

Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Digital Terhadap Kepuasan Serta Loyalitas Pemustaka Di UPT Perpustakaan Proklamator Bung Karno

Mohamad Yanuar Hafidz, Imam Baehaki

Magister Manajemen, Universitas Islam Kadiri

Email: hafidz.yanuar54@gmail.com

Abstrak

Layanan perpustakaan mendapat sebuah tempat tersendiri dalam undang-undang, hal ini dikarenakan layanan perpustakaan merupakan tugas utama tujuan dari terbentuknya sebuah perpustakaan. Perpustakaan juga harus beradaptasi dan mengikuti perkembangan teknologi, salah satunya dengan penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi antara perpustakaan dan pemustaka. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh antara kualitas layanan dan promosi digital terhadap loyalitas pemustaka melalui mediasi kepuasan pemustaka. Penelitian ini dilakukan di Perpustakaan Proklamator Bung Karno yang berlokasi di Blitar, Jawa timur, pada 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pemustaka adalah signifikan; (2) pengaruh promosi digital terhadap kepuasan pemustaka adalah signifikan; (3) pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pemustaka tidak signifikan; (4) pengaruh promosi digital terhadap loyalitas pemustaka adalah signifikan; (5) pengaruh kepuasan pemustaka terhadap loyalitas pemustaka signifikan; (6) pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pemustaka melalui mediasi kepuasan pemustaka adalah signifikan; (7) pengaruh promosi digital terhadap loyalitas pemustaka melalui mediasi kepuasan pemustaka adalah signifikan.

Kata kunci : kualitas layanan, promosi digital, kepuasan pemustaka, loyalitas pemustaka.

Abstract

Libraries are a important facility for all levels of society in a nation. Library services have a separate place, because it is the main task of a library. Libraries also adapt to information technology was develop. The purpose of study was to determine the effect of Service Quality and Digital Promotiona on Customer Satisfaction and Customer Loyalty. This research was carried out in Proklamator Bung Karno Library in Blitar, East Java at 2024The results of this study indicate that: (1) there is positif impact of service quality on user satisfaction; (2) there is positif impact of digital promotion on user satisfaction; (3) There's no positive impact of service quality on user loyalty; (4) there is positif impact of digital promotion on user loyalty; (5) there is positif impact of user satisfaction on user loyalty; (6) There is a positive impact of service quality on user loyalty through the intervening of satisfaction; (7) There is a positive impact of digital promotion on user loyalty through the intervening of satisfaction.

Keywords: service quality, digital promotion, customer satisfaction, customer loyalty, library.

Latar Belakang Teoritis

Kebutuhan pemustaka menjadi hal yang sangat penting diperhatikan dalam rangka memberikan kepuasan bagi para pemustaka, dan diharapkan loyalitas pemustaka akan terbentuk. Loyalitas pemustaka juga didapat melalui komunikasi yang efektif antara perpustakaan dan pemustaka, baik melalui media konvensional maupun media sosial. Perpustakaan merupakan lembaga penyedia jasa layanan informasi bagi setiap masyarakat. Sesuai dengan amanat UU 43 Tahun 2007, layanan perpustakaan mendapat sebuah tempat tersendiri hal ini dikarenakan layanan perpustakaan merupakan tugas utama tujuan dari terbentuknya sebuah perpustakaan.

Sebagai organisasi berorientasi layanan, perpustakaan mengidentifikasi pelanggan, pengguna atau pemustaka sebagai suara yang paling kritis dalam menilai kualitas layanan perpustakaan. Loyalitas pemustaka akan muncul karena adanya rasa puas yang dirasakan oleh pemustaka dalam memperoleh dan memanfaatkan berbagai jasa yang disediakan oleh perpustakaan.

Kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara persepsi pelanggan terhadap jasa yang diterima dan harapannya sebelum menggunakan jasa tersebut (Zeithaml dan Bitner dalam Jasfar, 2012). Oleh karena itu, harapan pemustaka setidaknya sebanding dapat dipenuhi oleh kinerja pengelola perpustakaan. Jika

perpustakaan dapat memberikan informasi yang mereka butuhkan, pemustaka tidak akan pernah merasa kecewa dan akan selalu merasa puas. Sebaliknya, jika perpustakaan tidak dapat memberikan informasi yang mereka butuhkan, pemustaka akan merasa kecewa. Kualitas layanan sangat penting untuk mencapai kepuasan pengguna jasa informasi dan merupakan kunci utama keberhasilan perpustakaan.

Hasil penelitian sebelumnya menyatakan bahwa pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pemustaka adalah signifikan dan positif (Marguna, 2013). Disamping itu juga beberapa penelitian yang membahas tentang kualitas layanan akan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Disamping itu juga disebutkan bahwa kualitas layanan dari suatu instansi atau perusahaan akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (konsumen). Artinya apabila kualitas layanan suatu instansi atau lembaga akan menentukan kepuasan pelanggan dan berimplikasi terhadap loyalitas untuk melakukan transaksi ulang (Bahrun, 2009; Hurriyati, 2005; Irawan, 2003; Jasfar, 2012.)

Perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat mengakibatkan batasan waktu mulai hilang, saat ini perpustakaan juga sedang berlomba-lomba untuk memberikan layanan informasi kepada masyarakat. Perpustakaan berusaha keras untuk diakui oleh masyarakat. Oleh karena itu, pengabdian kepada masyarakat tidak hanya harus dilakukan dengan baik, tetapi juga dilakukan dengan prima dan berkelanjutan. Strategi promosi digital saat ini digunakan oleh seluruh lapisan masyarakat dunia usaha, juga mulai diterapkan dalam lembaga-lembaga pemerintah yang berorientasi pada publik.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini adalah kajian akan sangat penting tentang layanan informasi perpustakaan. Kajian ini memberikan perhatian khusus pada peran perpustakaan dalam melayani pemustaka serta mengelola media sosial sebagai media digital dalam mempromosikan baik lembaga, kegiatan, maupun inovasi layanan kepada pemustaka sebagai pengguna aktif perpustakaan. Bidang kajian difokuskan pada peningkatan kepuasan dan loyalitas pemustaka melalui kualitas

layanan dan promosi digital Perpustakaan Proklamator Bung Karno.

Pemustaka

Menurut Undang-undang No.43 Tahun 2007 tentang perpustakaan menyatakan bahwa pemustaka adalah pengguna perpustakaan yaitu perorangan, kelompok orang masyarakat yang memanfaatkan fasilitas layanan perpustakaan. Pemustaka juga dapat diartikan sebagai orang-orang yang datang ke perpustakaan dengan maksud, tujuan, harapan tertentu sehingga dapat memperoleh informasi yang diinginkan dengan cara yang mudah dan menyenangkan. Ada berbagai jenis pemustaka seperti pelajar, mahasiswa, dosen, guru, karyawan, dan masyarakat umum tergantung dengan jenis perpustakaan tersebut.

Loyalitas Pemustaka

Loyalitas menurut KBBI adalah setia kawan (sebagai kebiasaan atau sikap hati); Kesetiaan atau kepatuhan yang tulus ikhlas kepada penguasa atau Negara; Kebiasaan, tindakan, atau sikap yang menunjukkan setia kawan atau kesetiaan yang tulus ikhlas. secara umum, loyalitas menunjukkan sikap atau kebiasaan setia kawan, kesetiaan, atau kepatuhan yang tulus ikhlas terhadap seseorang, kelompok, atau tujuan tertentu. Loyalitas atau kesetiaan diartikan sebagai komitmen kuat dari pelanggan untuk membeli atau berlangganan produk/jasa tertentu di masa depan meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi merubah perilaku (Kotler, 2016). Loyalitas pelanggan mencerminkan hubungan positif antara pelanggan dan perusahaan atau merek yang diukur melalui serangkaian tindakan atau keputusan pembelian yang konsisten. Menurut Mowen dan Minor dalam Mardalis (2005) loyalitas sebagai kondisi dimana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap suatu merek, mempunyai komitmen pada merek tersebut, dan bermaksud meneruskan pembeliannya di masa mendatang”.

Loyalitas pemustaka merujuk pada sejauh mana pengunjung atau pengguna perpustakaan kembali menggunakan layanan perpustakaan secara berulang. Loyalitas ini dapat tercermin dalam frekuensi kunjungan, pemanfaatan sumber daya perpustakaan, partisipasi dalam program-program

perpustakaan, dan tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan yang diberikan (Risparyanto, 2017). Faktor yang dapat memengaruhi loyalitas pemustaka di perpustakaan antara lain koleksi yang relevan, pelayanan yang ramah dan profesional, program dan acara menarik, fasilitas yang nyaman, penggunaan teknologi yang inovatif, kemitraan dengan komunitas, program penghargaan atau keanggotaan (Yani & Munir, 2021).

Kepuasan Pemustaka

Konsep mengenai kepuasan pemustaka seringkali dikaitkan dengan kualitas jasa. Cullen (2014) mengutip Hermon & Altman, mengungkapkan bahwa “kedua istilah tersebut mempunyai hubungan yang kompleks. Kualitas jasa kadang dianggap sebagai penyebab kepuasan pelanggan atau sebaliknya”. Dari pengertian tersebut dapat juga dikatakan bahwa untuk mencapai kepuasan pemustaka, maka perpustakaan harus memberikan kualitas terhadap jasa yang diberikan. Zeithaml dan Bitner (1988) mendefinisikan kepuasan pemustaka sebagai penilaian pelanggan terhadap produk atau jasa yang berhubungan pemuasan dan kebutuhan harapan mereka, kepuasan konsumen biasanya dipengaruhi oleh faktor-faktor spesifik dari suatu produk spesifik dari suatu produk atau jasa dan juga “perception of quality”. Menurut Lasa (2009), Kepuasan pemustaka adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Sedangkan menurut Yuniarti dalam Pandita (2017) kepuasan pemustaka adalah hasil yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan.

Untuk menjaga kepuasan pengguna terhadap perpustakaan, Haryono (1998) berpendapat bahwa Perpustakaan yang baik dapat diukur dari keberhasilannya dalam menyajikan *Service, Quality & Loyalty* pelayanan yang bermutu kepada masyarakat. Semakin baik pelayanannya, semakin tinggi penghargaan yang diberikan kepada perpustakaan”.

Kualitas Layanan

Kualitas menurut KBBI adalah tingkat baik buruknya sesuatu; mutu. Layanan dalam KBBI berarti perihal atau cara melayani. Layanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan suatu pihak

kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Simamora, 2001). Pelayanan adalah suatu sistem yang memenuhi sesuatu kebutuhan publik, diorganisasikan baik oleh pemerintah maupun perusahaan swasta (Hornby, 2000).

Dunia perpustakaan saat ini menghadapi tantangan karena banyaknya informasi dan maraknya lembaga penyediaannya. Internet membuat keberadaan perpustakaan saat ini semakin tersaingi, yang menawarkan pengalaman baru dan banyak kemudahan bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi sesuai kebutuhan mereka dengan mudah, kapan saja, dan dimana saja, bahkan sudah dalam genggam tangan. Layanan perpustakaan mencakup segala upaya yang dilakukan oleh perpustakaan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna. Ini dapat melibatkan penyediaan dan pemanfaatan koleksi, bantuan referensi, pelatihan penggunaan sumber daya informasi, dan kegiatan-kegiatan lain yang mendukung tujuan pendidikan dan literasi masyarakat.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen variabel LibQual+™ yang merupakan pengembangan dari ServQUAL+™ yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pemustaka terhadap pelayanan perpustakaan. LibQual+™ merupakan salah satu panduan layanan yang digunakan perpustakaan untuk mengumpulkan, memetakan, memahami dan bertindak atas pendapat pengguna perpustakaan terhadap kualitas layanan perpustakaan.

Promosi Digital

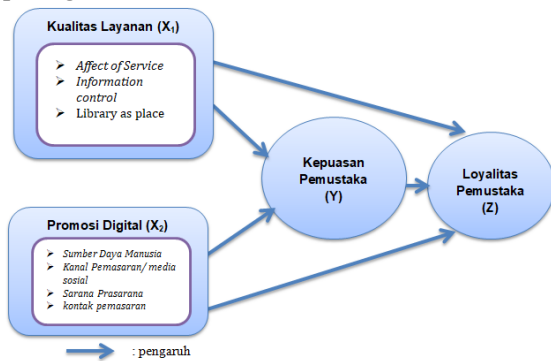
Promosi digital merupakan salah satu strategi promosi yang menggunakan platform dan kanal digital untuk mempromosikan produk, layanan, atau merek kepada audiens target. Berbeda dengan promosi tradisional, promosi digital memanfaatkan teknologi digital dan berbagai saluran online, seperti mesin pencari, media sosial, *email*, dan situs web, untuk mencapai tujuan pemasaran (Purwana, dkk. 2017).

Promosi digital telah menjadi elemen krusial dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing perpustakaan. Menurut Chaffey dan Smith (2017), promosi digital melibatkan penggunaan berbagai kanal online dan

teknologi untuk mencapai tujuan promosi. Konteks promosi digital di perpustakaan dapat mencakup strategi konten online, media sosial, kampanye email, dan penggunaan alat-alat analitik. Studi-studi terkait telah menyoroti peran strategis promosi digital dalam menjangkau pemustaka, meningkatkan kehadiran perpustakaan di dunia maya, dan meningkatkan interaksi dengan pemustaka melalui berbagai platform digital.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dapat dijelaskan pada gambar dibawah ini :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis penelitian yang dapat dirumuskan berdasarkan tujuan penelitian dan kerangka pemikiran tersebut adalah:

- H₁ : Terdapat pengaruh antara Kualitas Layanan dengan Kepuasan Pemustaka.
- H₂ : Terdapat pengaruh antara Promosi Digital terhadap Kepuasan Pemustaka.
- H₃ : Terdapat pengaruh antara Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pemustaka.
- H₄ : Terdapat pengaruh antara Promosi Digital terhadap Loyalitas Pemustaka.
- H₅ : Terdapat pengaruh antara Kepuasan Pemustaka terhadap Loyalitas Pemustaka.
- H₆ : Terdapat pengaruh antara Kepuasan Pemustaka karena Kualitas layanan terhadap Loyalitas Pemustaka.
- H₇ : Terdapat pengaruh antara Kepuasan Pemustaka karena Promosi digital terhadap Loyalitas Pemustaka.

Metode Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel bebas, yaitu kualitas layanan dan promosi digital; satu variabel terikat, yaitu loyalitas pemustaka; dan satu variabel mediasi (*intervening*), yaitu kepuasan pemustaka. Keempat variabel tersebut mempunyai korelasi dan saling berpengaruh antara satu variabel dan variabel lainnya.

Populasi penelitian ini adalah seluruh pemustaka yang telah berkunjung ke Perpustakaan Proklamator Bung Karno dan menjadi anggota aktif serta memiliki kartu anggota perpustakaan. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel sesuai dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017). Untuk menentukan jumlah sampel, maka digunakan rumus Taro Yamane/Slovin (Ridwan, 2005). Rumus Slovin merupakan salah satu teori penarikan sampel yang paling populer dalam penelitian kuantitatif, karena Slovin memasukkan unsur kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat di toleransi (Ma'aruf, 2015).

Jumlah seluruh anggota Perpustakaan Proklamator Bung Karno adalah 34.276 orang berdasarkan data *INLIS (Integrated Library System)* yang diakses pada hari Selasa, 30 Januari 2024 pada pukul 10 : 22 WIB. Berdasarkan rumus Slovin, maka jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 100 orang responden:

$$n = \frac{N}{1 + N(d)^2}$$

$$n = \frac{34.276}{1 + 34.276(0,1)^2}$$

$$n = \frac{34.276}{1 + 342,76}$$

$$n = \frac{34.276}{343,76}$$

$$n = 99,709 \text{ dibulatkan menjadi}$$

100

Keterangan :

- n = Jumlah Sampel
- N = Jumlah populasi yang diketahui
- d = Batas toleransi Tingkat kesalahan (pada penelitian ini mengambil tingkat kesalahan 10% atau 0,1)

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, kuesioner dan dokumentasi yang berupa data jumlah pemustaka Perpustakaan

Proklamator Bung Karno. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya (1) Uji instrumen menggunakan uji reliabilitas dan uji validitas, (2) Uji asumsi klasik menggunakan uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas dan uji linearitas, (3) Uji regresi linier berganda dan (4) Uji hipotesis yang meliputi uji signifikan simultan (uji F) dan uji signifikan parameter individual (uji t). Untuk mengetahui pengaruh mediasi dari kepuasan pemustaka, maka uji yang digunakan adalah *uji sobel*. dalam penelitian ini menggunakan pengolahan data dengan bantuan program SPSS 25.0

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Perpustakaan Proklamator Bung Karno adalah Unit Pelaksana Teknis dari Perpustakaan Nasional Republik Indonesia yang berkedudukan di Kota Blitar. Perpustakaan Proklamator Bung Karno didirikan karena adanya keinginan yang kuat dalam mengembangkan nasionalisme Indonesia untuk menghadapi globalisme, kekaguman akan sosok Bung Karno dengan pemikiran dan cita-citanya dalam meletakkan pondasi kebangsaan Indonesia. Keberadaannya diharapkan dapat menjadi motivasi untuk menggugah rasa nasionalisme dan patriotisme atau meningkatkan wawasan kebangsaan para generasi penerus.

Deskripsi Variabel

Variabel Kualitas Layanan

Tabel 1. Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Layanan

No	Item Pernyataan	Rata-rata	Indeks	Kategori
1	<i>Affect of Service</i> (X _{1.1})	4,5888	91,77	Tinggi
2	<i>Information control</i> (X _{1.2})	4,1605	83,15	Tinggi
3	<i>Library as place</i> (X _{1.3})	4,4300	88,6	Tinggi
	Rata-rata Kualitas Layanan	4,3879	87,84	Tinggi

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Variabel Promosi Digital

Tabel 2. Tanggapan Responden Mengenai Variabel Promosi Digital

No	Item Pernyataan	Rata-rata	Indeks	Kategori
1	Sumber Daya Manusia (X _{2.1})	4,4517	89,03	Tinggi
2	Kanal Promosi media sosial (X _{2.2})	4,1433	82,86	Tinggi
3	Sarana prasarana (X _{2.3})	4,3140	86,28	Tinggi
4	Kontak Promosi (X _{2.4})	4,3300	86,6	Tinggi
	Rata-rata Promosi Digital	4,3053	86,19	Tinggi

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Variabel Kepuasan Pemustaka

Tabel 3. Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepuasan Pemustaka

No	Item Pernyataan	Rata-rata	Indeks	Kategori
1	Kesesuaian Harapan (Y ₁)	4,5920	91,84	Tinggi
	Rata-rata Kepuasan Pemustaka	4,5920	91,84	Tinggi

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Variabel Loyalitas Pemustaka

Tabel 4. Tanggapan Responden Mengenai Variabel Loyalitas Pemustaka

No	Item Pernyataan	Rata-rata	Indeks	Kategori
1	Minat Berkunjung Kembali (Z ₁)	4,6020	92,04	Tinggi
2	Kesediaan Merekomendasikan (Z ₂)	4,4420	88,84	Tinggi
	Rata-rata Loyalitas Pemustaka	4,5220	90,44	Tinggi

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Karakteristik Responden

Pada penelitian ini data responden diperoleh dari kuesioner yang di sebarakan pada responden yaitu pengunjung perpustakaan Proklamator Bung Karno yang

telah mengunjungi perpustakaan lebih dari satu kali yaitu sebanyak 100 responden

Tabel 5. Karakteristik Responden

Keterangan	Klasifikasi	Jumlah Responden	
		Oran g	%
Jenis Kelamin	Laki-laki	28	28
	Perempuan	72	72
Rentang Menjadi Anggota Aktif Perpustakaan	< 1 Tahun	31	31
	1 – 5 Tahun	47	47
	> 5 Tahun	22	22
Frekuensi Memanfaatkan Layanan Perpustakaan	1 – 2 kali sebulan	33	33
	3 - 4 kali sebulan	45	45
	5 – 6 kali sebulan	10	10
	> 6 kali sebulan	12	12
Aplikasi Sumber Media Promosi Perpustakaan	Instagram	52	54,7
	Whatsapp	34	35,8
	Youtube	2	2,1
	Twitter (X)	1	1,1

Sumber : Data Primer diolah 2024

Hasil Uji Instrumen

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan pada 30 responden yaitu pengunjung perpustakaan Perpustakaan Proklamator Bung Karno dengan ketentuan r hitung lebih kecil dari r tabel (0,361) dengan taraf signifikansi 5 %.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas

Variabel	Jumlah item yang diuji	Jumlah item tidak valid	Jumlah item valid
Kualitas Layanan	30	0	30
Promosi Digital	30	0	30
Kepuasan Pemustaka	30	0	30
Loyalitas Pemustaka	30	0	30

Sumber : Data Primer diolah 2024

Uji Reliabilitas

Dari hasil pengujian reliabilitas yang dilakukan terhadap 30 responden dimana reliabilitas variabel dikatakan baik apabila memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,60 (Ghozali, 2018).

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batasan	Ket
X ₁ (Kualitas Layanan)	0,952	0,60	Reliabel
X ₂ (Promosi Digital)	0,946	0,60	Reliabel
Y (Kepuasan Pemustaka)	0,925	0,60	Reliabel
Z (Loyalitas Pemustaka)	0,925	0,60	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah 2024

Analisis Jalur (Path Analysis)

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 8. Hasil Analisis Regresi Model 1

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.292	1.409		1.627	.107		
	Kualitas Layanan	.104	.014	.674	7.496	.000	.393	2.546
	Promosi Digital	.050	.023	.191	2.120	.037	.393	2.546
	a. Dependent Variable: Kepuasan Pemustaka							

Sumber: output SPSS yang diolah, 2024

Dari hasil regresi dalam tabel diatas, maka dapat dibuat persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0,674 X_1 + 0,191 X_2$$

Persamaan regresi tersebut mempunyai arti sebagai berikut :

1. Koefisien regresi kedua variabel bebas (kualitas layanan dan promosi digital) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan pemustaka). Artinya, apabila variabel kualitas layanan dan promosi digital meningkat, maka variabel kepuasan pemustaka juga meningkat.
2. Dari hasil koefisien regresi yang didapat menunjukkan bahwa faktor kualitas layanan ($b_1 = 0,674$) menjadi faktor yang lebih dominan dalam mempengaruhi kepuasan pemustaka di Perpustakaan Proklamator Bung Karno.

Tabel 9. Hasil Analisis Regresi Model 2

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.480	2.730		3.107	.002		
	Kualitas Layanan	-.006	.033	-.020	-.171	.865	.249	4.021
	Promosi Digital	.272	.046	.554	5.931	.000	.375	2.664
	Kepuasan Pemustaka	.669	.194	.355	3.448	.001	.308	3.243
a. Dependent Variable: Loyalitas Pemustaka								

Sumber: output SPSS yang diolah, 2024

Dari hasil regresi dalam tabel diatas, maka dapat dibuat persamaan sebagai berikut:

$$Z = -0,020 X_1 + 0,554 X_2 + 0,355 Y$$

Persamaan regresi tersebut mempunyai arti sebagai berikut :

1. Ada satu koefisien regresi dari variabel bebas yang bernilai negatif (kualitas layanan) dan dua koefisien regresi variabel bebas (promosi digital, kepuasan pemustaka) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (loyalitas pemustaka). Artinya, apabila variabel promosi digital dan kepuasan pemustaka meningkat, maka variabel loyalitas pemustaka juga meningkat, dan apabila variabel kualitas layanan menurun maka, variabel loyalitas pemustaka juga akan turun.
2. Dari hasil koefisien regresi yang didapat menunjukkan bahwa faktor promosi digital ($b_2 = 0,554$) menjadi faktor yang dominan dalam mempengaruhi kepuasan pemustaka di Perpustakaan Proklamator Bung Karno.

Pengujian Model Uji F

Uji F digunakan untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan Suatu variabel dianggap berpengaruh, apabila F hitung > F table. Nilai F hitung dapat dilihat pada hasil regresi dan nilai F tabel didapat melalui *sig. a* = 0,05 dengan $df_1 = k - 1$ dan $df_2 = n - k$.

Tabel 10. Hasil Uji F Model 1

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	474.376	2	237.188	108.800	.000 ^b
	Residual	211.464	97	2.180		
	Total	685.840	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pemustaka
b. Predictors: (Constant), Promosi Digital, Kualitas Layanan

Sumber: output SPSS yang diolah, 2024

Tabel diatas menunjukkan nilai F hitung sebesar 108,800 sementara F tabel dengan $df_1 = 2 - 1 = 1$ dan $df_2 = 100 - 2 = 98$, didapat F tabel 3,94. Karena nilai F hitung lebih besar dibanding F tabel dengan demikian model regresi dinyatakan fit atau layak.

Tabel 11. Hasil Uji F Model 2

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1672.279	3	557.426	69.962	.000 ^b
	Residual	764.881	96	7.968		
	Total	2437.160	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pemustaka
b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pemustaka, Promosi Digital, Kualitas Layanan

Sumber: output SPSS yang diolah, 2024

Tabel diatas menunjukkan nilai F hitung sebesar 69,962 sementara F tabel dengan $df_1 = 3 - 1 = 2$ dan $df_2 = 100 - 3 = 97$, didapat F tabel 3,09. Karena nilai F hitung lebih besar dibanding F tabel dengan demikian model regresi dinyatakan fit atau layak.

Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) pada dasarnya bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variasi variabel dependen (terikat). Nilai *Adjusted R Square* yang mendekati satu maka variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

Tabel 12. Koefisien Determinasi Regresi Linier Model 1

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.832 ^a	.692	.685	1.47650

a. Predictors: (Constant), Promosi Digital, Kualitas Layanan
b. Dependent Variable: Kepuasan Pemustaka

Sumber: output SPSS yang diolah, 2024

Nilai *adjusted R square* sebesar 0,685 artinya adalah bahwa kualitas layanan dan promosi digital mampu menjelaskan variabel kepuasan pemustaka sebesar 68,5%, sementara sisanya sebesar 31,5% (100%–68,5%) variabel kepuasan pemustaka dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 13. Koefisien Determinasi Regresi Linier Model 2

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.828 ^a	.686	.676	2.82268

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pemustaka, Promosi Digital, Kualitas Layanan
b. Dependent Variable: Loyalitas Pemustaka

Sumber: output SPSS yang diolah, 2024

Nilai *adjusted R square* sebesar 0,676 artinya adalah bahwa kualitas layanan, promosi digital dan kepuasan pemustaka terhadap loyalitas pemustaka mampu menjelaskan variabel kepuasan pemustaka sebesar 67,6%, sementara sisanya sebesar 32,4% (100%–67,6%) variabel loyalitas

pemustaka dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji t

Uji t bertujuan untuk membuktikan pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.

Tabel 14. Uji t Model 1

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,292	1,409		1,627	,107		
	Kualitas Layanan	,104	,014	,674	7,496	,000	,393	2,546
	Promosi Digital	,050	,023	,191	2,120	,037	,393	2,546

a. Dependent Variable: Kepuasan Pemustaka

Sumber: output SPSS yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan dari tabel diatas, diperoleh besarnya angka t tabel dengan ketentuan $\alpha = 0,05$ dan $dk = (n-k)$ atau $(100-3) = 97$, sehingga diperoleh nilai t tabel = 1,984. Hal ini mengartikan:

1. Hasil penelitian memperoleh nilai t hitung > t tabel (7,496 > 1,984) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis menyatakan hasil variabel “Kualitas Layanan berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pemustaka”
2. Hasil penelitian memperoleh nilai t hitung > t tabel (2,120 > 1,984) dan nilai signifikansi sebesar $0,037 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis menyatakan hasil variabel “Promosi Digital berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pemustaka”

Tabel 15. Uji t Model 2

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8,480	2,730		3,107	,002		
	Kualitas Layanan	-,006	,033	-,020	-,171	,865	,249	4,021
	Promosi Digital	,272	,046	,554	5,931	,000	,375	2,664
	Kepuasan Pemustaka	,669	,194	,355	3,448	,001	,308	3,243

a. Dependent Variable: Loyalitas Pemustaka

Sumber: output SPSS yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan dari table diatas, diperoleh besarnya angka t tabel dengan ketentuan $\alpha = 0,05$ dan $dk = (n-k)$ atau $(100-4) = 96$, sehingga diperoleh nilai t tabel = 1,985. Hal ini mengartikan:

1. Hasil penelitian memperoleh nilai t hitung > t tabel (-0,171 > -1,985) dan nilai signifikansi sebesar $0,865 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis menyatakan hasil variabel “Kualitas Layanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Pemustaka”

2. Hasil penelitian memperoleh nilai t hitung > t tabel (5,931 > 1,985) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis menyatakan hasil variabel “Promosi Digital berpengaruh dan signifikan terhadap Loyalitas Pemustaka”
3. Hasil penelitian memperoleh nilai t hitung > t tabel (3,448 > 1,985) dan nilai signifikansi sebesar $0,001 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis menyatakan hasil variabel “Promosi Digital berpengaruh namun tidak signifikan terhadap Loyalitas Pemustaka”

Uji Mediasi

Untuk mengetahui pengaruh mediasi dari kepuasan pemustaka, maka uji yang digunakan adalah *uji sobel*. Kriteria penggunaan *uji sobel* adalah dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel. Apabila nilai t hitung > t tabel maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh mediasi.

Tabel 16. Hasil Regresi Kualitas Layanan dan Promosi Digital terhadap Kepuasan Pemustaka

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,292	1,409		1,627	,107		
	Kualitas Layanan	,104	,014	,674	7,496	,000	,393	2,546
	Promosi Digital	,050	,023	,191	2,120	,037	,393	2,546

a. Dependent Variable: Kepuasan Pemustaka

Sumber: output SPSS yang diolah, 2024

Tabel 17. Hasil Regresi Kualitas Layanan dan Promosi Digital terhadap Loyalitas Pemustaka

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8,480	2,730		3,107	,002		
	Kualitas Layanan	-,006	,033	-,020	-,171	,865	,249	4,021
	Promosi Digital	,272	,046	,554	5,931	,000	,375	2,664
	Kepuasan Pemustaka	,669	,194	,355	3,448	,001	,308	3,243

a. Dependent Variable: Loyalitas Pemustaka

Sumber: output SPSS yang diolah, 2024

$$Sab = \frac{\sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2 + sa^2sb^2}}{\sqrt{(0,669)^2(0,014)^2 + (0,104)^2(0,194)^2 + (0,014)^2(0,194)^2}}$$

$$Sab = \frac{\sqrt{0,00009 + 0,0004 + 0,000007}}{0,0224}$$

$$Sab = 0,0224$$

Untuk menghitung t statistik pengaruh mediasi adalah dengan rumus:

$$t = \frac{(0,104)(0,669)}{0,0224} = \frac{0,0695}{0,0224} = 3,1026$$

Dari perhitungan tersebut didapat nilai t hitung adalah 3,1026, dimana nilai

tersebut lebih besar daripada nilai t tabel dengan tingkat signifikansi 0,05 yaitu sebesar 1,661. Maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh mediasi dari variabel kepuasan pemustaka terhadap kualitas layanan dengan loyalitas pemustaka.

$$S_{ab} = \sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2 + sa^2sb^2}$$

$$S_{ab} = \sqrt{(0,669)^2(0,023)^2 + (0,050)^2(0,194)^2 + (0,023)^2(0,194)^2}$$

$$S_{ab} = \sqrt{0,00023 + 0,00009 + 0,000020}$$

$$S_{ab} = 0,00034$$

Untuk menghitung t statistik pengaruh mediasi adalah dengan rumus:

$$t = \frac{ab}{S_{ab}} = \frac{(0,050)(0,669)}{0,00034} = \frac{0,03345}{0,00034} = 98,3823$$

Dari perhitungan tersebut didapat nilai t hitung adalah 98,3823, dimana nilai tersebut lebih besar daripada nilai t tabel dengan tingkat signifikansi 0,05 yaitu sebesar 1,661. Maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh mediasi dari variabel kepuasan pemustaka terhadap promosi digital dengan loyalitas pemustaka.

Pembahasan

Berdasarkan table-table perhitungan yang telah dilakukan dengan bantuan SPSS 25.0 menunjukkan secara simultan kedua variabel bebas, yaitu kualitas layanan dan promosi digital berpengaruh terhadap kepuasan pemustaka. Variabel kualitas layanan tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas pemustaka. Sebaliknya variabel promosi digital berpengaruh langsung terhadap loyalitas pemustaka. Variabel kepuasan pemustaka berpengaruh terhadap loyalitas pemustaka, juga variabel kepuasan pemustaka dapat menjadi mediasi dari variabel kualitas layanan dan promosi digital terhadap loyalitas pemustaka.

Berdasarkan analisis terhadap hasil temuan penelitian diketahui bahwa kualitas layanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pemustaka. Hal ini berdasarkan perhitungan pada hasil penelitian pada penelitian ini yang memperoleh nilai t hitung > t tabel (7,496 > 1,984) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. maka semakin tinggi kualitas layanan maka semakin tinggi pula kepuasan pemustaka. Jawaban rata-rata tertinggi dari responden tentang kepuasan layanan di Perpustakaan Proklamator Bung Karno berdasarkan indikator *Affect of Service*. Hal ini mengindikasikan bahwa sikap,

kemampuan serta mentalitas pustakawan dalam melayani pemustaka sangat mumpuni dan telah melaksanakan layanan secara prima.

Temuan penelitian kedua tentang promosi digital berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pemustaka. Hal ini berdasarkan perhitungan pada hasil penelitian pada penelitian ini yang memperoleh nilai t hitung > t tabel (2,120 > 1,984) dan nilai signifikansi sebesar 0,037 < 0,05. Jawaban rata-rata tertinggi dari responden tentang kepuasan terhadap promosi digital di Perpustakaan Proklamator Bung Karno berdasarkan indikator sumber daya manusia. Hal ini mengindikasikan bahwa pengelola kanal digital Perpustakaan Proklamator Bung Karno telah bekerja dengan baik dan dapat memuaskan pemustaka karena cepat dan tanggap dalam merespon setiap pertanyaan dan keluhan dari pemustaka.

temuan penelitian ketiga tentang kepuasan pemustaka tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas pemustaka. Hal ini berdasarkan perhitungan pada hasil penelitian pada penelitian ini yang memperoleh nilai t hitung > t table, -t hitung < -t tabel, (-0,171 > -1,985) dan nilai signifikansi sebesar 0,865 < 0,05. Hal ini mengindikasikan hipotesis ketiga pada penelitian ini tidak diterima. Hal ini diduga bahwa pemustaka di Perpustakaan Proklamator Bung Karno memanfaatkan perpustakaan hanya berdasarkan manfaat yang mereka dapatkan sehingga masih kurangnya minat untuk menggunakan fasilitas lainnya.

Hasil penelitian tentang promosi digital berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas pemustaka. Hal ini berdasarkan perhitungan pada hasil penelitian pada penelitian ini yang memperoleh nilai t hitung > t tabel (5,931 > 1,985) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Hal ini mengindikasikan hipotesis keempat pada penelitian ini dapat diterima.

Hasil penelitian tentang kepuasan pemustaka berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas pemustaka. Hal ini berdasarkan perhitungan pada hasil penelitian pada penelitian ini yang memperoleh nilai t hitung > t tabel (3,448 > 1,985) dan nilai signifikansi sebesar 0,001 < 0,05. Hal ini mengindikasikan hipotesis kelima pada penelitian ini dapat diterima.

Analisis dengan uji *sobel* menunjukkan nilai statistik (z value) untuk pengaruh variabel kepuasan pemustaka sebagai variabel intervening antara variabel kualitas layanan dan loyalitas pemustaka sebesar 3,1026 dan signifikan pada *Two-tailed probability* dengan angka 0,0224. Karena z value > 1,661 atau p -value < $\alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa *indirect effect* atau pengaruh tidak langsung signifikan, maka hipotesis mediasi didukung. Kepuasan pemustaka dapat menjadi variabel mediasi antara kualitas layanan dengan loyalitas pemustaka.

Hasil analisis dengan uji *sobel* menunjukkan nilai statistik (z value) untuk pengaruh variabel kepuasan pemustaka sebagai variabel intervening antara variabel promosi digital dan loyalitas pemustaka sebesar 98,3823 dan signifikan pada *Two-tailed probability* dengan angka 0,00034. Karena z value > 1,661 atau p -value < $\alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa *indirect effect* atau pengaruh tidak langsung signifikan, maka hipotesis mediasi didukung. Kepuasan pemustaka dapat menjadi variabel mediasi antara promosi digital dengan loyalitas pemustaka.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas layanan dan promosi digital terhadap loyalitas pemustaka dengan kepuasan pemustaka sebagai variabel mediasi (*intervening*) pada Perpustakaan Proklamator Bung Karno, dengan menggunakan regresi linier berganda dan analisa jalur/*analysis path* maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: (1). Hasil uji kualitas layanan terhadap kepuasan pemustaka menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan, jadi semakin tinggi kualitas layanan maka semakin tinggi pula kepuasan pemustaka; (2) Hasil uji promosi digital terhadap kepuasan pemustaka menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan, jadi semakin tinggi promosi digital maka semakin tinggi pula kepuasan pemustaka; (3) Hasil uji kualitas layanan terhadap loyalitas pemustaka menyatakan bahwa tidak ada pengaruh positif dan, jadi semakin rendah kualitas layanan maka semakin rendah pula loyalitas pemustaka; (4) Hasil uji promosi digital

terhadap loyalitas pemustaka menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan, jadi semakin tinggi promosi digital maka semakin tinggi pula loyalitas pemustaka; (5) Hasil uji kepuasan pemustaka terhadap loyalitas pemustaka menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan, jadi semakin tinggi kepuasan pemustaka maka semakin tinggi pula loyalitas pemustaka; (6) Hasil uji kualitas layanan terhadap loyalitas pemustaka melalui kepuasan pemustaka, maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh mediasi dari variabel kepuasan pemustaka terhadap kualitas layanan dengan loyalitas pemustaka; (7) Hasil uji promosi digital terhadap loyalitas pemustaka melalui kepuasan pemustaka menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh mediasi dari variabel kepuasan pemustaka terhadap promosi digital dengan loyalitas pemustaka.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi akademisi maupun Perpustakaan Proklamator Bung Karno. Adapun saran yang diberikan antara lain: (1) Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel independen di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini, dikarenakan masih banyak faktor-faktor lain yang dapat mendukung kepuasan pemustaka seperti variabel komitmen organisasi dengan kepuasan pemustaka sebagai mediasi, ataupun mencari variabel mediasi lainnya yang dapat memberikan pengaruh positif dan signifikan atau penelitian selanjutnya juga dapat menjadikan variabel *image trust* sebagai variabel yang dapat diteliti. Perbanyak informasi mengenai komunikasi promosi digital atau pun kanal digital lainnya yang dapat dimanfaatkan sebagai media promosi perpustakaan yang efektif dan efisien, sehingga penelitian selanjutnya dapat menemukan jenis media promosi lainnya yang lebih beragam dan penelitian lebih berbeda; (2) Kualitas layanan dan promosi digital dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan pemustaka. Kualitas layanan perlu dipertahankan, bahkan ditingkatkan terutama indikator ketersediaan koleksi terbaru juga penggunaan katalog digital yang aksesnya lebih cepat; (3) Promosi digital dapat

dijadikan sebagai salah satu bentuk promosi yang sangat efektif dan efisien dalam meningkatkan kepuasan pemustaka juga menjaga dan meningkatkan loyalitas pemustaka Perpustakaan Proklamator Bung Karno. Oleh karena itu, sebaiknya Perpustakaan Proklamator Bung Karno dapat mengelola promosi digital melalui kanal-kanal media sosial yang ada secara lebih profesional.

Daftar Pustaka

- Ahmad Mardalis. *Meraih Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Manajemen dan Bisnis. 2005, vol. 9 (2): 111-119.
- Andi Pandita, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pemustaka Di UPT Perpustakaan Universitas Negeri Makassar*, Skripsi. Makasar: Fakultas Adab dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Alauddin Makasar, 2017.
- Anton Risparyanto. *Pengaruh Kualitas Layanan Pustakawan Terhadap Loyalitas Pemustaka Dengan Variabel Intervening Kepuasan Pemustaka*. Jurnal Perpustakaan UNILIB UII Vol. 8 No.1 Tahun 2017.
- Bahrin Kirom. *Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*. Bandung: Pustaka Rika Cipta. 2009.
- Bilson Simamora. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum. 2001
- Chaffey, D., & Smith, P. R. *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing* (5th ed.). (2017). Routledge. Diakses pada 29 Januari 2024
- Cullen, K. L., Edwards, B. D., Casper, W. C., & Gue, K. R. *Employees Adaptability and Perceptions of Change-Related Uncertainty: Implications for Perceived Organizational Support, Job Satisfaction, and Performance*. Journal of Business and Psychology, 29(2). (2014).
- Hornby, A.S. *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*. New York: Oxford University Press, 2000.
- Hurriyati, R. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta. 2005.
- Irawan, H. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. 2003.
- Jasfar, F. *Teori dan Aplikasi 9 Kunci Sukses Keberhasilan Bisnis Jasa SDM, Inovasi, dan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Salemba Empat. 2012.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks. 2016
- Lasa. *Kamus Kepustakawanan Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher. 2009.
- Ma'ruf Abdullah. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja. Pressindo. 2015.
- Marguna, A.M. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pemustaka di UPT Perpustakaan Universitas Hasanuddin", Tesis. 2013. Dari <http://repository.unhas.ac.id:4001/digilib/gdl.php?>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. Journal of Retailing. Diakses pada 29 Januari 2024.
- Purwana, D., Aditya, S., & Rahmi, R. *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit*. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM), 1(1), 1–17. (2017).
- Ridwan. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung : Alfabeta. 2005.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta. 2017.
- Tulus Haryono. *Kriteria Pelayanan Perpustakaan*. Jurnal Perpustakaan Pertanian (7)1. 1998.
- Yani, A., & Munir, M. (2021). Experiential Marketing dan Customer Relationship Management Dalam Mempengaruhi Loyalitas Pengguna Jasa Resort Pada Masa Pandemi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(2), 428. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v13i2.39326>