



**PENGARUH BUDAYA PEMASARAN PERPUSTAKAAN dan LAYANAN
INFORMASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN dan IMPLIKASI
PADA LOYALITAS KONSUMEN DALAM MENCARI BAHAN RUJUKAN
: STUDI KASUS PADA PERPUSTAKAAN CSIS (*Centre for Strategic and
International Studies*)**

TESIS

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
FARIZ MIHARJA
55113310033

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2015**



**PENGARUH BUDAYA PEMASARAN PERPUSTAKAAN dan LAYANAN
INFORMASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN dan IMPLIKASI
PADA LOYALITAS KONSUMEN DALAM Mencari BAHAN RUJUKAN
: STUDI KASUS PADA PERPUSTAKAAN CSIS (*Centre for Strategic and
International Studies*)**

TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana Program
Studi Magister Manajemen**

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

FARIZ MIHARJA

55113310033

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2015

PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Budaya Pemasaran Perpustakaan dan Layanan Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen dan Implikasi pada Loyalitas Konsumen Dalam Mencari Bahan Rujukan : Studi Kasus di Perpustakaan CSIS (*Centre for Strategic and International Studies*)

Bentuk Karya Akhir : Riset Analisis Penjualan

Nama : Fariz Miharja

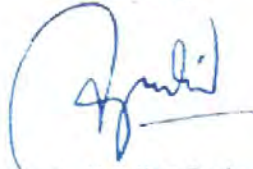
NIM : 55113310033

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : 7 Juni 2015

Mengesahkan :

Pembimbing



Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS.

Direktur Pascasarjana



Prof. Dr. Didik J Rachbini

Ketua Program Studi
Magister Manajemen



Dr. Augustina Kurniasih, ME.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judu : Pengaruh Budaya Pemasaran Perpustakaan dan Layanan Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen dan Implikasi pada Loyalitas Konsumen Dalam Mencari Bahan Rujukan :Studi Kasus pada Perpustakaan CSIS (*Centre for Strategic and International Studies*)

Bentuk Karya Akhir : Riset Analisis Penjualan

Nama : Fariz Miharja

NIM : 55113310033

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : 7 Juni 2015

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya Ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul “*Pengaruh Budaya Pemasaran Perpustakaan dan Layanan Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen dan Implikasi pada Loyalitas Konsumen Dalam Mencari Bahan Rujukan : Studi Kasus pada Perpustakaan CSIS (Centre for Strategic and International Studies)*”. Adapun tujuan penulisan tesis ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana.

Sehubungan dengan hal tersebut, penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan setinggi – tingginya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, mengarahkan penulis, memberikan semangat serta motivasi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
2. Dr. Ir. Ahmad Fachrodji, MM selaku dosen penguji ujian sidang tesis yang telah memberikan masukan positif dan dukungan kepada penulis demi perbaikan tesis sampai kepada tahap kesempurnaan tesis ini.
3. Priyono, SE, ME selaku ketua ujian sidang tesis yang juga telah memberikan masukan positif dan dukungan kepada penulis demi perbaikan tesis sampai kepada tahap kesempurnaan tesis ini.
4. Dr. Augustina Kurniasih, ME. selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen yang secara tidak langsung memberikan semangat kepada para mahasiswa termasuk penulis dalam hal fasilitas akademis sehingga penulis dapat memberikan aspirasi mengenai hal permasalahan akademik demi tercapainya kegiatan belajar mengajar termasuk pembuatan tesis ini.
5. Prof. Dr. Didik J Rachbini selaku direktur Pasca sarjana yang secara tidak langsung juga memberikan semangat kepada mahasiswa termasuk penulis dalam hal fasilitas akademis sehingga penulis dapat mengikuti kegiatan belajar di program studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

6. Ibunda Penulis Ibu Suratmi dan Ayahanda Dian Rudianto serta kakak tercinta Euis Sunarti dan Sri Ratnawati yang telah memberi dukungan terutama bantuan doa sepenuhnya kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
7. Seluruh staf karyawan CSIS, terutama Yudhi Akhdiyanie, Is Ari Setyawati, dan Suyono selaku *peer group* Perpustakaan CSIS yang selalu mensupport penulis dalam menyelesaikan tesis ini. Tidak lupa penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Christi Mahendra dan Mevy Hosiana Manullang yang juga telah mensupport penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
8. Seluruh staf karyawan Universitas Mercu Buana khususnya Rima Wulandari, Siti Maisyaroh Siregar dan Rengga Sendrian Pakis yang telah membantu penulis dalam mencari bahan pustaka.
9. Teman Sejawat Magister Manajemen Universitas Mercu Buana tercinta khususnya Christa Dewi Astika, Saphira Pebriana Saleh, Chrystina Yohana Limas, Tya Puspa, Eka Deasy, Kiki Pebriana, Erni Mahrani Pane, Indra Indrayana, dan Harwindra Yoga Prasetya, serta ketiga teman luar biasa saat di Universitas Indonesia khususnya Permadi Heru Prayogo, Ispen Asep Yurano, dan Hardika Tri Nugroho yang selalu mendukung, menyemangati, dan memotivasi penulis baik spirit maupun mental dalam menyelesaikan tesis ini.
10. Semua pihak terutama responden, yang telah bersedia mengisi kuesioner penelitian ini.



Penulis

Fariz Miharja

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi, Perumusan, dan Batasan Masalah.....	18
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	18
1.2.2 Rumusan Masalah.....	19
1.2.3 Batasan Masalah.....	20
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	20
1.3.1 Maksud Penelitian.....	20
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	20
1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian.....	21
1.4.1 Manfaat Penelitian.....	21
1.4.2 Kegunaan Penelitian.....	22
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN.....	23
2.1 Sejarah Perpustakaan CSIS.....	23
2.2 Lingkup Bidang Usaha.....	25
2.3 Sumber Daya Manusia.....	27
2.4 Tantangan Bisnis.....	28
2.5 Kegiatan Fungsi Bisnis.....	29

BAB III	TINJAUAN TEORITIS.....	30
3.1	Kajian Teori.....	30
3.1.1	Budaya Pemasaran Perpustakaan.....	30
3.1.1.1	Dimensi Budaya Pemasaran Perpustakaan.....	33
3.1.2	Layanan Informasi.....	35
3.1.2.1	Dimensi Layanan Informasi.....	35
3.1.3	Kepuasan Konsumen.....	39
3.1.3.1	Dimensi Kepuasan Konsumen.....	40
3.1.4	Loyalitas Konsumen.....	40
3.1.4.1	Dimensi Loyalitas Konsumen.....	43
3.2	Pengaruh Budaya Pemasaran Perpustakaan Terhadap Kepuasan Konsumen di Perpustakaan CSIS.....	44
3.2.1	Analisis Hubungan Dimensi Budaya Pemasaran Perpustakaan dengan Dimensi Kepuasan Konsumen.....	44
3.3	Pengaruh Layanan Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Perpustakaan CSIS.....	55
3.3.1	Analisis Hubungan Dimensi Layanan Informasi dengan Dimensi Kepuasan Konsumen.....	55
3.4	Pengaruh Budaya Pemasaran Perpustakaan Terhadap Loyalitas Konsumen di Perpustakaan CSIS.....	66
3.4.1	Analisis Hubungan Dimensi Budaya Pemasaran Perpustakaan dengan Dimensi Loyalitas Konsumen.....	67
3.5	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen di Perpustakaan CSIS.....	78
3.5.1	Analisis Hubungan Dimensi Kepuasan Konsumen dengan Dimensi Loyalitas Konsumen.....	78
3.6	Pengaruh Layanan Informasi Terhadap Loyalitas Konsumen di Perpustakaan CSIS.....	85
3.6.1	Analisis Hubungan Dimensi Kepuasan Konsumen dengan Dimensi Loyalitas Konsumen.....	85

3.7	Penelitian Terdahulu.....	95
3.8	Kerangka Berpikir.....	103
3.9	Hipotesis.....	104
BAB IV	METODE PENELITIAN.....	105
4.1	Desain Penelitian.....	105
4.2	Variabel Penelitian.....	106
4.3	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	108
4.4	Populasi dan Sampel Penelitian.....	114
4.5	Teknik Pengumpulan Data.....	115
4.6	Teknik Analisis Data.....	117
4.6.1	Uji Kuesioner.....	117
4.6.1.1	Uji Validitas.....	117
4.6.1.2	Uji Reliabilitas.....	118
4.7	Uji Asumsi Klasik.....	120
4.8	Analisis Kuantitatif.....	124
4.9	Analisis Dimensi.....	126
BAB V	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	128
5.1	Metode Pengumpulan Data.....	128
5.2	Profil Responden.....	129
5.2.1	Jenis Kelamin Responden.....	129
5.2.2	Rentang Usia Responden.....	131
5.2.3	Pekerjaan Responden.....	132
5.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	133
5.3.1	Uji Validitas Instrumen.....	133
5.3.2	Uji Reliabilitas Instrumen.....	136
5.4	Uji Asumsi Klasik.....	138
5.5	Pengujian Model (<i>Path Analysis</i>).....	142
5.5.1	Pengaruh Secara Langsung.....	143
5.5.2	Pengaruh Secara Tidak Langsung.....	154

5.5.3	Pengaruh Secara Simultan.....	155
5.6	Analisis Dimensi Antara Variabel Budaya Pemasaran Perpustakaan (X_1),Layanan Informasi (X_2), Kepuasan Konsumen (Y_1), dan Loyalitas Konsumen (Y_2).....	159
5.7	Analisis Antar Dimensi.....	161
5.7.1	Analisis Dimensi Budaya Pemasaran Perpustakaan (X_1) Dengan Dimensi Kepuasan Konsumen (Y_1).....	161
5.7.2	Analisis Dimensi Budaya Pemasaran Perpustakaan (X_1) Dengan Dimensi Loyalitas Konsumen (Y_2).....	163
5.7.3	Analisis Dimensi Layanan Informasi (X_2) Dengan Dimensi Kepuasan Konsumen (Y_1).....	165
5.7.4	Analisis Dimensi Layanan Informasi (X_2) Dengan Dimensi Loyalitas Konsumen (Y_2).....	168
5.7.5	Analisis Dimensi Kepuasan Konsumen (Y_1) Dengan Dimensi Loyalitas Konsumen (Y_2).....	170
5.8	Skema Hasil Analisis Jalur Antar Variabel.....	172
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN.....	174
6.1	Kesimpulan.....	174
6.2	Saran.....	176
DAFTAR PUSTAKA.....		181
LAMPIRAN.....		185
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		201

DAFTAR TABEL

No Tabel	Judul Tabel	Hal
1.1	Perpustakaan Terbaik di Dunia	2
1.2	Perpustakaan Terbaik di Indonesia	4
1.3	Data Jumlah Pustakawan di Indonesia	5
1.4	Data Latar Belakang Pendidikan Pustakawan di Indonesia	6
1.5	Sebaran Pustakawan di Indonesia Menurut Jabatan	7
1.6	Hasil Observasi Kepada Pengunjung Perpustakaan CSIS	9
1.7	Data Penjualan Terbitan CSIS Periode 21 Desember 2009 Sampai 21 Desember 2013	14
1.8	Data Berlangganan CSIS Periode 21 Desember 2009 sampai dengan 21 Desember 2013 (Perorangan dan Lembaga)	15
1.9	Harga Junral dan Kliping Terbitan CSIS	16
1.10	Penjualan Buku Terbitan CSIS periode 2009 – 2010	17
2.3	Sumber Daya Manusia Perpustakaan CSIS	27
3.2	Penelitian Terdahulu <i>Mapping Journal</i>	96
4.2	Variabel Penelitian	106
4.3	Dimensi Operasional Variabel Penelitian	108
4.8	Analisis Dimensi Budaya Pemasaran Perpustakaan, Layanan Informasi, Kepuasan Konsumen, dan Loyalitas Konsumen	126
4.9	Tingkat Hubungan Nilai r	127
5.1	Diagram Jenis Kelamin Responden	130
5.2	Diagram Rentang Usia Responden	131
5.3.1.1	Pra Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	135

5.3.1.2	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	136
5.3.3	Tabel Reliabilitas Masing-Masing Variabel	137
5.4	Hasil Analisis Dimensi Budaya Pemasaran Perpustakaan, Layanan Informasi, Kepuasan Konsumen, dan Loyalitas Konsumen	160



DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul Gambar	Hal
2.2	Struktur Organisasi Biro Perpustakaan CSIS	26
3.8	Kerangka Berpikir Penelitian	103
4.7	Struktur Pengaruh Budaya Pemasaran Perpustakaan dan Layanan Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen serta Implikasi pada Loyalitas Konsumen di Perpustakaan CSIS	124
5.2.1	Gambar Prosentase Karakteristik Menurut Jenis Kelamin	130
5.2.2	Gambar Rentang Usia Responden	131
5.2.3	Gambar Rentang Pekerjaan Responden	132
5.5	Model <i>Path Analysis</i>	142
5.8	Skema Pengaruh Budaya Pemasaran Perpustakaan Perpustakaan dan Layanan Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen serta Implikasi pada Loyalitas Konsumen di Perpustakaan CSIS	172

DAFTAR LAMPIRAN

No Lampiran	Judul Lampiran	Hal
1	Data Pembelian Rutin dan Tidak Rutin Pelanggan Jurnal Analisis CSIS Periode Tahun 2009 sampai dengan Tahun 2013	185
2	Data Pembelian Rutin dan Tidak Rutin Pelanggan Jurnal Buletin of Indonesia Economic Studies (BIES) Periode Tahun 2009 sampai dengan Tahun 2013	187
3	Data Pembelian Rutin dan Tidak Rutin Pelanggan Jurnal The Indonesian Quarterly Periode Tahun 2009 sampai dengan Tahun 2013	189
4	Data Pembelian Rutin dan Tidak Rutin Pelanggan Kliping Politik Periode Tahun 2009 sampai dengan Tahun 2013	194
5	Data Pembelian Rutin dan Tidak Rutin Pelanggan Kliping Pendidikan Periode tahun 2009 sampai tahun 2013	195
6	Data Pembelian Rutin dan Tidak Rutin Pelanggan Kliping Ekonomi Periode Tahun 2009 sampai tahun 2013	196
7	Kuesioner Riset Penelitian	197
8	Matriks Korelasi Antar Dimensi	200