelanggan dengan tanggap peduli dalam memberikan pelayanan dengan tidak mempersulit pelanggan untuk mencari keuntungan pribadi untuk dapat melayani mahasiswa dengan baik, karyawan ataupun pegawai harus bisa memahami karakteristik mahasiswa ataupun masyarakat pada umumnya. Ciri-ciri pelayanan yang baik ialah:

1. Satu hal yang paling penting untuk diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki instansi seperti meja dan kursi harus nyaman untuk diduduki. Jadi dengan tersedianya sarana dan prasarana yang baik untuk melayani mahasiswa tersebut akan menjadikan mahasiswa lebih nyaman.
2. Tersedianya para staf pengajar yang baik kenyamanan mahasiswa juga sangat tergantung dari petugas staf pengajar yang melayaninya. Petugas staf pengajar harus ramah, sopan dan menarik. Disamping itu, petugas staf

harus cepat tanggap, pandai berbicara, menyenangkan dan pintar.

Demikian cara kerjanya juga harus cepat dan cekatan.

3. Bertanggung jawab kepada setiap mahasiswa sejak awal sampai tuntas atau selesai.

### **2.1.1.3 Indikator Kualitas Pelayanan**

Menurut (Tjiptono, 2012 : 95 ) suatu indikator pada dasarnya ditunjukkan sebagai suatu elemen-elemen yang digunakan sebagai alat ukur untuk dapat membahas variabel penelitian. Indikator suatu variabel dapat dijumpai dari konsep teori mengenai variabel yang diteliti, yang mana indikatornya dipaparkan para ahli dan merumuskannya dalam studi kepustakaan atau penelitian-penelitian yang sudah terlaksana.

Menurut (Tjiptono, 2012 :174-175) menyatakan ada 5 indikator kualitas pelayanan yaitu :

1. Keandalan (Reliability) yakni kemampuan memberikan suatu pelayanan yang dijanjikan dengan cepat ,akurat dan tentunya memuaskan. Dalam arti yang lebih luas reliability ini dapat diartikan juga bahwa perusahaan menyampaikan janji-janjinya mengenai penyampaian jasa, prosedur pelayanan , dan pemecahan masalah
2. Daya Tanggap ( Responsiveness) artinya keinginan para staff untuk dapat membantu pengguna atau pelanggannya dengan tanggap. Dalam hal ini menekankan perhatian penuh dan kecepatan dalam melaksanakan

hubungan dengan para pelanggan baik itu permintaan, pertanyaan, keluhan dan masalah- masalah yang ada.

3. Jaminan ( Assurance) ini mencakup pengetahuan, kemampuan , kesopanan dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staff, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Dengan kata lain ini salah satu dimensi yang sangat penting dari suatu pelayanan dimana para pelanggan harus bebas dari keragu-raguan dan ketidakpastian.
4. Empati (Empathy) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami setiap kebutuhan pelanggannya. Para pelanggan dianggap sebagai orang yang penting dan khusus
5. Bukti Langsung (Tangible) ini meliputi perlengkapan dan penampilan fisik yang ada.

## **2.1.2 Fasilitas**

### **2.1.2.1 Pengertian Fasilitas**

Menurut(Kotler, 2009 :45) Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Fasilitas dapat disediakan untuk dipakai dalam segala sesuatu yang sengaja disediakan untuk dinikmati oleh konsumen yang biasanya bertujuan memberikan tingkat kepuasan maksimal.

Menurut (Hadiguna, 2008: 10) Fasilitas merupakan suatu wadah yang berfungsi memfasilitasi kelancaran kegiatan perpustakaan. Semakin baik

fasilitas yang diberikan kepada konsumen, maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen. Menurut jurnal (Nawawi & Puspitowati, 2015 : 320-334) fasilitas merupakan sarana penunjang termasuk segala jenis peralatan, perlengkapan kerja dan pelayanan yang berfungsi sebagai alat utama / pembantu dalam melaksanakan pekerjaan yang berfungsi sebagai alat yang utama/ pembantu dalam melaksanakan pekerjaan, dan juga social dalam rangka kepentingan orang-orang yang sedang berhubungan dengan organisasi kerja itu atau segala sesuatu yang digunakan, dipakai, ditempati dan dinikmati oleh orang pengguna.

#### **2.1.2.2 Faktor yang mempengaruhi**

Menurut (Tjiptono, 2012 :59) unsur-unsur yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan fasilitas meliputi :

1. Perencanaan Ruang

Mencakup arsitektur, seperti penempatan perlengkapan dalam ruangan dan desaian aliran sirkulasi perlengkapan berfungsi sebagai sarana pelindung barang-barang berharga.

2. Tata cahaya

Dalam penataan ruang pencahayaan sangat penting dilakukan didalam ruangan agar sesuai dengan perencanaan suasananya.

3. Pertimbangan

Dalam aspek-aspek tekstur warna, proporsi dan lain-lain dipertimbangkan atau dikombinasikan untuk memancing respon intelektual maupun emosional si pemakai ataupun orang yang melihatnya.

#### 4. Warna

Disini warna bermanfaat sebagai peningkatan efisiensi dan berdampak dengan perasaan rileks. Untuk memilih warna perlu harus mengkaikan dengan efek emosional dalam diri, agar tidak terjadi salah warna.

#### 5. Faktor estetis

Fasilitas yang tertata rapi, menarik dan estetis akan dapat meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap suatu aktivitas

#### 6. Tata letak

Lingkungan tempat penyampaian jasa dan suatu keadaan (setting) merupakan aspek yang tidak kalah pentingnya dan tidak boleh dilupakan dalam fasilitas.

### **2.1.2.2. Indikator Fasilitas**

Tersedianya fasilitas perpustakaan merupakan hal yang harus diperhatikan karena fasilitas perpustakaan dapat menunjang kelancaran kegiatan perpustakaan sehingga fungsi perpustakaan bisa berjalan dengan optimal.

Menurut (Tjiptono, 2012 : 12) Terdapat 4 indikator fasilitas yang dapat dijadikan sebagai pendukung dalam variable fasilitas yaitu :

1. Kebersihan dan kenyamanan ruangan
2. Desain interior dan eksterior
3. Tata letak fasilitas
4. Peralatan pendukung yang dimiliki perpustakaan.

### **2.1.3. Kepuasan Pengguna**

#### **2.1.3.1. Pengertian Kepuasan Pengguna**

Menurut (Sangadji, 2013 : 181) Kepuasan adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipersepsikan sesuai dengan harapan pembeli. Pencapaian kepuasan merupakan suatu proses yang sederhana, maupun kompleks yang rumit. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna lebih baik harus mengetahui sebab-sebab kepuasan. Kepuasan atau ketidakpuasan merupakan keadaan perasaan senang atau kecewa seseorang yang biasanya dapat berasal dari suatu perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang rill/actual dengan kinerja produk yang diharapkan.

Menurut (Hasan, 2013:96) Kepuasan adalah respons pelanggan terhadap evaluasi dan ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja ktual produk yang dirasakan setelah pemakaian. Dapat disimpulkan secara jelas melalui berbagai perngertian diatas, bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor sebagai berikut:

1. *Service quality*
2. *Product quality*
3. *Price*
4. *Situasional factor*
5. *Personal factor*

Selain itu, strategi peningkatan kepuasan pengguna juga sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor internal yng ada didalam diri pelanggan itu sendiri, seperti faktor situasional dan faktor personal. Menurut (Tjiptono, 2012: 31)

spesifikasi dalam kepuasan pengguna dapat diklasifikasikan dengan manfaat kepuasan pengguna itu sendiri diantaranya sebagai berikut :

1. Berdampak positif terhadap loyalitas pelanggan.
2. Berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan terutama melalui pembelian ulang.
3. Rekomendasi yang positif
4. Menekan biaya transaksi pelanggan dimasa depan, terutama biaya komunikasi, pemasaran, penjualan dan layanan pelanggan.
5. Menekan volatilitas dan resiko berkenaan dengan prediksi aliran kas di masa depan.
6. Pelanggan lebih cenderung bersikap positif terhadap barang

#### **2.1.3.2 Metode Mengukur Kepuasan Pengguna**

Menurut (Tjiptono, 2012: 31) ada beberapa metode yang dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya dan pelanggan pesaing, adapun empat metode tersebut adalah

##### **1. Ghost Shopping (Mystery Shopping)**

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasa pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial. Sebagai pembeli potensial terhadap produk dari perusahaan dan juga dari produk pesaing. Kemudian mereka akan melaporkan temuan –temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan dari produk perusahaan dan pesaing berdasarkan

pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shoppers* juga bisa mengamati cara penanganan terhadap setiap keluhan yang ada, baik oleh perusahaan yang bersangkutan dari pesaingnya.

## 2. Sistem keluhan dan saran

Suatu perusahaan yang berorientasi pada pelanggan akan memberikan kesempatan yang luas pada pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar dan lain-lain. Informasi dari para pelanggan ini akan memberikan masukan dan ide-ide bagi perusahaan agar bereaksi dengan tanggap dan cepat dalam menghadapi masalah-masalah yang timbul. Sehingga perusahaan akan tahu apa yang dikeluhkan oleh para pelanggannya dan segera memperbaikinya. Metode ini berfokus pada identifikasi masalah dan juga pengumpulan saran-saran dari pelanggan-nya langsung.

## 3. Lost Customer Analysis

Perusahaan akan menghubungi para pelanggannya atau setidaknya mencari tahu pelanggannya yang telah berhenti membeli produk atau yang telah pindah pemasok, agar dapat memahami penyebab mengapa pelanggan tersebut berpindah ke tempat lain. Dengan adanya peningkatan *customer lost rate*, di mana peningkatan *customer lost rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

### 2.1.3.3. Indikator Kepuasan Pengguna

Menurut (Gaspers, 2008 :35) Jika pengguna merasakan kepuasan dari jasa yang di tawarkan melebihi kebutuhan, keinginan dan harapan mereka maka kepuasan pengguna akan menjadi tinggi begitu pun sebaliknya. Karena pada dasarnya kepuasan pengguna sangat tergantung pada persepsi dan ekspektasi mereka. Menurut jurnal (Ningrum Roh, 2014) kepuasan pengguna adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Pengukuran kepuasan pelanggan berdasarkan system keluhan dan sara, survey kepuasan pelanggan, *Ghost shopping, lost customer Analysis*.

Menurut (Hasan, 2013:96) Indikator kepuasan Pengguna terbentuk dari beberapa faktor yaitu :

1. *Transitory service intensif*

Faktor dari dalam diri yang menimbulkan sensitivitas pengguna terhadap jasa yang dipakai

2. *Personal needs*

Psikologis, kebutuhan dari dalam diri yang dapat dirasakan secara langsung serta dapat memberikan harapan

3. *Self-perceived Service Roles*

Ungkapan seorang pengguna yang mempengaruhi apa yang didapat dari penggunaan jasa.

4. *Perceived Service Alternatif*

Pendapat dari berbagai pengguna terhadap tingkat pelayanan perusahaan yang berbeda tetapi sama pelayanannya. Jika pengguna memiliki banyak sumber berarti pengguna biasanya memiliki khayalan yg tinggi.

5. *Enduring service intensive*

Kestabilan yang mendorong pengguna untuk meningkatkan sensitivitasnya terhadap produk jasa. Biasanya harapan bisa muncul dari orang lain dan filosofi orang lain.

6. *Situational factors*

Faktor yang situasional yang merupakan segala kemungkinan yang berpengaruh terhadap kinerja jasa, yang tidak bisa dikendalikan.

7. *Positive product attribute*

Pengguna diberi kebebasan untuk mengevaluasi berbagai kombinasi atribut positif sebuah produk sebagai penentu tingkat harapan dan kepuasan pengguna itu sendiri.

8. *Positive word of mouth.*

Sumber dari mulut ke mulut yang bisa dijadikan sumber terpercaya.

Dari banyaknya indikator kepuasan pengguna diatas, peneliti menyimpulkan indikator dalam penelitian ini yaitu :

1. Fasilitas yang lengkap sehinggaberniat berkunjung kembali
2. Kemudahan pelayanan
3. Penanganan keluhan
4. Terpenuhinya harapan
5. Kenyamanan dalam berkunjung

## 2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terlebih dahulu ini dipaparkan untuk Referensi dan perbandingan untuk penelitian ini, dimana penjelasannya adalah sebagai berikut.

**Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	(Adhitomo Wirawan & Risfandi, 2018)	Pengaruh fasilitas perpustakaan, kinerja pustakawan dan kualitas informasi terhadap kepuasan mahasiswa dalam menggunakan perpustakaan Politeknik Negeri Batam	X1 : Fasilitas X2 :Kinerja X3 :Kualitas Y :Kepuasan Pengguna	X1: Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna X2 : Kinerja berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna X3 :Faktor kualitas berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna
2	(Purwaningsih & Ismiyati, 2016)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan anggota perpustakaan kota Medan	X1:Kualitas pelayanan Y: Kepuasan pengguna	X1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan ( $0,000 < 0,05$ ) terhadap kepuasan pengguna
3	(Mongkarn, 2013)	Fasilitas dan Kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap Kepuasan Pengguna jasa Rumah Sakit Advent Manado	X1: Fasilitas X2: Kualitas Pelayanan Y: Kepuasan Pengguna	X1: Fasilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna X2: Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

4	(Kurniasih, 2018)	Analisis Pengaruh Pelayanan Perpustakaan Terhadap Kepuasan Pengguna Perpustakaan Di Institut Agama Islam Imam Ghozali	X1: Pelayanan Y :Kepuasan Pengguna	X1: Pengaruh Pelayanan Berpengaruh Signifikan terhadap kepuasan Pengguna perpustakaan.
5	(Hilaliyah, Djawahir, & Susilowati, 2017)	Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk yang dimodernisasi Oleh suasana terhadap kepuasan	X1: Kualitas layanan X2: kualitas produk Y:kepuasan pengguna	X1: kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna X2: kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.
6	(Dora, 2017)	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas Pendidikan, dan Metode Pembelajaran, Siswa Kepuasan dan Loyalitas kepada Mahasiswa - Studi di Universitas Widyatama Bandung	X1: Kualitas layanan X2: Fasilitas pendidikan X2: Metode Pembelajaran Y: Loyalitas siswa	X1 : loyalitas para siswa dipengaruhi oleh kualitas layanan melalui kepuasan siswa X2: Loyalitas dipengaruhi oleh Pendidikan Fasilitas melalui kepuasan siswa

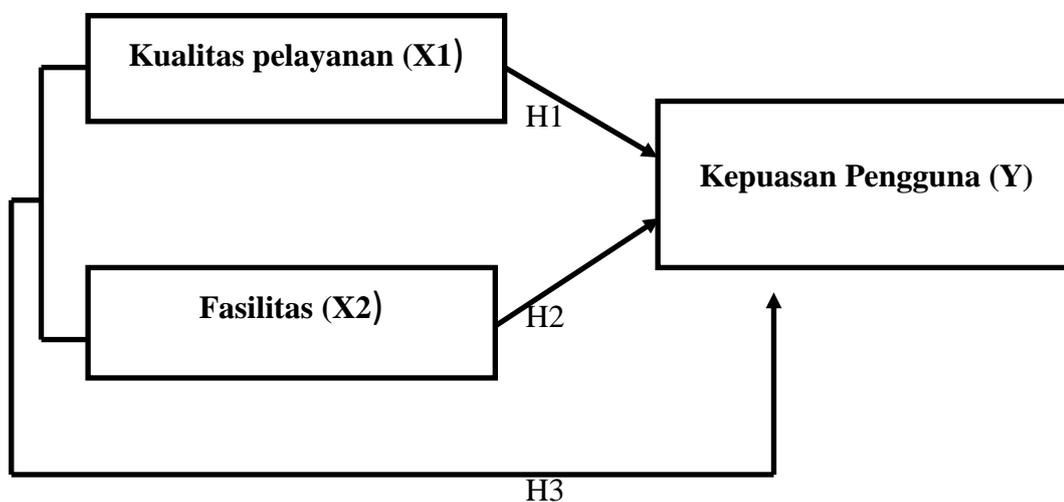
**Sumber :Data Sekunder diolah, 2018**

### 2.3 Kerangka Berfikir

Menurut (Priadana, 2009 :20) kerangka berfikir adalah suatu model atau skema yang berkonseptual tentang bagaimana teori-teori yang berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

Pengaruh kualitas pelayanan yang diteliti oleh (Sari, Purnama dan Jamil, 2016 :

14) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, kemudian dalam penelitian (Adhitomo Wirawan & Risfandi, 2018 : 27) fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Kedua pendapat yang telah dikemukakan diatas secara skematis dapat disusun dalam kerangka pemikiran yang tersaji pada gambar berikut :



**Gambar 2. 1 Kerangka berfikir**  
**Sumber : Data Sekunder diolah,2018**

## 2.4 Hipotesis

Menurut (sugiyono, 2009) Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang dibuat didalam pertanyaan-pertanyaan, hipotesis dapat dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan hanya berdasarkan teori – teori yang ada belum berdasarkan fakta-fakta yang diperoleh dari pengumpulan data.

Menurut (Sanusi, 2011: 44) Hipotesis adalah kebenaran yang masih diragukan. Hipotesis juga merupakan hasil dari suatu pemikiran yang rasional yang dilandasi oleh teori-teori, hukum, dalil dan sebagainya yang sudah ada sebelumnya. Hipotesis yang menyatakan hubungan korelasional hanya menyatakan bahwa variabel-variabelnya berhubungan secara bersamaan tanpa dinyatakan bahwa variabel yang satu menyebabkan terjadinya variabel lainnya. Dengan melihat latar belakang dan Rumusan masalah yang telah penulis jabarkan, maka dalam penelitian ini, peneliti mempunyai hipotesis sebagai berikut:

Berdasarkan teori-teori dan penjelasan di atas maka hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- H<sub>1</sub> : Diduga bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna perpustakaan di Politeknik Negeri Batam
- H<sub>2</sub> : Diduga bahwa Fasilitas berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna perpustakaan di Politeknik Negeri Batam
- H<sub>3</sub> : Diduga bahwa Kualitas Pelayanan dan Fasilitas berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna perpustakaan di Politeknik Negeri Batam