

**ANALISIS LOYALITAS KUNJUNGAN PEMUSTAKA  
DI UPT. PERPUSTAKAAN UNSYIAH**

**SKRIPSI**

Diajukan Oleh :

**ELIZA REFKI**  
**NIM. 150503068**  
Prodi S1 Ilmu Perpustakaan



**FAKULTAS ADAB DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
DARUSSALAM-BANDA ACEH  
2021**

**Skripsi**

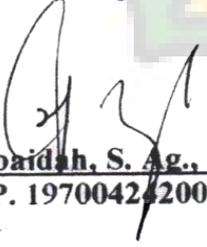
**Diajukan Kepada Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry  
Darussalam Banda Aceh Sebagai Salah Satu  
Beban Studi Program Sarjana (S-1)**

**Diajukan Oleh :**

**ELIZA REFKI  
NIM. 150503068  
Prodi S1 Ilmu Perpustakaan**

**Disetujui Oleh :**

**Pembimbing I**

  
**Zubaidah, S. Ag., M. Ed.  
NIP. 197004242001122001**

**pembimbing II**

  
**Asnawi, S.IP., M.IP  
NIDN.2022118801**

## SKRIPSI

Telah Diuji oleh Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi  
Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry  
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima  
Sebagai Salah Satu Beban Studi Program  
Sarjana (S-1) Ilmu Perpustakaan

Pada Hari/Tanggal: Senin, 1 Februari 2021 M  
13 Rajab 1442 H

Di Darussalam-Banda Aceh  
Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi

Ketua,



Zubaidah, M.Ed.  
NIP. 197004242001122001

Sekretaris,



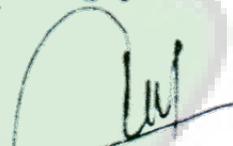
Asnawi, S.IP., M.IP  
NIP. 198811222020121010

Penguji I,



Mukhtaruddin, S.Ag., M.LIS  
NIP. 197711152009121001

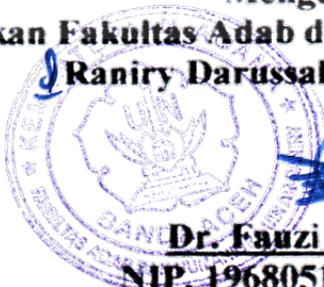
Penguji II,



T. Mulkan Safri, M.IP  
NIP. 1991010820190310007

Mengetahui,

Dekan Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-  
Raniry Darussalam-Banda Aceh



Dr. Fauzi Ismail, M.Si  
NIP. 19680511 199402 1 001

## PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya :

Nama : Eliza Refki

NIM : 150503068

Jenjang : Strata Satu (S-1)

Jurusan/prodi : Ilmu Perpustakaan

menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry.

Banda Aceh, 1 Februari 2021  
Yang Menyatakan,



*Eliza Refki*

Eliza Refki

## KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, atas limpahan rahmad dan nikmat-NYA kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan sebuah skripsi yang berjudul “**Analisis Loyalitas Kunjungan Pemustaka di UPT. Perpustakaan Unsyiah**”. Shalawat beriringan penulis hadiahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW beserta sahabat dan keluarganya yang telah menuntun umat manusia dari alam kebodohan ke alam yang berilmu pengetahuan.

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu perpustakaan pada UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari banyak terdapat kesalahan baik dari segi penulisan maupun dari segi pengumpulan dan pengolahan data yang penulis lakukan. Namun demikian dalam menyelesaikan skripsi ini penulis selalu mendapat arahan dan bantuan dari dosen pembimbing.

Ucapan terima kasih yang teristimewa kepada Ayahanda Ishak Yakub dan Ibunda Yurni yang telah membesarkan, memberikan pendidikan dan kasih cinta yang tidak henti-henti kepada penulis. Terima kasih yang tak terhingga kepada kedua adik saya, Hulwani Abbas dan Miftahul Rizki serta famili besar yang telah membantu memberi dukungan secara materi moril.

Terima kasih kepada Ibu Zubaidah, M. Ed selaku pembimbing I dan bapak Asnawi, M.IP selaku pembimbing II, serta bapak Drs. Nasruddin AS, M. Hum

selaku dosen penasehat akademik saya yang senantiasa memberikan arahan dan bimbingan serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi. Ucapan terima kasih juga kepada ketua prodi Ilmu perpustakaan Ibu Nurhayati Ali Hasan, M.,L.I.S beserta jajarannya dan terima kasih juga kepada bapak Mukhtaruddin, S.Ag., M.LIS selaku penguji I dan bapak T. Mulkan Safri, M.IP selaku penguji II, serta seluruh Civitas Akademik Fakultas Adab dan Humaniora yang telah banyak memberikan bantuan kepada penulis selama proses perkuliahan.

Terima kasih kepada pihak UPT. Perpustakaan Unsyiah, bagian penjaminan mutu, kepala bagian pelayanan pemustaka yang bersedia menjadi informan dalam penelitian yang penulis lakukan dan terima kasih kepada bapak Dr.-ing Rudi Kurniawan, ST, M.Sc sebagai kepala perpustakaan yang telah memberi izin penulis untuk melakukan penelitian.

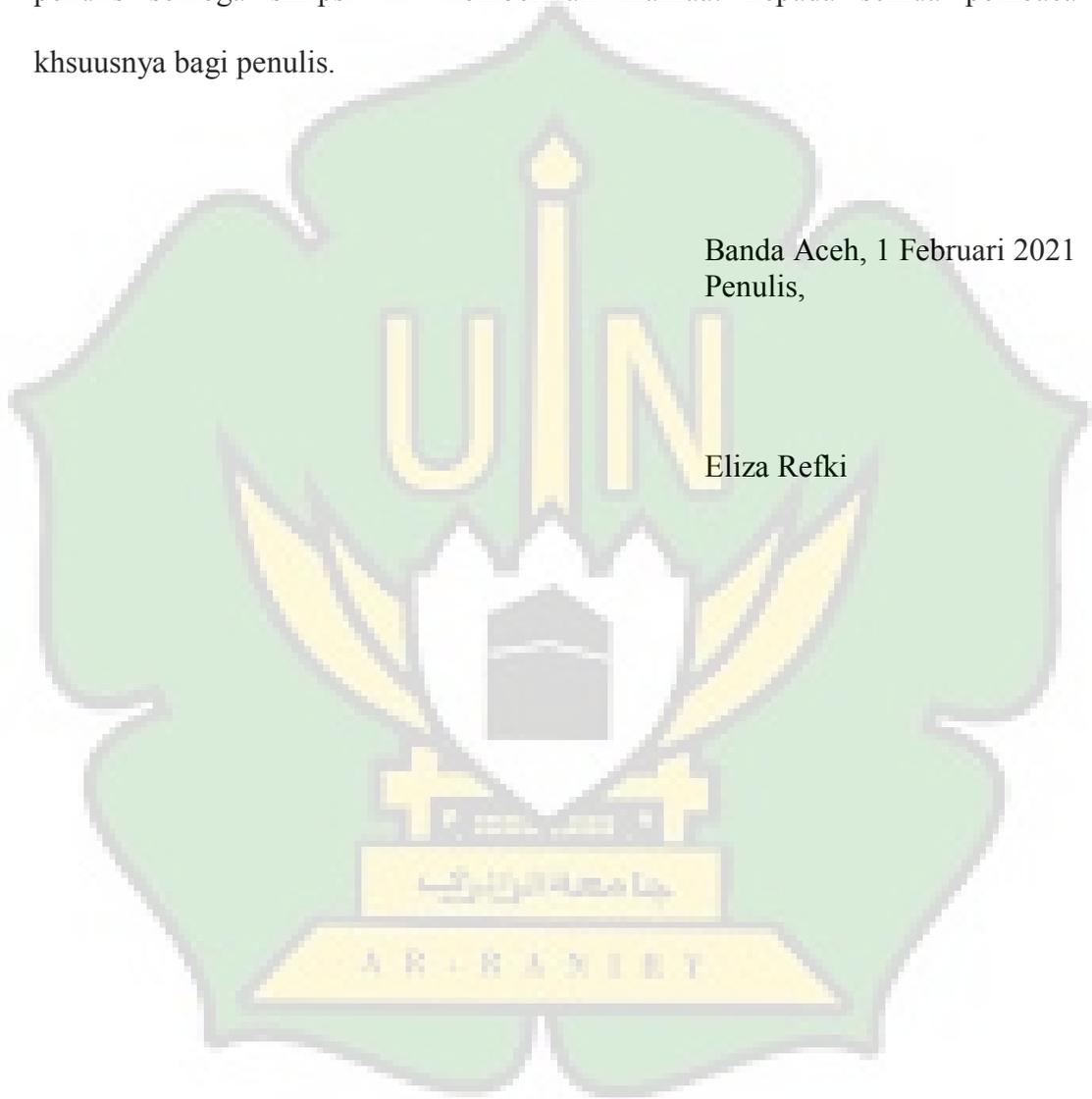
Terima kasih juga kepada Alif Nawati, Astri Arico Punce, Khaira, Jumi Adelia Wardiyansah, Wirzan, Syahdiara, Muhammad Iqbal, Kamil, Hendri Pratama, Windi Mubarak, Eva Asmara, Merisa, Salihan, Rima Ulfa sebagai pemustaka umum di perpustakaan Unsyiah yang telah bersedia menjadi informan dalam penelitian yang penulis lakukan.

Terima kasih yang tak terhingga penulis sampaikan kepada seluruh mahasiswa SI Ilmu perpustakaan angkatan 2015, kaka leting 2014 yang membantu penulis dalam perkuliahan Lia Magfirah, Eka Wahyuni. Teman-teman bimbingan Cut Azanita, Ratna Aprilia, Merry Handayani. Terima kasih kepada Satriadi dan adik tercinta Khaira yang sudah memberi penulis semangat dan bantuan dengan ikhlas dan tanpa pamrih dari awal perkuliahan sampai selesainya tugas akhir ini.

Kebenaran selalu datangnya dai Allah SWT dan kesalahan itu datang dari penulis sendiri, untuk itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritikan yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Demikian harapan penulis semoga skripsi ini memberikan manfaat kepada semua pembaca khususnya bagi penulis.

Banda Aceh, 1 Februari 2021  
Penulis,

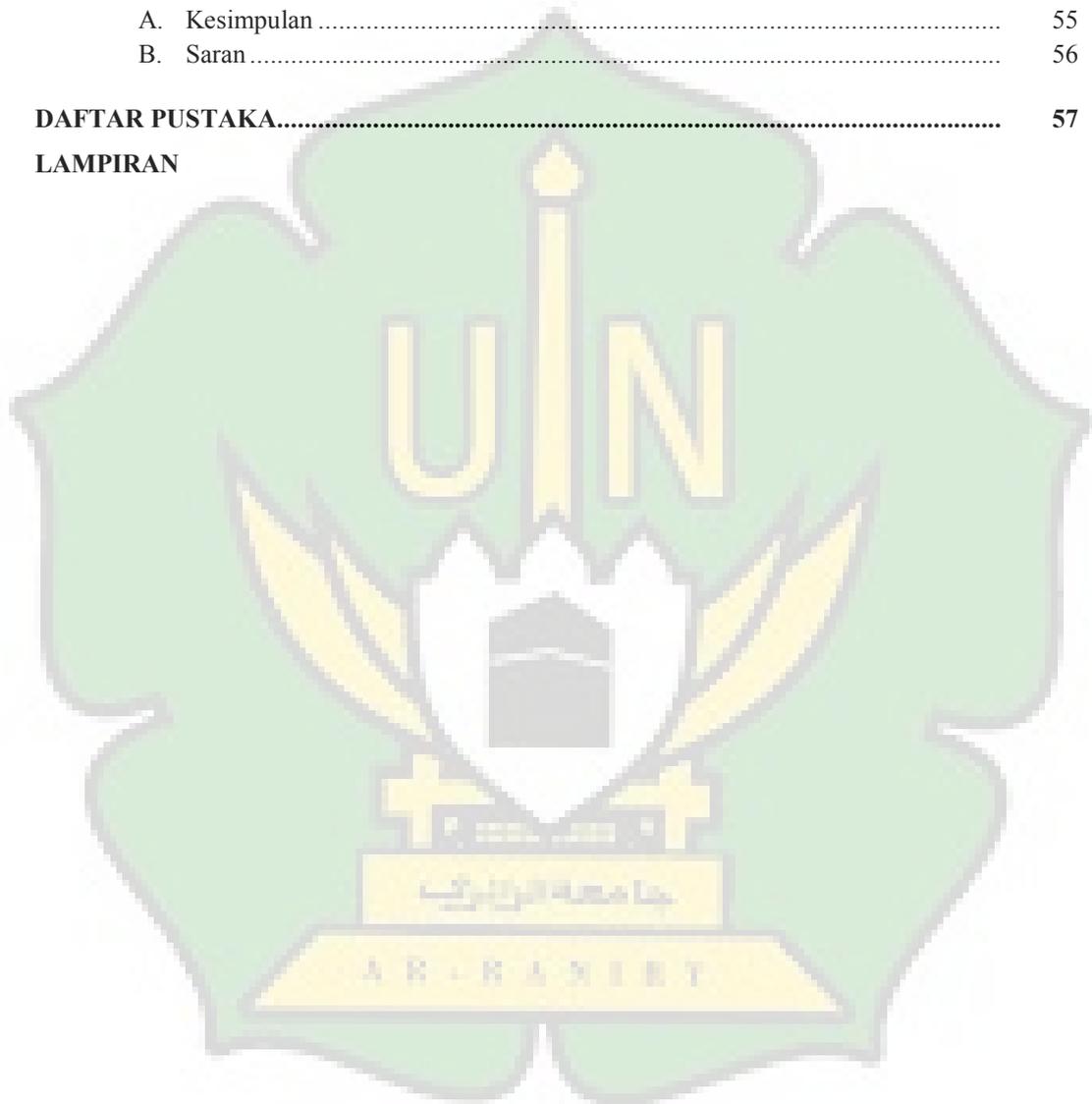
Eliza Refki



## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I: PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Penjelasan Istilah .....	7
<b>BAB II: KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TOERI.....</b>	<b>10</b>
A. Kajian Pustaka .....	10
B. Loyalitas .....	13
1. Pengertian Loyalitas.....	13
2. Karakteristik Loyalitas .....	15
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas .....	16
4. Indikator Loyalitas .....	19
5. Tahap-tahap Loyalitas .....	20
6. Jenis- jenis Loyalitas .....	25
7. Dimensi Loyalitas .....	28
8. Pengukuran Loyalitas .....	31
C. Kunjungan Pemustaka.....	33
<b>BAB III: METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
A. Rancangan Penelitian .....	37
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	38
C. Fokus Penelitian.....	38
D. Subjek dan Objek Penelitian.....	38
1. Subjek Penelitian.....	38
2. Objek Penelitian.....	39
E. Kredibilitas .....	39
F. Teknik Pengumpulan Data .....	40
1. Wawancara .....	40
2. Dokumentasi .....	42
G. Teknik Analisis Data.....	44
1. Reduksi Data.....	44
2. Penyajian Data .....	44
3. Penarikan Kesimpulan.....	44

<b>BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
A. Gambaran Pemustaka Umum .....	45
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	46
1. Hasil Penelitian .....	46
2. Pembahasan .....	51
<b>BAB V: PENUTUP.....</b>	<b>55</b>
A. Kesimpulan .....	55
B. Saran .....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>57</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Pedoman Wawancara
- Lampiran 2 : Surat Keterangan (SK) Bimbingan Skripsi dari Dekan Fakultas Adab dan Humaniora
- Lampiran 3 : Surat Izin Melakukan Penelitian dari Dekan Fakultas Adab dan Humaniora
- Lampiran 4 : Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian dari Perpustakaan Unsyiah



## ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Analisis Loyalitas Kunjungan Pemustaka di UPT. perpustakaan Universitas Syiah Kuala”. Rumusan Masalah dalam Penelitian ini adalah apa saja penyebab loyalitas kunjungan pemustaka pada perpustakaan Unsyiah ? Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan loyalnya pemustaka di UPT. perpustakaan Universitas Syiah Kuala. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menghasilkan data diskriptif. Adapun fokus penelitian ini adalah pemustaka umum yang berkunjung pada perpustakaan Unsyiah. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan dokumentasi. Adapun informan dalam penelitian ini adalah Kepala Pelayanan Pemustaka dan 15 orang pemustaka umum. Hasil penelitian ini menunjukkan faktor yang menyebabkan pemustaka loyal berkunjung ke perpustakaan Unsyiah adalah 1) adanya koleksi perpustakaan yang lengkap, 2) adanya koleksi perpustakaan yang *up to date*, 3) faktor pelayanan yang baik sehingga pemustaka merasa nyaman dan senang berkunjung ke perpustakaan Unsyiah, 4) perpustakaan Unsyiah berada di lokasi yang strategis, 5) adanya rekomendasi dari pemustaka umum kepada rekan dan teman untuk mengunjungi perpustakaan Unsyiah. Hal ini menyebabkan loyalitas kunjungan pemustaka di UPT. Perpustakaan Unsyiah tiap tahunnya meningkat. Penyebab pemustaka umum tetap loyal kepada UPT perpustakaan Unsyiah karena koleksi yang tersedia dan pelayanan yang baik.

Kata Kunci: Loyalitas, Pemustaka

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Undang-Undang Republik Indonesia No. 43 Tahun 2007 tentang perpustakaan menyatakan bahwa perpustakaan merupakan suatu lembaga atau institusi pengelola koleksi karya tulis, karya cetak, dan/atau karya rekam secara profesional dengan sistem yang baku guna memenuhi kebutuhan pendidikan, penelitian, pelestarian, informasi dan rekreasi pemustaka. Dengan landasan tersebut berarti bahwa perpustakaan merupakan suatu lembaga atau institusi yang mengelola informasi secara profesional berguna untuk memenuhi kebutuhan pemustaka.<sup>1</sup>

Kebutuhan pemustaka dapat terpenuhi jika perpustakaan dapat memberikan layanan, fasilitas, tata ruang, koleksi dan pustakawan di perpustakaan tersebut sesuai dengan harapan pemustaka. Dengan demikian perpustakaan dapat menumbuhkan citra yang positif bagi pemustaka sehingga hal ini dapat membuat pemustaka ingin datang kembali ke perpustakaan dan merekomendasikan perpustakaan tersebut kepada orang lain. Hal ini dapat menumbuhkan loyalitas pemustaka pada perpustakaan.

Menurut Tjiptono, Loyalitas adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang positif dan tercermin dalam

---

<sup>1</sup> Anton Risparyanto, *Pengaruh Kualitas Layanan Pustakawan Terhadap Loyalitas Pemustaka dengan Variabel Intervening Kepuasan Pemustaka*, (Jurnal *perpustakaan* Vo. 8 No.1 Tahun 2017:51:-66) ISSN, 1979-9527, 51.

pembelian ulang yang konsisten.<sup>2</sup> Sedangkan Menurut Jasfar definisi Loyalitas pelanggan yaitu keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian kembali suatu barang atau jasa setelah mengetahui kualitas barang atau jasa sehingga timbul keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain agar melakukan pembelian barang atau menggunakan jasa yang sama dengan yang dimaksud pelanggan.<sup>3</sup>

Pratiwi menjelaskan Loyalitas Pelanggan merupakan reaksi atau akibat dari terciptanya kepuasan pelanggan sebagai implementasi dari keberhasilan pelayanan yang berkualitas dalam memenuhi harapan pelanggan.<sup>4</sup> Berdasarkan penjelasan para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa, loyalitas adalah komitmen pemustaka terhadap suatu perpustakaan. Pemustaka kemudian mengunjungi kembali perpustakaan tersebut karena merasa puas terhadap layanan jasa dan fasilitas yang disediakan.

Di dalam pasar yang persaingannya sangat ketat, banyak alternatif merek, harga bervariasi, dan banyak produk pengganti, maka loyalitas pada merek pada umumnya cenderung menurun. Menurut Sing dalam Rusdarti, indikator loyalitas pemustaka adalah presentase dari pembelian, frekuensi kunjungan, dan merekomendasikan kepada orang lain.<sup>5</sup>

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Kunjungan berasal dari bahasa Kunjung yang berarti (perbuatan, proses, hasil) mengunjungi atau berkunjung.<sup>6</sup>

---

<sup>2</sup> Tjiptono, *Strategi pemasaran*, Edisi Kedua, (Yogyakarta: Andi, 2010), hal. 378.

<sup>3</sup> Anton Risparyanto, *Pengaruh Kualitas Layanan Pustakawan Terhadap Loyalitas Pemustaka dengan Variabel Intervening Kepuasan Pemustaka*, (Jurnal perpustakaan Vo. 8 No.1 Tahun 2017:51:-66) ISSN, 1979-9527, 54.

<sup>4</sup> Anton Risparyanto, *Pengaruh Kualitas Layanan Pustakawan Terhadap Loyalitas Pemustaka dengan Variabel Intervening Kepuasan Pemustaka...*, 54

<sup>5</sup> Zainuddin Tahuman, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing*, (jurnal Riset Bisnis dan Manajemen, Vol. 4 No. 3 Edisi khusus Pemasaran & Keuangan 2016, 445-460), 449-450. di akses melalui <http://ejournal.unsrat.ac.id>

<sup>6</sup> <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kunjungan>, diakses pada Sabtu 07 Maret 2020

Pemustaka yang loyal memiliki arti yang besar bagi perpustakaan karena pemustaka yang loyal berarti membuat kelangsungan hidup perpustakaan dan meningkatkan profitabilitas. Loyalitas kunjungan sendiri dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh pemustaka secara continue terhadap suatu perpustakaan, baik terhadap produk atau jasa dari perpustakaan.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2007, disebutkan Pemustaka adalah pengguna perpustakaan yaitu perseorangan, kelompok orang, masyarakat, atau lembaga yang memanfaatkan fasilitas layanan perpustakaan.<sup>7</sup> Menurut Suwarno pemustaka adalah pengguna fasilitas yang disediakan perpustakaan, baik koleksi maupun buku (bahan pustaka maupun fasilitas lainnya). ada berbagai jenis pemustaka seperti pelajar, mahasiswa, guru, dosen karyawan dan masyarakat umum, tergantung dari jenis perpustakaan tersebut.<sup>8</sup>

Merujuk pada teori Griffin yang mengatakan bahwa loyalitas pemustaka memiliki karakteristik atau ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Pemustaka yang melakukan kunjungan atau peminjaman ulang pada tempat yang sama secara teratur.
- b. Pemustaka konsisten terhadap tempat peminjaman walaupun produknya berbeda.
- c. Pemustaka selalu mereferensikan kepada orang lain untuk melakukan pembelian pada tempat yang sama.

---

<sup>7</sup> Erny Puspa, *Analisi Kepuasan Pemustaka Terhadap Pelayanan Perpustakaan Pusat Penelitian dan Pengembangan Peikanan Budidaya*, (Jurnal Pari, Volume 2 Nomor 2 Desember 2016), 116 diakses melalui <http://ejurnal-balitbang.kkp.go.d/index.php/jp>.

<sup>8</sup> Ahmad Isywarul Mujab, Ary Setyadi, Rukiyah, *Persepsi Pemustaka Terhadap Sikap Pustakawan dalam Layanan Referensi di perpustakaan Universitas Katolik Soegijapranata*, Jurnal Ilmu *perpustakaan*, Vol. 4 No.2 (2015) : April 2015, 3. di akses melalui <http://media.neliti.com>.

- d. Pemustaka tidak mudah terpengaruh atau tertarik pada pesaing tempat lain untuk pindah melakukan peminjaman.<sup>9</sup>

Loyalitas Kunjungan Pemustaka adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara terus menerus oleh pemustaka yang berkomitmen. Loyalitas kunjung pemustaka dapat dilihat dari kunjungan pemustaka yang tetap konsisten untuk melakukan pembelian produk atau jasa di perpustakaan Unsyiah. Pemustaka tidak merasa keberatan untuk mengeluarkan biaya administrasi dan biaya untuk photocopy buku yang dibutuhkan oleh pemustaka. Pemustaka umum tersebut tidak mencari alternatif dan perpustakaan lain untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Loyalitas Kunjungan Pemustaka ini akan terus terjadi berulang kali karena perpustakaan memiliki kualitas yang sesuai dengan harapan pemustaka serta adanya rasa puas yang memotivasi pemustaka untuk kembali berkunjung pada perpustakaan Unsyiah.

Salah satu perpustakaan yang menyediakan sarana untuk Pemustaka adalah UPT. Perpustakaan Unsyiah yang memiliki layanan sirkulasi, layanan baca, layanan referensi, layanan internet, layanan multimedia dan lain-lain. Selain itu tersedia, berbagai macam fasilitas seperti Hotspot, Gazebo, dan ruang baca, Full AC dan Free Internet Access, ruang diskusi yang nyaman, Cable LAN/Internet, Ruang Ganti Multimedia Center, dan Ruang Seminar Plus White Boar, Led Proyektor, Wi.fi, kegiatan pemutaran Film serta acara Rileks (Menyanyi).

Tujuan dari perpustakaan Perguruan Tinggi adalah memenuhi keperluan informasi masyarakat perguruan tinggi, lazimnya staf, pengajar dan mahasiswa. Sering pula mencakup tenaga administrasi perguruan tinggi. Menyediakan bahan

---

<sup>9</sup> Yupi Yuliati, *Pengaruh Motivasi dan Sikap Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Studio Jonas Photo*, (Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis Strategis, Vol. 11, No. 20, Desember 2016), 13. diakses melalui <http://ejournal.upi.edu/index.php/strategic/article/download/7072/4732>.

pustaka rujukan (referensi) pada semua tingkat akademis, artinya mulai dari mahasiswa program pasca sarjana dan pengajar. Menyediakan ruang belajar untuk pemakai perpustakaan. Menyediakan jasa peminjaman yang tepat guna bagi berbagai jenis pemakai. Menyediakan jasa informasi aktif yang tidak saja terbatas pada lingkungan perguruan tinggi tetapi juga lembaga industri lokal.

Berdasarkan hasil observasi awal pada UPT. perpustakaan Universitas Syiah Kuala dengan jumlah pengunjung dari data statistik yang dihitung sejak awal Agustus hingga Desember 2019 berjumlah 80 orang, 7 orang sebagai anggota perpustakaan, sedangkan 73 orang lainnya adalah pemustaka yang bukan menjadi anggota perpustakaan. 40 orang mahasiswa UIN A-Raniry, 25 orang mahasiswa Poltekes Aceh, 3 orang mahasiswa STKIP BBG, 10 orang mahasiswa dari Unmuha, dan 3 orang mahasiswa USM. Akan tetapi mereka membayar administrasi untuk menikmati layanan dan Fasilitas yang disediakan di perpustakaan Unsyiah.

Pemustaka umum tidak merasa keberatan dengan biaya yang mereka keluarkan untuk mengakses informasi mengingat bahwa kualitas perpustakaan Unsyiah sangat baik dan tentunya hal ini menjadikan pemustaka senang berkunjung ke perpustakaan Unsyiah. Berdasarkan hasil wawancara dengan pustakawan Unsyiah menyatakan bahwa pemustaka umum berkunjung dengan tujuan yang berbeda-beda. Hal ini membuat penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan maksud untuk mengetahui karakteristik loyalitas pemustaka.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas mengenai Loyalitas Kunjungan Pemustaka pada Perpustakaan Perguruan Tinggi, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Loyalitas Kunjungan Pemustaka di UPT. Perpustakaan Unsyiah**”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apa saja penyebab loyalitas kunjung pemustaka di UPT. Perpustakaan Universitas Syiah Kuala ?
2. Apa saja karakteristik loyalitas pemustaka di UPT. Perpustakaan Universitas Syiah Kuala ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan loyalnya pemustaka di UPT. perpustakaan Universitas Syiah Kuala.
2. Untuk mengetahui karakteristik loyalitas pemustaka di UPT. Perpustakaan Universitas Syiah Kuala.

## **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Secara Teoritis

Hasil Penulisan ini dapat menambah khazanah baru terhadap pengetahuan ilmu perpustakaan. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan

referensi dan bahan rujukan bagi peneliti lainnya yang ingin melakukan kajian lebih lanjut terkait objek kajian ini.

## 2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan untuk pengembangan perpustakaan dan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan di perpustakaan khususnya yang berkaitan dengan loyalitas kunjungan pemustaka pada perpustakaan.

## E. Penjelasan Istilah

Untuk menghindari dualistik pemahaman, maka penulis perlu menjelaskan istilah-istilah yang ada dalam penelitian ini. Adapun istilah-istilah tersebut adalah :

### 1. Loyalitas Kunjungan

Loyalitas memiliki kata dasar yang berasal dari bahasa Perancis kuno *loial*. Menurut Oxford Dictionary, pengertian loyalitas adalah *the quality of being loyal* dimana loyal didefinisikan sebagai *giving or showing firm and constant support or allegiance to a person or institution*. Jika diartikan secara bebas, pengertian loyalitas menurut Oxford Dictionary adalah mutu dari sikap setia (loyal), sedangkan loyal didefinisikan sebagai tindakan memberi atau menunjukkan dukungan dan kepatuhan yang teguh dan konstan kepada seseorang atau institusi.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Gerald D.F. Lumingkewas, Adolfina, Yantje Uhing, *Analisis Pengaruh Budaya Organisasi dan Loyalitas Terhadap Kinerja Karyawan Bank Sulut-Go Kantor Cabang Tomohon*, (Jurnal EMBA, VOL. 7 No. 6 Juli 2019, ISSN 2304-1174, diakses melalui <file:///C:/Users/H%20U%20L%20W%20A%20N%20I/Downloads/24209-49468-1-SM.pdf> pada 17 Januari 2020, 3271.

Sementara itu, Kamus Besar Bahasa Indonesia menerangkan pengertian loyalitas sebagai kepatuhan atau kesetiaan.<sup>11</sup> Loyalitas Kunjungan yang dimaksud penulis adalah loyalitas kunjungan pemustaka Umum yang berkunjung dan memiliki komitmen tinggi terhadap perpustakaan Unsyiah dan tidak tertarik dengan perpustakaan lain baik dari segi fasilitas maupun layanan yang disediakan di perpustakaan tersebut.

Untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan, penulis mewawancarai 15 orang pemustaka umum, dikarenakan terkendala kondisi yang tidak memungkinkan.

## 2. Pemustaka

Menurut Sulistyio-Basuki pengguna perpustakaan adalah orang yang ditemuinya takkala orang tersebut memerlukan data primer atau menghendaki penelusuran bibliografi. Sedangkan Sutarno mendefenisikan pemakai perpustakaan adalah orang atau kelompok masyarakat yang memakai dan memanfaatkan layanan perpustakaan baik anggota maupun bukan anggota.

Sedangkan menurut Suwarno, pemustaka adalah pengguna fasilitas yang disediakan perpustakaan, baik koleksi maupun buku (bahan pustaka maupun fasilitas lainnya). Ada berbagai jenis pemustaka seperti pelajar, mahasiswa, guru, dosen karyawan dan masyarakat umum, tergantung dari jenis perpustakaan tersebut.<sup>12</sup>

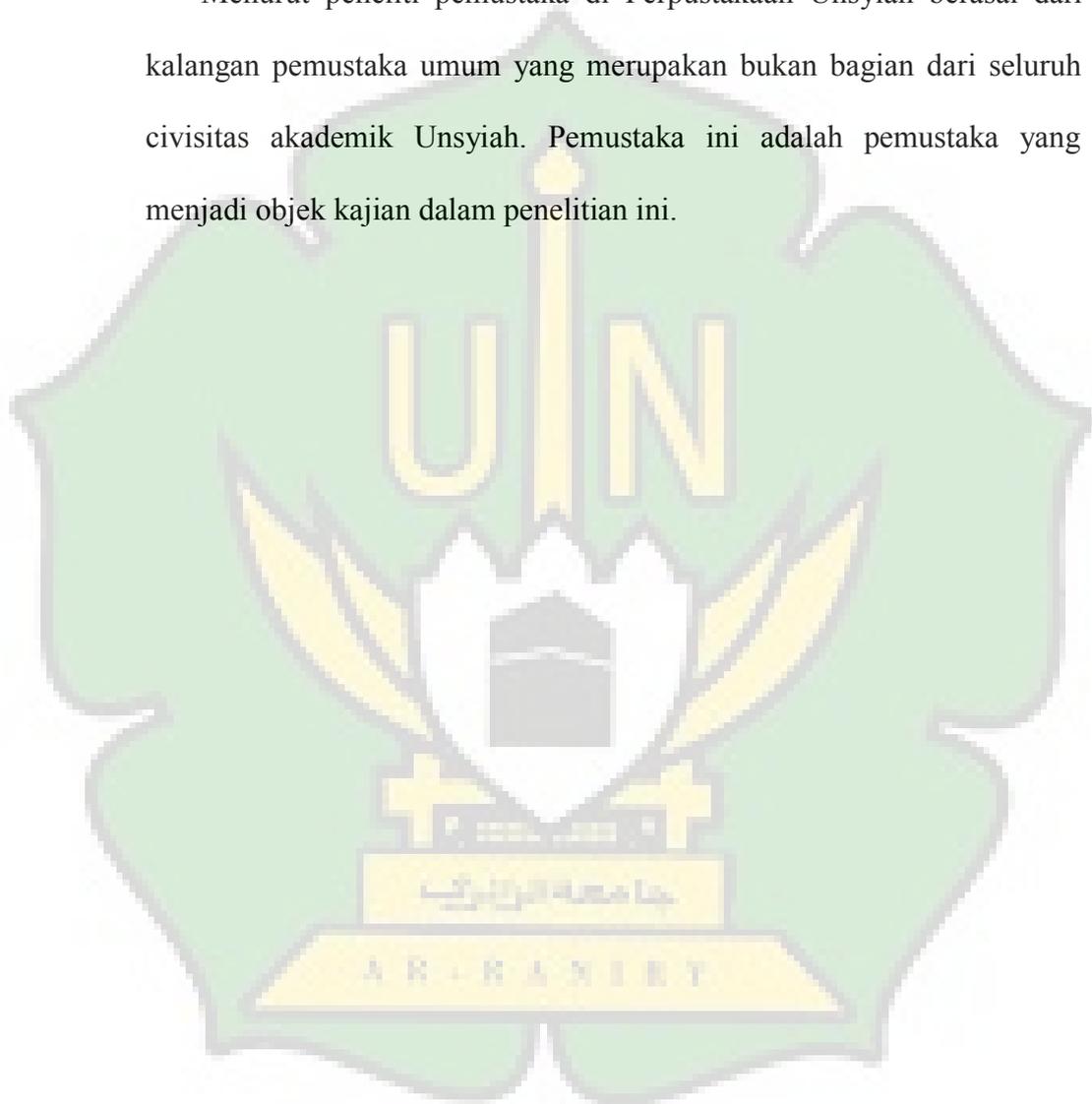
---

<sup>11</sup> <http://kbbi.kemendikbud.go.id/>, diakses pada 17 Januari 2020

<sup>12</sup> Ahmad Isywarul Mujab, Ary Setyadi, Rukiyah, *Persepsi Pemustakaterhadap Sikap Pustakawan dalam Layanan Referensi di perpustakaan Universitas Katolik Soegijapranata*, Jurnal Ilmu *perpustakaan*, Vol. 4 No.2 (2015) : April 2015, 3.

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pemustaka adalah pengguna perpustakaan baik itu individu maupun kelompok yang memanfaatkan jasa, fasilitas, dan koleksi yang tersedia di Perpustakaan Unsyiah.

Menurut peneliti pemustaka di Perpustakaan Unsyiah berasal dari kalangan pemustaka umum yang merupakan bukan bagian dari seluruh civitas akademik Unsyiah. Pemustaka ini adalah pemustaka yang menjadi objek kajian dalam penelitian ini.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

#### A. Kajian Pustaka

Berdasarkan beberapa literatur yang penulis telusuri, ada beberapa penelitian sejenis yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Meskipun penelitian tersebut memiliki kemiripan dengan penelitian yang penulis lakukan, namun dalam penelitian tersebut juga memiliki beberapa perbedaan dalam hal variabel, fokus penelitian, serta waktu.

Di sini penulis menguraikan hasil penelitian yang sebelumnya pernah dilakukan oleh Anton Risparyanto dengan judul "*Pengaruh Layanan Pustakawan Terhadap Loyalitas Pemustaka dengan Variabel Intervening Kepuasan Pemustaka*". Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Apakah pengaruh kualitas layanan pustakawan terhadap kepuasan pemustaka signifikan? (2) Apakah pengaruh kualitas layanan pustakawan terhadap kepuasan pemustaka tidak signifikan? (3) apakah pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pemustaka signifikan? (4) apakah kualitas layanan pemustaka terhadap loyalitas pemustaka signifikan? (5) apakah pengaruh kualitas layanan pustakawan terhadap loyalitas pemustaka tidak signifikan?. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menguji Hipotesis sementara. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui: (1) pengaruh kualitas layanan pustakawan terhadap kepuasan pemustaka; (2) besarnya kontribusi kualitas layanan pustakawan terhadap kepuasan pemustaka; (3) pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pemustaka; (4) pengaruh dan kontribusi kualitas layanan pustakawan terhadap loyalitas pemustaka yang dimediasi oleh kepuasan pemustaka. Lokasi penelitian di

Direktorat perpustakaan UII. Data yang dikumpulkan berupa data primer dengan jumlah responden 190. Data ditampilkan dalam bentuk tabel dan dianalisa dengan menggunakan statistik analisis regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) pengaruh kualitas layanan pustakawan terhadap kepuasan pemustaka adalah signifikan; (2) kontribusi kualitas layanan pustakawan terhadap kepuasan pemustaka sebesar 47,8%; (3) pengaruh kepuasan pemustaka terhadap loyalitas pemustaka signifikan; (4) pengaruh kualitas layanan pustakawan terhadap loyalitas pemustaka dengan mediasi kepuasan pemustaka adalah signifikan dan (5) kontribusi kualitas layanan pustakawan terhadap loyalitas pemustaka yang dimediasi kepuasan pemustaka sebesar 33,1%.<sup>13</sup>

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Sahidi dengan judul "*Pengaruh Layanan Terhadap Loyalitas Mahasiswa di UPT. perpustakaan Universitas Pembangunan Nasional (UPN) "Veteran" Yogyakarta*". Rumusan masalah yang digunakan adalah (1) bagaimana kualitas layanan di UPT. perpustakaan Universitas Pembangunan Nasional (UPN) "veteran" Yogyakarta? (2) Bagaimana loyalitas mahasiswa terhadap UPT Perpustakaan Universitas Pembangunan Nasional (UPN) "Veteran" Yogyakarta? (3) Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas mahasiswa di UPT. perpustakaan Universitas Pembangunan Nasional (UPN) "Veteran" Yogyakarta? Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan asiatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian menggunakan Observasi, dokumentasi, wawancara, dan kuesioner yang disebarakan kepada 264 sampel dari 10.250 populasi. Hasil pengumpulan data kemudian dianalisis secara deskriptif dan uji hipotesis dengan

---

<sup>13</sup> Anton Risparyanto, *Pengaruh layanan Pustakawan Terhadap Loyalitas Pemustaka dengan Variabel Intevening Kepuasan Pemustak* (Pustakawan Universitas Islam Indonesia)

analisis regresi sederhana dengan bantuan SPSS v. 16 *for windows*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) kualitas layanan mayoritas masuk dalam kategori baik dengan nilai rata-rata akhir 2,95. (2) Loyalitas mahasiswa secara keseluruhan menunjukkan dalam kategori baik dengan nilai rata-rata 2,79. (3) terdapat pengaruh signifikan terhadap loyalitas mahasiswa di UPT. Perpustakaan UPN “Veteran” Yogyakarta, yang dibuktikan dengan nilai signifikan variabel kualitas layanan yaitu  $0,000 < \text{dari } 0,05$ . Nilai koefisien regresi kualitas layanan yaitu 0,928 yang dapat diartikan bahwa ada pengaruh yang positif antara kualitas layanan terhadap loyalitas mahasiswa, artinya semakin tinggi atau semakin baik kualitas layanan yang diberikan perpustakaan dan staf perpustakaan maka akan meningkatkan loyalitas mahasiswa sebagai pemustaka untuk menggunakan UPT. *perpustakaan UPN “Veteran” Yogyakarta*.<sup>14</sup>

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Teuku Hermilan dengan judul “*Pengaruh Social Skill Pustakawan Terhadap Loyalitas Kunjung Pemustaka pada bagian Pelayanan Referensi di UPT. perpustakaan Universitas Syiah Kuala*”. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh antara *social skill* pustakawan terhadap loyalitas kunjung pemustaka pada layanan referensi perpustakaan Unsyiah?. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh *social skill* pustakawan terhadap loyalitas kunjung pemustaka pada layanan referensi UPT. perpustakaan Unsyiah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bersifat asosiatif dengan pendekatan analisis regresi linier sederhana. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket dan dokumentasi. Angket penulis edarkan kepada 100

---

<sup>14</sup> Sahidi, *Pengaruh Layanan terhadap Loyalitas Mahasiswa di UPT. perpustakaan Universitas Pembangunan Nasional (UPN) “Veteran” Yogyakarta* (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta: 2016)

sampel dari 36.115 populasi dengan teknik pengambilan sampel secara *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara *social skill* pustakawan terhadap loyalitas kunjung pemustaka pada bagian referensi UPT. perpustakaan Unsyiah. Penelitian ini membuktikan bahwa *social skill* pustakawan terhadap loyalitas kunjung pemustaka yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 306.789.<sup>15</sup>

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada subjek penelitiannya yaitu membahas tentang loyalitas pemustaka di perpustakaan perguruan tinggi. Perbedaannya adalah penelitian sebelumnya meneliti tentang loyalitas pemustaka pada ruang lingkup yang lebih khusus yaitu mahasiswa dari Universitas tersebut, sedangkan penelitian ini berfokus pada loyalitas kunjung pemustaka umum pada Perpustakaan Perguruan Tinggi Unsyiah. Penelitian ini penting untuk dilakukan agar mendapatkan data-data terkait loyalitas pemustaka yang pada dasarnya berasal dari berbagai universitas yang berbeda.

## **B. Loyalitas**

### **1. Pengertian Loyalitas**

Loyalitas memiliki kata dasar loyal yang berasal dari bahasa Perancis kuno *loial*. Menurut Oxford Dictionary, pengertian loyalitas adalah “*the quality o being loyal* dimana loyal didefinisikan sebagai *giving of Showing firm and constant support o allegianceto a person or institution*”. Jika diartikan secara bebas, pengertian loyalitas menurut Oxford Dictionary adalah mutu dari sikap setia (loyal), sedangkan loyal didefinisikan sebagai tindakan memberi atau

---

<sup>15</sup> Teuku Hermilan, *pengaruh Social Skill Pustakawan Terhadap Loyalitas Kunjung Pemustaka di Bagian Pelayanan Referensi UPT. perpustakaan Unsyiah* ( Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Fakultas Adab dan Humaniora, Banda Aceh : 2018)

menunjukkan dukungan dan kepatuhan yang teguh dan konstan kepada seseorang atau institusi.<sup>16</sup>

Kamus Besar Bahasa Indonesia menerangkan pengertian Loyalitas sebagai kepatuhan atau kesetiaan. Loyalitas adalah sikap seseorang terhadap suatu objek yang memiliki keinginan untuk menjaga, memiliki dan merekomendasikan kepada orang lain terhadap objek.<sup>17</sup> Sedangkan menurut Sheth & Mittal loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercemin dalam pembelian ulang yang konsisten.<sup>18</sup>

Kemudian sebagaimana yang dikemukakan oleh Bendapudi & Berry loyalitas pelanggan dalam konteks pemasaran jasa didefinisikan sebagai respon yang terkait erat dengan ikrar atau janji untuk memegang teguh komitmen yang mendasari kontinuitas relasi, dan biasanya tercermin dalam pembelian berkelanjutan dari penyedia jasa yang sama atas dasar dedikasi maupun kendala pragmatis.<sup>19</sup>

Berdasarkan pengertian dan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa, pada konteks ini loyalitas pemustaka adalah sikap seseorang yang memiliki keinginan untuk ikut serta dalam melakukan pengembangan di perpustakaan dengan mengunjungi perpustakaan secara berulang kali, memberikan saran untuk perbaikan sarana dan prasarana, merekomendasikan

---

<sup>16</sup> Gerald D. F. Luningkewas, Adolfin, Yantje Uhing, *Analisis Pengaruh Budaya Organisasi dan Loyalitas Terhadap Kinerja Karyawan Bank Sulut-Go Kantor Cabang Tomohon*, (Jurnal EMBA, Vol. 7 No 6 Juli 2019, ISSN 2303-1174), 3271. diakses melalui <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/24209>

<sup>17</sup> Dwininda Kusumawardhani, Tine Silvana Rachmawati, Prijana, *Hubungan Kredibilitas Pustakawan dengan Loyalitas Pemustaka Pada perpustakaan UNISBA*, (Jurnal Libraria, Vol. 6 No. 1 Juni 2018) diakses melalui <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/Libraria/article/view/2867>

<sup>18</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa - prinsip, penerapan, dan penelitian*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2014), 393.

<sup>19</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa - prinsip, penerapan, dan penelitian...*,393

bahan bacaan kepada pemustaka lain, dan ikut melestarikan perpustakaan dengan sikap yang loyal atau setia.

## 2. Karakteristik Loyalitas

Adapun beberapa point terkait karakteristik loyalitas pelanggan terhadap suatu produk atau jasa menurut Griffin antara lain :

- a. Melakukan pembelian secara teratur
- b. Membeli di luar lini produk atau jasa
- c. Menunjukkan kekebalan dari tarikan persaingan tidak berpengaruh oleh tarikan persaingan produk jenis lainnya.
- d. Merekomendasikan kepada orang lain.<sup>20</sup>

Sebagai penyedia jasa, perpustakaan harus senantiasa berusaha agar para pemustaka tetap loyal dalam menggunakan jasa yang ditawarkan. Untuk itu perpustakaan perguruan tinggi sudah seharusnya berbenah dalam mempertahankan loyalitas pemustaka, merujuk pada teori di atas yaitu :

- a. Memanfaatkan bahan pustaka secara terus menerus baik dengan memfotocopy, meminjam atau mencatat informasi yang dibutuhkan serta memanfaatkan fasilitas layanan online seperti jurnal langganan, skripsi, tesis, dan lain sebagainya.
- b. Memanfaatkan layanan online seperti penelusuran informasi melalui website resmi perpustakaan, namun tidak dapat diakses. Hal ini bisa dikonsultasikan dengan memanfaatkan jasa pustakawan melalui cara chat pustakawan atau

---

<sup>20</sup> Miguna Astuti, Agni Rizkita Amanda, *Pengantar Manajemen Pemasaran*, (yogyakarta : Deepublish, 2020), 67-68. diakses pada tanggal 20 juli 2020 melalui <https://books.google.co.id/books?id=baTXDwAAQBAJ&pg=PA68&dq=karakteristik+loyalitas+pelanggan&hl=id&sa=X&ved=2ahUKFwj4uL-u0sDsAhXE6XMBHcebAwIQ6AEwBH0ECACQAg#v=onepage&q=karakteristik%20loyalitas%20pelanggan&f=false>

bertanya pada pustakawan melalui via email atau langsung pada website resmi yang tersedia.

- c. Tetap mengunjungi perpustakaan secara terus menerus meskipun banyak perpustakaan yang memiliki daya tarik dalam persaingan jasa perpustakaan.
- d. Pemustaka tersebut ikut serta mempromosikan perpustakaan dengan menyampaikan hal-hal positif kepada pemustaka lain sebagai citra baik dari suatu perpustakaan itu sendiri.<sup>21</sup>

Dari penjelasan di atas mengindikasikan bahwa, karakteristik pemustaka pada perpustakaan perguruan tinggi adalah yang melakukan kunjungan dan memanfaatkan bahan pustaka serta jasa yang tersedia di perpustakaan guna untuk memenuhi kebutuhan informasi baik keperluan tugas maupun kerja.

### **3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas**

Zikmund dalam Vanessa menegaskan bahwa faktor loyalitas memiliki beberapa aspek dalam meningkatkan perilaku setia setiap pelanggan terhadap perusahaan. Dalam hal ini ada beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan menurut antara lain yaitu :

- a. *Satisfaction* (kepuasan)

Kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara harapan sebelum melakukan pembelian dengan kinerja yang dirasakan.

- b. *Emotional Bonding* (Ikatan Emosi)

Dimana konsumen dapat terpengaruh oleh sebuah merek yang memiliki daya tarik tersendiri sehingga konsumen dapat diidentifikasi dalam sebuah merek, karena merek dapat mencerminkan karakteristik konsumen tersebut. Ikatan yang

---

<sup>21</sup> Miguna Astuti, Agni Rizkita Amanda, *Pengantar Manajemen Pemasaran...*,67-68.

tercipta dari sebuah merek ialah ketika konsumen merasakan ikatan yang kuat dengan konsumen lain yang menggunakan produk atau jasa yang sama.

c. *Trust* (kepercayaan)

Kemauan seseorang untuk mempercayakan perusahaan atau sebuah merek untuk melakukan atau menjalankan sebuah fungsi.

d. *Choice Reduction and Habit* (Kemudahan)

Jika konsumen akan merasa nyaman dengan sebuah merek ketika situasi mereka melakukan transaksi memberikan kemudahan. Bagian dari loyalitas konsumen seperti pembelian produk secara teratur dapat didasari pada akumulasi pengalaman setiap saat.

e. *History with Company* (Pengalaman dengan Perusahaan)

Sebuah pengalaman seseorang pada perusahaan dapat membentuk perilaku. Ketika kita mendapatkan pelayanan yang baik dari perusahaan, maka kita akan mengulangi perilaku kita pada perusahaan tersebut.<sup>22</sup>

Perpustakaan merupakan suatu pusat informasi bagi setiap pemustaka. Dimana hal tersebut tentu mempengaruhi keberadaan perpustakaan. Untuk meningkatkan keberhasilan dan daya guna perpustakaan, ada beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas pemustaka, dimana pemustaka memiliki alasan, keinginan atau motivasi untuk berkunjung ke perpustakaan perguruan tinggi yaitu:

a. Kepuasan

Kepuasan pemustaka adalah harapan yang sesuai dengan keinginan pemustaka sebelum dan sesudah melakukan kunjungan ke perpustakaan dan layanan yang tersedia di perpustakaan.

---

<sup>22</sup> Yupi Yulawati, *Pengaruh Motivasi dan Sikap Terhadap Loyalitas Konsumen pada Studio Jonas Photo*, jurnal *Strategic*, Volume 11, Nomor 20, Desember 2016, 12-13. diakses melalui <http://ejournal.upi.edu/index.php/stategic/article/view/7072>.

b. Ikatan Emosi

Adanya komunikasi yang baik antara pustakawan dengan pemustaka untuk memenuhi kebutuhan informasi pemustaka, serta pemustaka merasa puas dengan layanan yang diberikan pustakawan.

c. Kepercayaan

Seorang pemustaka percaya terhadap kualitas suatu jasa dan informasi yang tersedia di perpustakaan.

d. Kemudahan

Pemustaka mendapatkan kemudahan dalam mengakses informasi dan menikmati fasilitas yang disediakan oleh perpustakaan.

e. Pengalaman dengan perpustakaan

Pengalaman baik yang dirasakan oleh seorang pemustaka yang mengunjungi perpustakaan, akan memberikan kesan yang baik bagi pemustaka. Sehingga mereka merasa puas dan datang kembali untuk berkunjung.<sup>23</sup>

Imbalan dari loyalitas bersifat jangka panjang dan kumulatif. Semakin lama loyalitas seorang pemustaka, semakin besar laba yang dapat diperoleh perpustakaan dari satu pemustaka ini. Loyalitas yang meningkat dapat menghemat biaya perpustakaan setidaknya di 6 bidang, antara lain:

- a. Biaya pemasaran menjadi berkurang (biaya promosi perpustakaan lebih tinggi daripada biaya mempertahankan pemustaka).
- b. Biaya transaksi menjadi lebih rendah, (seperti negosiasi denda buku dan pemrosesan kartu Anggota).

---

<sup>23</sup> *Ibid*, 12-13

- c. Biaya perputaran Pelanggan (*custome turnover*) menjadi berkurang (lebih sedikit pemustaka hilang yang harus digantikan).
- d. Keberhasilan *cross-selling* menjadi meningkat, (menyebabkan pangsa pelanggan (pemustaka) yang lebih besar).
- e. Pemberitaan dari mulut ke mulut menjadi lebih positif, (dengan asumsi para pemustaka yang loyal juga merasa puas).
- f. Biaya kegagalan menjadi menurun (pengurangan pengerjaan ulang, promosi perpustakaan dan sebagainya).<sup>24</sup>

Dari penjelasan di atas dapat di simpulkan bahwa, faktor yang mempengaruhi loyalitas pemustaka tidak hanya sekedar sebagai tolak ukur keberhasilan perpustakaan, tetapi juga sebagai upaya untuk mempertahankan pemustaka, sebagai sarana promosi jasa perpustakaan serta untuk menjaga eksistensi perpustakaan dari masa ke masa.

#### 4. Indikator Loyalitas

Indikator merupakan tolak ukur untuk menentukan penyebab pelanggan loyal terhadap suatu perusahaan. Menurut Kotler dan Keller Indikator dari loyalitas pelanggan adalah:

- a. *Repeat Purchase* yaitu kesetiaan terhadap pembelian produk
- b. *Retention* yaitu ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan
- c. *Referalls* yaitu mereferensikan secara total eksistensi perusahaan.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> Griffin, Jill, *Customer Loyalty "menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan"*, (Jakarta : Erlangga, 2005), 12 di akses pada tanggal 20 Juli 2020 melalui [https://books.google.co.id/books?id=ixO5GxYqBbkC&pg=PP7&dq=customer+loyalty+menumbuhkan+dan+mempertahankan+kesetiaan+pelanggan&hl=id&sa=X&ved=2ahUKFwjYzYn-5MDsAhV5IEsFHT\\_nB3IQ6AEwAHoECAAQAg#v=onepage&q=customer%20loyalty%20menumbuhkan%20dan%20mempertahankan%20kesetiaan%20pelanggan&f=false](https://books.google.co.id/books?id=ixO5GxYqBbkC&pg=PP7&dq=customer+loyalty+menumbuhkan+dan+mempertahankan+kesetiaan+pelanggan&hl=id&sa=X&ved=2ahUKFwjYzYn-5MDsAhV5IEsFHT_nB3IQ6AEwAHoECAAQAg#v=onepage&q=customer%20loyalty%20menumbuhkan%20dan%20mempertahankan%20kesetiaan%20pelanggan&f=false)

Sedangkan indikator loyalitas pemustaka dalam ranah perpustakaan dimaksudkan untuk mengetahui hal-hal yang menyebabkan pemustaka loyal terhadap perpustakaan. Adapun indikator tersebut adalah :

- a. Kesetiaan terhadap penggunaan perpustakaan dan layanan.
- b. Kesetiaan terhadap perpustakaan tidak akan berubah meskipun perpustakaan tidak beroperasi dengan baik.
- c. Mereferensikan atau merekomendasikan pada pemustaka yang lain secara keseluruhan mengenai eksistensi suatu perpustakaan.<sup>26</sup>

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa, indikator loyalitas pemustaka adalah kesetiaan pemustaka terhadap perpustakaan. Dimana pemustaka dengan suka rela berkunjung kembali dan juga mengajak orang lain untuk datang ke perpustakaan yang sama agar dapat menikmati fasilitas dan jasa, serta tetap komitmen terhadap satu perpustakaan.

## 5. Tahap-Tahap Loyalitas

Tahap-tahap loyalitas pelanggan terhadap suatu perusahaan dapat menjadi motivasi bagi kinerja perusahaan. Pemahaman atas nilai pelanggan atau kebutuhan fundamental sangat esensial bagi terciptanya kepuasan dan loyalitas pelanggan. Menurut Oliver Loyalitas Pelanggan memiliki tahapan-tahapan sebagai berikut :

### a. *Cognitive Loyalty*

Loyalitas pada level ini berdasarkan *cognitive* semata, konsumen berdasarkan informasi yang diterima membandingkan produk/jasa yang satu dan lainnya

---

<sup>25</sup> Darmawati, *Peranan Kepuasan dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Terhadap Loyalitas Pemustaka Pada UPT perpustakaan Universitas Halu Oleo Kendari*, Jurnal Jupiter Volume XVI, No.1, 2017, 6. diakses melalui <file:///C:/Users/H%20U%20L%20W%20A%20N%20I/Downloads/4218-8991-1-SM.pdf>

<sup>26</sup> *Ibid*, 6.

dengan pemilihan keputusan pada informasi yang paling menarik bagi konsumen. Tingkat loyalitas pada tahap ini sangat labil dan konsumen sangat mudah berpindah.

b. *Affective Loyalty*

Loyalitas yang berdasarkan pada *affect* dan sangat bergantung pada tingkat kepuasan atau ketidakpuasan berdasarkan pada pengalaman konsumen menggunakan produk/jasa. Perlu menjadi catatan, tidak semua kepuasan konsumen menghasilkan loyalitas. Loyalitas pada tahap ini lebih tinggi tingkatnya dibandingkan *cognitive* karena pengalaman yang terekam dalam benak konsumen.

c. *Conative Loyalty*

Konsumen menjadi berkomitmen karena percaya dan benar-benar berkeinginan membeli (*intention*) dan membeli kembali (*repurchase*) atau menjadi loyal.

d. *Action loyalty*

Pada tingkat ini intensitas pembelian konsumen menjadikan motivasi konsumen untuk secara terus menerus membeli dan menjadi kebiasaan membeli produk/jasa.<sup>27</sup>

e. *Suspects*

Meliputi orang yang mungkin akan membeli barang atau jasa perusahaan.

---

<sup>27</sup> Bernard T. Widjaja, *Lifestyle Marketing, SEVLIST : Paradigma Baru Pemasaran Bisnis Jasa dan Lifestyle*, (Jakarta : PT. Gramedia Pusaka Utama, 2009), 60. diakses pada tanggal 20 Juli 2020 melalui <https://books.google.co.id/books?id=r5NnDwAAQBAJ&pg=PA186&dq=lifestyle+marketing+sevlis&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwjX8Kes5cDsAhXKYisKHe96DNgQ6AEwAHoECAUOAg#v=onepage&q=lifestyle%20marketing%20sevlis&f=false>

f. *Prospect*

Orang-orang yang memiliki kebutuhan akan produk atau jasa tertentu, dan mempunyai keyakinan untuk membelinya.

g. *Disqualified prospect*

Prospect yang telah mengetahui keberadaan barang atau jasa tertentu, tetapi tidak mempunyai kemampuan untuk membeli barang atau jasa tersebut.

h. *First time Customers*

Konsumen yang membeli untuk pertama kalinya, mereka masih menjadi konsumen baru.

i. *Repeat Customers*

Konsumen yang telah melakukan pembelian suatu produk sebanyak dua kali atau lebih.

j. *Clients*

Pembeli semua barang atau jasa yang mereka butuhkan dan ditawarkan perusahaan, mereka membeli secara teratur.

k. *Advocates*

Layaknya *clients*, *advocates* membeli seluruh barang atau jasa yang ditawarkan yang ia butuhkan, serta melakukan pembelian secara teratur sebagai tambahan mereka mendorong teman-teman mereka yang lain agar membeli barang atau jasa tersebut.<sup>28</sup>

Loyalitas pemustaka merupakan aset yang penting bagi perpustakaan. Agar dapat memiliki pemustaka yang loyal terhadap perpustakaan, pemustaka harus melalui tahapan-tahapan dalam proses menjadi loyal antara lain :

---

<sup>28</sup> Elvera, *Pemasaran Pariwisata : Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan*, (Surabaya : Scopindo Media Pustaka, 2020), 20-21.

a. *Cognitive Loyalty*

Pemustaka membandingkan informasi yang diterima dari pemustaka baik itu layanan atau pun informasi yang disediakan perpustakaan. Pemustaka ini sangat labil dan mudah berpindah.

b. *Affective Loyalty*

Pemustaka yang mengunjungi perpustakaan karena pengalaman yang ia rasakan sendiri. Tidak semua kepuasan pemustaka menjadi loyalitas, tapi pada tahap ini loyalitas pemustaka lebih tinggi karena pengalaman yang terekam di benak pemustaka.

c. *Conative Loyalty*

Pemustaka menjadi berkomitmen karena percaya dan benar-benar berkeinginan untuk mengunjungi dan memanfaatkan perpustakaan untuk memenuhi kebutuhan informasi dan kembali berkunjung atau menjadi loyal.

d. *Action Loyalty*

Pada tingkat ini pemustaka menjadi intens melakukan kunjungan dan memanfaatkan perpustakaan secara terus menerus sehingga menjadi motivasi untuk menggunakan perpustakaan.<sup>29</sup>

e. *Suspects*

Pemustaka yang mungkin berkunjung atau memanfaatkan perpustakaan.

f. *Prospect*

Pemustaka yang memiliki kebutuhan informasi tertentu dan memiliki keyakinan untuk memanfaatkan perpustakaan.

---

<sup>29</sup> Bernard T. Widjaja, *Lifestyle Marketing, SEVLIST : Paradigma Baru Pemasaran Bisnis Jasa dan Lifestyle*, (Jakarta : PT. Gramedia Pusaka Utama, 2009), 60.

g. *Disqualified Prospect*

Pemustaka yang mengetahui keberadaan perpustakaan tapi tidak memiliki waktu mengunjungi perpustakaan tersebut.

h. *First time Customers*

Pemustaka yang datang untuk berkunjung pertama kalinya dan mereka merupakan pemustaka baru.

i. *Repeat Customers*

Pemustaka yang telah mengunjungi dan memanfaatkan perpustakaan sebanyak dua kali atau lebih

j. *Clients*

Pemustaka yang memanfaatkan layanan dan bahan pustaka yang mereka butuhkan secara teratur.

k. *Advocates*

Pemustaka yang berkunjung dan memanfaatkan perpustakaan secara rutin serta mendorong pemustaka yang lain agar menggunakan perpustakaan yang sama.<sup>30</sup>

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa, setelah melalui tahapan pengenalan, kemudian mengunjungi perpustakaan pertama kali, sampai berkunjung lagi dan memanfaatkan perpustakaan kembali, akhirnya pemustaka menjadi pemustaka yang loyal pada perpustakaan. Dengan memahami tingkat loyalitas pemustaka, maka perpustakaan akan dapat memperoleh suatu gambaran tentang pemustaka sehingga dapat memudahkan perpustakaan untuk merancang strategi maupun kebijakan pemasaran yang tepat bagi perpustakaan.

---

<sup>30</sup> Elvera, *Pemasaran Pariwisata : Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan*, (Surabaya : Scopindo Media Pustaka, 2020), 20-21.

## 6. Jenis-Jenis Loyalitas

Dalam pembelian barang, konsumen menggunakan sumber informasi untuk menggunakan produk atau jasa. Dalam hal ini ada beberapa jenis loyalitas pelanggan yang mengkombinasi antara sikap dan perilaku pembelian ulang maka didapatkan 4 situasi antara lain, yaitu :

### a. *No Loyalty* atau tanpa Loyalitas

Tercipta dari rendahnya level ikatan emosional yang terlibat (*attachment*) dengan rendahnya level pelanggan mengkonsumsi (*repeat purchase*). Beberapa pelanggan tidak membentuk loyalitas pada produk dan jasa tertentu karena beragam alasan. Secara umum perusahaan harus menghindari pada sasaran yang *no loyalty* karena sulit untuk membentuk mereka menjadi pelanggan yang loyal sehingga akan sulit untuk meningkatkan kekuatan perusahaan.

### b. *Inertia Loyalty* atau Loyalitas Lemah

Keterikatan yang rendah digabung dengan pembelian berulang yang tinggi menghasilkan loyalitas yang lemah (*inertia loyalty*). Pelanggan ini membeli karena kebiasaan, ini menghasilkan jenis pembelian “karena kami selalu menggunakannya” atau “karena sudah terbiasa”. Dengan kata lain faktor nonsikap dan faktor situasi merupakan alasan utama membeli. Pembelian ini merasakan tingkat kepuasan tertentu dengan perusahaan atau minimal tiada ketidakpuasan yang nyata. Loyalitas jenis ini paling umum terjadi pada produk yang sering dibeli.

### c. *Latent Loyalty* atau Loyalitas Tersembunyi

Tingkat preferensi yang relatif tinggi digabungkan dengan tingkat pembelian berulang yang rendah menunjukkan loyalitas tersembunyi (*latent loyalty*) bila

pelanggan memiliki loyalitas yang tersembunyi, pengaruh situasi dan bukan pengaruh sikap yang menentukan pembelian berulang.

d. *Loyalty* atau Loyalitas Premium.

Loyalitas premium, jenis loyalitas yang paling dapat ditingkatkan, terjadi bila ada tingkat keterikatan yang tinggi dan tingkat pembelian berulang yang juga tinggi. Ini merupakan jenis loyalitas yang lebih disukai untuk semua pelanggan disetiap perusahaan. Pada tingkat prefensi paling tinggi tersebut, orang bangga karena menemukan dan menggunakan produk tertentu dan senang membagi pengetahuan mereka dengan rekan dan keluarga.<sup>31</sup>

Adapun jenis loyalitas pemustaka pada perpustakaan untuk memenuhi kebutuhan informasi berdasarkan sikap dan perilaku berkunjung kembali ke perpustakaan, yaitu :

a. Tanpa Loyalitas

Rendahnya level ikatan emosional yang terlibat antara pustakawan dengan pemustaka. Pemustaka tidak membentuk loyalitas pada jasa dengan beragam alasan. perpustakaan harus menghindari sasaran tanpa loyalitas karena mereka sulit dibentuk menjadi pemustaka yang loyal sehingga sulit meningkatkan kekuatan perpustakaan

b. Loyalitas lemah

Loyalitas ini ditunjukkan oleh pemustaka yang meminjam buku di suatu perpustakaan. Pemustaka ini rentan beralih ke produk pesaing yang dapat menunjukkan manfaat yang jelas. Memungkinkan bagi perpustakaan untuk mengubah loyalitas lemah ke dalam bentuk loyalitas yang lebih tinggi dengan

---

<sup>31</sup> Andriasan Sudarso, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan (Dilengkapi dengan Hasil Riset Pada Hotel Berbintang di Sumatera Utara)*, (Yogyakarta : Deepublish, 2016), 90-91.

secara aktif mendekati pemustaka dan meningkatkan diferensiasi positif dibenak pemustaka mengenai jasa perpustakaan dibandingkan perpustakaan lain.

c. Loyalitas tersembunyi

Loyalitas tersembunyi dimaksudkan di sini adalah Si Anggi penggemar berat buku novel dan mempunyai novel favoritnya sendiri di perpustakaan B, kemudian temannya menyukai buku sejarah, jadi terlepas dari loyalitas si Anggi mereka hanya sekali pergi ke perpustakaan B dan sebagai gantinya memilih pergi ke perpustakaan yang lain agar dapat membaca buku favorit masing-masing secara bersamaan. Dengan memahami situasi yang berkontribusi pada loyalitas tersembunyi, perpustakaan dapat menggunakan strategi untuk mengatasinya. perpustakaan B dapat menambahkan buku sejarah dalam upaya menarik pemustaka yang enggan membaca buku Novel seperti teman Anggi.

d. Loyalitas premium

Loyalitas premium ini adalah Para pengguna wi.fi di perpustakaan Unsyiah yang loyal senantiasa memberitahu teman dan keluarga betapa nyamannya perpustakaan tersebut, berapa banyak fasilitas dan seberapa sering mereka menggunakannya dalam sehari, seminggu atau sebulan. Para pengguna ini menjadi pendukung vokal fasilitas dan jasa tersebut serta selalu menyarankan kepada orang lain untuk menggunakannya. Ketika seseorang merasa sangat puas pada fasilitas dan layanan di perpustakaan Unsyiah lalu ingin menunjukkan kepada orang lain, ia menunjukkan loyalitas premium.<sup>32</sup>

Berdasarkan penjelasan di atas, sikap dan perilaku pemustaka pada perpustakaan akan dapat dikenali sebagai pemustaka yang tanpa loyalitas,

---

<sup>32</sup> Andriasan Sudarso, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan (Dilengkapi dengan Hasil Riset Pada Hotel Berbintang di Sumatera Utara)*, (Yogyakarta : Deepublish, 2016), 90-91.

loyalitas rendah, dan loyalitas tersembunyi. Sedangkan loyalitas yang tinggi akan memberikan berbagai reaksi terhadap pesaing dan perpustakaan. Pesaing mungkin berupaya untuk mengubah strategi pelayanan jasa, dan melakukan promosi yang menarik. Maka dari itu, tugas perpustakaan adalah terus menjaga dan mempertahankan pemustaka yang memiliki loyalitas yang tinggi agar tetap loyal terhadap perpustakaan.

## **7. Dimensi Loyalitas**

Menurut Julande et al., loyalitas merupakan suatu konstruk (bangun) multidimensional. Salah satu penyebabnya adalah beragamnya definisi dan operasionalisasi konsep ini. Adapun loyalitas dimensi antara lain, yaitu :

### **a. Dimensi Perilaku**

Menurut Bowen dan Shoemaker dimensi perilaku dari loyalitas menunjukkan pada aspek-aspek perilaku konsumen (contohnya, pembelian berulang) yang diarahkan kepada merek dagang atau jasa tertentu sejalan dengan waktu. Sedangkan menurut Spreng et al., dalam Irawan sekalipun pembelian berulang merupakan suatu isu penting untuk sebagian besar pemasar. Namun interpretasi loyalitas yang didasarkan pada perilaku pembelian semata tidaklah mencukupi, karena perilaku pembelian kembali tidak selalu menunjukkan motivasi konsumen untuk membeli. Seorang konsumen mungkin membeli kembali dari penyedia-penyedia jasa yang serupa karena alasan-alasan selain dari perasaan pribadinya yang positif terhadap suatu perusahaan.

Dimensi perilaku konsumen dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) Mengulangi pembelian produk atau jasa

- 2) Pembelian yang lebih banyak atau pembelian produk atau jasa dari perusahaan
- 3) Merekomendasikan kepada orang lain.

b. Dimensi sikap

Menurut Gremler dan Beown, dimensi sikap dari loyalitas mencakup keinginan dan preferensi seorang konsumen. Beberapa peneliti seperti Hartline dan Jones, Getty dan Thompson serta Spreng et al., dalam Kondampully dan Shuartanto mengukur loyalitas menurut keinginan konsumen untuk merekomendasikan atau membeli kembali. Sedangkan peneliti-peneliti lain seperti Ostrowky et al., mengukur loyalitas sehubungan dengan preferensi konsumen. Dimensi sikap, menurut Andreassen dan Lindestad seperti keinginan untuk membeli kembali dan keinginan untuk merekomendasi, dipandang sebagai suatu indikator yang tepat dari loyalitas konsumen dan karena itu bersifat sangat penting untuk kegiatan-kegiatan bisnis dimasa yang akan datang. Serupa halnya, Zeithaml et al., berpendapat bahwa keinginan atau pamrih perilaku konsumen seperti keinginan untuk merekomendasi dan membeli kembali merupakan indikator yang berimplikasi apakah para konsumen akan tetap bersama dengan perusahaan atau meninggalkan perusahaan.

Zeithaml juga menyebutkan Dimensi-dimensi perilaku dan sikap dari loyalitas konsumen bersifat konsisten dengan operasionalisasi, dari faktor-faktor "*loyalty company*" dalam rangkaian keinginan perilaku atau intensi. Lima item yang digunakan untuk mengukur loyalitas meliputi : berbicara hal-hal positif tentang perusahaan; merekomendasikan pada orang lain; mendorong orang lain untuk melakukan pembelian, pertimbangan pilihan pertama di masa yang akan datang

dan melakukan lebih banyak pembelian di masa yang akan datang. Selain itu, studi tentang loyalitas dilakukan oleh Gemle dan Brown dalam Yo, et al., memberikan bukti keberadaan dimensi-dimensi perilaku dan sikap yang meliputi :

1. Kemauan untuk membeli ulang dan atau membeli tambahan produk atau pelayanan dari perusahaan yang sama.
2. Kemauan untuk merekomendasikan kepada orang lain.
3. Komitmen pada perusahaan untuk tidak berpindah ke pesaing.<sup>33</sup>

Loyalitas pelanggan dapat dikelompokkan menjadi 2 yaitu loyalitas merek (*brand Loyalty*) dan loyalitas toko (*store loyalty*). menurut Sutisna, loyalitas merek adalah menyenangi terhadap suatu merek yang dipresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap merek itu sepanjang waktu, sedangkan loyalitas toko juga ditunjukkan oleh perilaku konsisten tetapi perilaku konsistennya dalam mengunjungi toko dimana di tempat tersebut pelanggan bisa membeli merek yang diinginkan.

Dalam ranah perpustakaan, dimensi perilaku dan sikap yang ditunjukkan oleh pemustaka menjadi alat ukur untuk keberhasilan perpustakaan. dimana dimensi tersebut dapat membantu perpustakaan untuk terus berkembang, dimensi tersebut ialah :

- a. Kemauan untuk berkunjung kembali ke perpustakaan dan mengisi waktu luang dengan mengunjungi perpustakaan untuk memanfaatkan bahan pustaka serta layanan yang tersedia.
- b. Kemauan untuk merekomendasikan kepada pemustaka lain secara suka rela agar dapat berkunjung dan bertemu di perpustakaan yang sama.

---

<sup>33</sup> Junaedi, *Loyalitas Pelanggan Pemasang Iklan Televisi dalam Acara Tembang Pantura*, (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2015), 20-22.

- c. Berkomitmen agar tetap setia pada suatu perpustakaan dan tidak terpengaruh oleh perpustakaan yang lain.<sup>34</sup>

Maka dari itu, untuk menjaga loyalitas pemustaka pada perpustakaan, pustakawan harus mengenali para pemustaka baik dari segi sikap maupun perilaku. Selain untuk meningkatkan loyalitas pemustaka, juga untuk menjadikan perpustakaan menjadi lebih dikenal oleh orang lain karena sikap dan perilaku yang positif dari pemustaka sebagai bentuk promosi vokal kepada pemustaka lain.

## 8. Pengukuran Loyalitas

Mengukur loyalitas pelanggan merupakan hal yang harus dilakukan dalam mengevaluasi pemasaran produk dan jasa. Dimana hal ini penting untuk mengetahui kemajuan dan kegagalan dalam mencari pangsa pelanggan. Menurut Ahmad Mardalis, loyalitas dapat diukur berdasarkan :

- a. Urutan pilihan (*choise sequence*). metode urutan pilihan atau disebut juga pola pembelian ulang ini banyak dipakai dalam penelitian dengan menggunakan panel-panel agenda harian pelanggan lainnya, dan lebih terkini lagi, data scanner supermarket.
- b. Proporsi pembelian (*proportion of purchase*). Berbeda dengan runtutan pilihan, cara ini menguji proporsi pembelian total dalam sebuah kelompok produk tertentu. Data yang di analisis berasal dari panel pelanggan.
- c. Preferensi (*preference*). Cara ini mengukur loyalitas dengan menggunakan komitmen psikologis atau pernyataan preferensi. Dalam hal ini loyalitas dianggap sebagai “sikap yang positif” terhadap suatu produk tertentu, sering digambarkan dalam istilah niat untuk membeli.

---

<sup>34</sup> Junaedi, *Loyalitas Pelanggan Pemasang Iklan Televisi dalam Acara Tembang Pantura....*, 20-21

- d. Komitmen (*comitment*). Komitmen lebih terfokus pada komponen emosional atau perasaan. Komitmen terjadi dari keterkaitan pembelian yang merupakan akibat dari keterlibatan ego dengan kategori merek. Keterlibatan ego tersebut terjadi ketika sebuah produk sangat berkaitan dengan nilai-nilai penting, keperluan, dan konsep diri pelanggan.

Menurut Bowen dan Chen, loyalitas pelanggan sulit didefinisikan secara umum, namun ada tiga pendekatan yang jelas untuk mengukur loyalitas:

- a. Ukuran perilaku, ukuran perilaku yang konsisten, perilaku pembelian ulang sebagai indikator loyalitas/kesetiaan
- b. Ukuran sikap, ukuran sikap menggunakan data untuk merepleksikan emosional dan psikologis sebagai perlengkapan dalam loyalitas.
- c. Ukuran gabungan, menggabungkan dimensi pertama dan dimensi kedua.<sup>35</sup>

Sikap dan perilaku yang ditampilkan oleh pemustaka ketika berada di perpustakaan bisa berbeda diantara satu sama lain. Ada pendekatan yang bisa digunakan untuk mengukur loyalitas pemustaka pada suatu perpustakaan adalah :

- a. Ukuran perilaku adalah mengukur perilaku yang konsisten untuk mengunjungi perpustakaan, memanfaatkan perpustakaan kembali sebagai indikator loyalitas /kesetiaan.
- b. Ukuran sikap adalah mengukur sikap menggunakan data untuk merepleksikan kepuasan dan keinginan pemustaka.
- c. Ukuran gabungan adalah menggabungkan dimensi perilaku dan sikap.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup> Darmawati, *Peranan Kepuasan dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Terhadap Loyalitas Pemustaka Pada UPT perpustakaan Universitas Halu Oleo Kendari*, Jurnal Jupiter Volume XVI, No.1, 2017, 6. diakses melalui <file:///C:/Users/H%20U%20L%20W%20A%20N%20I/Downloads/4218-8991-1-SM.pdf>

Dari banyaknya perpustakaan sebagai penyedia jasa, tentu kualitas dan kuantitas perpustakaan tersebut akan menjadi pertimbangan pemustaka untuk loyal terhadap perpustakaan. Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa sikap dan perilaku pemustaka pada umumnya akan berbeda antara satu dengan yang lainnya. Namun perpustakaan harus berupaya untuk tetap mempertahankan pemustaka agar loyal terhadap perpustakaan baik dari segi sikap maupun perilaku.

### C. Kunjungan Pemustaka

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kunjungan berasal dari bahasa Kunjung yang berarti (perbuatan, proses, hasil) mengunjungi atau berkunjung. Menurut Kamus Kepustakawanan Indonesia mendefinisikan kunjungan ke perpustakaan adalah kegiatan memasuki perpustakaan untuk melakukan akses informasi dan kegiatan lain di perpustakaan yang tercatat secara manual maupun elektronik.<sup>37</sup>

Menurut Dahlan beberapa hal yang dapat membuat pemustaka betah berkunjung ke perpustakaan adalah:

- a. Rasa nyaman, artinya ruangan perpustakaan dalam keadaan bersih dan sejuk
- b. Keadaan lingkungan fisik yang memadai, artinya ketersediaan koleksi bahan pustaka yang perpustakaan, menarik, berkualitas, dan beranekaragam
- c. Keadaan lingkungan sosial yang kondusif, artinya pustakawan berperilaku ramah, tersedianya tempat untuk membaca, tersedianya

---

<sup>36</sup> *Ibid*, 6.

<sup>37</sup> Athiyah Kamaliyah, *Pengaruh Pemindehan perpustakaan Umum Kabupaten Rembang ke Lokasi Pariwisata Pantai Kartini Terhadap Minat Kunjung Pemustaka*, (jurnal Berkala Ilmu perpustakaan dan Informasi, Vol. XI No. 2, 2015),12. diakses melalui

tempat untuk melakukan kegiatan belajar mengajar atau tempat untuk berdiskusi.

- d. Layanan terakses secara online, artinya perpustakaan menyediakan akses internet gratis, menyediakan komputer yang terintegrasi dengan internet.<sup>38</sup>

Menurut Darmono, tujuan berkunjung ada 3, yaitu :

- a. Berkunjung untuk tujuan kesenangan, dalam artian masyarakat datang memanfaatkan koleksi perpustakaan yang disenangi, seperti membaca novel, surat kabar, komik dan lain-lain.
- b. Berkunjung untuk tujuan memperoleh sesuatu yang baru (ilmu Pengetahuan).
- c. Berkunjung untuk menyelesaikan tugas atau pekerjaan. Dalam artian seseorang datang berkunjung ke perpustakaan untuk memanfaatkan koleksi yang ada untuk menyelesaikan tugas akademiknya ataupun tugas kantornya. Kegiatan semacam ini dinamika *reading or work*.<sup>39</sup>

Menurut Sutarno NS mengatakan, tujuan pemustaka berkunjung ke perpustakaan “untuk dapat mengikuti kejadian dan perkembangan dunia terakhir, melalui berbagai sumber bacaan muktahir. Secara tidak langsung mendapatkan pengajaran dan pendidikan. Serta mencari rujukan dalam menyelesaikan tugas, menulis, meneliti, dan sebagainya”<sup>40</sup>.

<sup>38</sup> Sabilal, Ika Krismayani, *Faktor-Faktor Penyebab Rendahnya Minat Kunjung Siswa ke perpustakaan SMAN 2 Mranggen diakses melalui* <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/viewFile/23240/21268>

<sup>39</sup> Rinaldy imansyah, Mecca Arfa, *Efektifitas Promosi menggunakan UI LIB. Berkala Terhadap Minat Kunjung Pemustaka di perpustakaan Universitas Indonesia*, Jurnal Ilmu perpustakaan, Vol. 8, No. 4, Oktober 2019, hal.38. di akses melalui <http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1569946&val=4723&title=EFEKTIVITAS%20PROMOSI%20MENGUNAKAN%20UI%20LIB%20BERKALA%20TERHADAP%20MINAT%20KUNJUNG%20PEMUSTAKA%20DI%20perpustakaan%20UNIVERSITAS%20INDONESIA>

<sup>40</sup> Sutarno NS, *perpustakaan Dan Masyarakat*, (Jakarta: Sagung Seto, 2006), 35.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2007, disebutkan Pemustaka adalah pengguna perpustakaan yaitu perseorangan, kelompok orang, masyarakat, atau lembaga yang memanfaatkan fasilitas layanan perpustakaan.<sup>41</sup> Menurut Suwarno pemustaka adalah pengguna fasilitas yang disediakan perpustakaan, baik koleksi maupun buku (bahan pustaka maupun fasilitas lainnya). ada berbagai jenis pemustaka seperti pelajar, mahasiswa, guru dosen, karyawan dan masyarakat umum, tergantung dari jenis perpustakaan tersebut.<sup>42</sup>

Menurut Sutarno, pengunjung, anggota dan pemakai perpustakaan adalah sasaran utama penyelenggara perpustakaan. Oleh sebab itu kehadiran anggota masyarakat dan pemakai yang lain menjadi salah satu kunci keberhasilan perpustakaan. Sebab masyarakat baru mau ke perpustakaan jika mereka :

- a. Tahu arti dan manfaatnya
- b. Mereka membutuhkan sesuatu di perpustakaan
- c. Tertarik dengan perpustakaan
- d. Merasa senang dengan perpustakaan
- e. Dilayani dengan baik.<sup>43</sup>

Dari penjelasan para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa, kunjungan pemustaka adalah suatu tindakan atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang, seperti murid, guru, dosen, staf serta masyarakat umum untuk mengunjungi

---

<sup>41</sup> Erny Puspa, *Analisi Kepuasan Pemustaka Terhadap Pelayanan Perpustakaan Pusat Penelitian dan Pengembangan Peikanan Budidaya*, (Jurnal Pari, Volume. 2 No.2 Desember tahun 2016), hal.116. diakses melalui <http://ejournal-balitbang.kkp.go.id/index.php/JP/article/download/3256/2784>

<sup>42</sup> Ahmad Isywarul Mujab, Ary Setyadi, Rukiyah, *Persepsi Pemustaka Terhadap Sikap Pustakawan dalam Layanan Referensi di perpustakaan Universitas Katolik Soegijapranata*, Jurnal Ilmu perpustakaan, Vol. 4 No.2 : April 2015), 3. di akses melalui <https://media.neliti.com/media/publications/137848-ID-persepsi-pemustaka-terhadap-sikap-pustak.pdf>

<sup>43</sup> Sutarno NS, *perpustakaan Dan Masyarakat*, (Jakarta: Sagung Seto, 2006), 123.

perpustakaan, memanfaatkan bahan dan jasa perpustakaan untuk memenuhi kebutuhan informasi dalam menyelesaikan tugas ataupun pekerjaan. Pemustaka juga akan berkunjung kembali bila mendapatkan kepuasan dari layanan yang diberikan oleh perpustakaan. selain memenuhi harapan pemustaka, perpustakaan juga harus berbenah dan mengikuti kemajuan teknologi dari masa ke masa.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian yang digunakan oleh penulis adalah menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan *field research* (penelitian lapangan). *Field research* (penelitian lapangan) adalah penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengambil data di lapangan.<sup>44</sup> Sugiyono menjelaskan metode penelitian kualitatif adalah suatu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi obyek yang bersifat alamiah.<sup>45</sup>

Bogdan dan Taylor sebagaimana di kutip oleh Basrowi mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati.<sup>46</sup> Kemudian Miles and Hubberman menyatakan metode kualitatif adalah berusaha mengungkapkan berbagai keunikan yang terdapat dalam individu, kelompok, masyarakat atau organisasi dalam kehidupan sehari-hari secara menyeluruh, rinci, dalam dan dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.<sup>47</sup>

Alasan Penulis menggunakan metode ini untuk memaparkan faktor-faktor yang menyebabkan loyalnya pemustaka di perpustakaan Unsyiah, dimana penulis mengumpulkan informasi atau data yang dibutuhkan melalui observasi lapangan dan wawancara.

---

<sup>44</sup> Ali Hasan Zein, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, (Yogyakarta : Deepublish Publisher,2020), 4.

<sup>45</sup> Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Alfabeta, 2013), 1.

<sup>46</sup> Basrowi, Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta : Rineka Cipta, 2008), 1

<sup>47</sup> Basrowi, Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif...*,22

## **B. Lokasi, Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di UPT *perpustakaan* Unsyiah Banda Aceh, yang beralamat di kopelma Darussalam, Jl.T. Nyak Arief Kampus Unsyiah Darussalam, Banda Aceh Provinsi Aceh, Indonesia 23111. Telf./fax.: +626518012380, E-mail : helpdesk.lib@unsyiah.an.id. Alasan penulis mengambil keputusan melakukan penelitian di perpustakaan tersebut karena jarak tempuh yang tidak jauh dan UPT. Perpustakaan Unsyiah merupakan sebuah perpustakaan yang bertaraf internasional tepatnya sejak 2008 mendapatkan Certificate ISO 9001: 2008. penelitian ini dilakukan dengan durasi waktu mulai tanggal 10 November sampai 10 Januari 2021.

## **C. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian adalah pemusatan konsentrasi pada tujuan dari penelitian yang dilakukan.<sup>48</sup> Fokus penelitian ini bertujuan untuk membatasi penulis sehingga terhindar dan tidak terjebak dalam pengumpulan data pada bidang yang sangat umum atau luas atau kurang relevan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Adapun yang menjadi fokus atau target dalam penelitian ini adalah pemustaka umum yang berkunjung pada perpustakaan Unsyiah.

## **D. Subjek dan Objek Penelitian**

### **1. Subjek Penelitian**

Menurut Amirin subjek penelitian adalah seseorang atau sesuatu yang mengenainya ingin di peroleh keterangan atau orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberi informasi tentang situasi dan kondisi latar

---

<sup>48</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, ( Bandung : Alfabeta, 2012), 32.

penelitian.<sup>49</sup> Dalam hal ini yang menjadi subjek dalam penelitian adalah pemustaka umum yang berkunjung ke perpustakaan Unsyiah baik yang terdaftar sebagai anggota perpustakaan maupun tidak. Subjek dalam penelitian adalah Kepala Pelayanan Pemustaka UPT. Perpustakaan Unsyiah dan 15 orang pemustaka.

## 2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah persoalan atau titik perhatian suatu penelitian yang kemudian ingin diteliti untuk mendapatkan data secara terarah.<sup>50</sup> Dengan demikian yang menjadi objek penelitian adalah UPT. Perpustakaan Unsyiah.

## E. Kredibilitas data

Uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian dengan melakukan perpanjangan, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan *member check*.<sup>51</sup>

Dalam menguji keabsahan data yang dilakukan dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik *member check*. *Member check* adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti dari pemberi data. Tujuan *member check* untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data, berarti datanya tersebut valid, sehingga semakin kredibel atau dapat dipercaya begitupun sebaliknya.<sup>52</sup> Pelaksanaan *member check* dapat

<sup>49</sup> Muh. Fitrah, Luthfyah, *Metode Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*, (Bandung: CV Jejak, 2017), 152.

<sup>50</sup> Muh. Fitrah, Luthfyah, *Metode Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*., 156.

<sup>51</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2011), 270.

<sup>52</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan kualitatif, Kuantitatif dan R&D*, cet. 27, (Bandung : Alfabeta, 2018), 368.

dilakukan setelah satu periode pengumpulan data selesai atau setelah mendapatkan temuan atau kesimpulan.

Dalam penelitian ini proses *member check* yang penulis lakukan dengan cara memastikan kembali data yang telah penulis dapatkan dari Kepala Pelayanan Pemustaka UPT. Perpustakaan Unsyiah dan 15 orang pemustaka sudah sesuai dan benar atau tidak dengan data yang diberikan. Apabila data didapatkan sudah benar, maka hasil penelitian dianggap valid dan datanya terpercaya. Alasan penulis menggunakan metode tersebut karena ingin memastikan apakah informasi yang penulis dapatkan sudah sesuai dengan yang dimaksud oleh pemberi informasi.

## **F. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Wawancara**

Menurut Esterberg, definisi wawancara adalah “*a meeting of two persons to exchange information and mine idea through question and responses, resulting in communication and joint construction of meaning about a particular topic*”. Dari pendapat di atas menyatakan bahwa wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat di kontruksikan makna dalam suatu topik tertentu.<sup>53</sup>

Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara mendalam atau (*Indepth interview*), yang merupakan metode pengumpulan data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif. *Indepth Interview* salah satu teknik pengumpulan data kualitatif, wawancara dilakukan antara seorang responden dan pewawancara yang terampil, yang ditandai dengan penggalian yang mendalam dan menggunakan

---

<sup>53</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2011), 231.

pertanyaan terbuka.<sup>54</sup> Pedoman wawancara yang penulis gunakan adalah pertanyaan-pertanyaan yang sebelumnya sudah dipersiapkan.

Wawancara dilakukan dengan Kepala Pelayanan Pemustaka UPT. Perpustakaan Unsyiah, serta pemustaka umum di UPT. perpustakaan Unsyiah sebanyak 15 orang pemustaka. Dalam proses wawancara penulis menggunakan alat sound recorder untuk merekam, buku catatan dan kamera. Penulis membatasi waktu wawancara yaitu 5-10 menit perorang, sehingga informan tidak terlalu lama dalam memberikan jawabannya. Jika informasi yang diperlukan penulis belum didapatkan, maka dilakukan perpanjangan waktu kepada informan agar jawaban yang penulis inginkan dapat diperoleh. Dikarenakan masa pandemik Covid-19, pelayanan di perpustakaan Unsyiah harus di tutup sesuai dengan surat edaran dari Pemerintah. Oleh sebab itu, data informan yang dibutuhkan oleh penulis untuk keperluan wawancara diperoleh dalam bentuk file yang dikirim oleh pustakawan Unsyiah melalui via email kepada penulis. Data ini kemudian digunakan untuk melakukan wawancara dengan informan yang terdapat dalam data tersebut. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan penulis dari informan, wawancara yang dilakukan oleh penulis dengan informan melalui via telepon menggunakan smartphone.

## **2. Dokumentasi**

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan mencermati atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri

---

<sup>54</sup> Ari Sumantri, *Metodologi Penelitian Kesehatan*, ( Jakarta:Kencana Prenada Media Group, 2011), 211.

atau oleh orang lain tentang subjek penelitian.<sup>55</sup> Berdasarkan sifatnya, dokumen terdiri atas 3 jenis, yakni dokumen harian, dokumen pribadi dan dokumen resmi. Dokumen harian dimana sejumlah besar fakta dan data tersimpan/tersedia dalam bentuk surat-surat, catatan harian, cinderamata, laporan, artefak, photo, dan sebagainya. Sifat data utama tersebut tidak terbatas oleh ruang dan waktu sehingga memberikan peluang kepada penulis untuk mengetahui hal-hal yang pernah terjadi di waktu lampau.

Secara rinci, bahan dokumenter terdiri dari beberapa macam, yaitu autobiografi, surat-surat pribadi, buku/catatan harian, memorial, kliping, dokumen pemerintah atau swasta, data di server dan flashdisk, data tersimpan di website, dan lain-lain.<sup>56</sup> Meleong mengemukakan terdapat 2 bentuk dokumen yang dapat dijadikan bahan dalam studi dokumentasi yaitu dokumen harian dan dokumen resmi. Dokumen pribadi adalah catatan atau karangan seseorang secara tertulis tentang tindakan, pengalaman, dan kepercayaannya. Tujuan dari dokumentasi adalah untuk memperoleh sudut pandang orisinal dari kejadian dalam situasi nyata.<sup>57</sup>

Terdapat 3 bentuk dokumentasi pribadi yang umum digunakan, yaitu : (1) catatan harian (*diary*), yang berisi ragam aktivitas dan kegiatan termasuk juga unsur perasaan, (2) surat pribadi (tertulis pada kertas), email, dan obrolan dapat dijadikan sebagai materi dalam analisis dokumen dengan syarat peneliti mendapat izin dari orang yang bersangkutan, dan (3) autobiografi, yang berasal dari bahasa

---

<sup>55</sup> Mardawani, *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar dan Analisis Data dalam Persepektif Kualitatif*, (Yogyakarta : Deepublish, 2012), 52.

<sup>56</sup> Mardawani, *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar dan Analisis Data dalam Persepektif Kualitatif...*, 52.

<sup>57</sup> Mardawani, *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar dan Analisis Data dalam Persepektif Kualitatif...*, 52.

yunani terdiri atas gabungan tiga kata yaitu *auto* (sendiri), *bios* (hidup), dan *grapein* (menulis). Didefinisikan autobiografi adalah tulisan atau pernyataan yang dialami sebagai pengalaman hidup.

Dokumen resmi merupakan suatu dokumen yang bersifat resmi dikeluarkan oleh suatu lembaga yang bersifat legal. Moleong membagi dokumen resmi ke dalam 2 bagian, pertama dokumen internal, yaitu dapat berupa catatan, seperti memo, pengumuman, instruksi, aturan suatu lembaga sistem yang diberlakukan, hasil notulensi, rapat keputusan pimpinan, dan lain sebagainya. Kedua, dokumen eksternal yaitu dapat berupa bahan informasi yang dihasilkan oleh suatu lembaga sosial, seperti majalah, koran, buletin, surat pernyataan, dan lain sebagainya. Dokumen resmi dipandang mampu memperbaiki gambaran mengenai aktivitas, keterlibatan individu pada suatu komunitas tertentu dalam setting sosial.<sup>58</sup>

Dokumentasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang juga penting pada penelitian kualitatif. Data yang diperoleh dengan teknik wawancara kadang juga belum mampu menjelaskan makna fenomena yang terjadi dalam situasi sosial tertentu, sehingga dokumentasi sangat diperlukan untuk memperkuat data. Studi dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode wawancara dalam penelitian kualitatif untuk mendapatkan hasil penelitian agar lebih kredibel/dapat dipercaya. Dokumen diperoleh dengan cara mengakses website resmi perpustakaan Unsyiah, dan juga melalui via email dengan pustakawan Unsyiah.

---

<sup>58</sup> Mardawani, *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar dan Analisis Data dalam Persepektif Kualitatif...*, 52

## **G. Teknik Analisis Data**

### **1. Reduksi Data**

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu data perlu dicatat secara teliti dan rinci. Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.<sup>59</sup> Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti menggunakan smartphone pada aspek tertentu.

### **2. Penyajian Data**

Data dalam penelitian kualitatif akan didiskripsikan dalam penyajian data. Penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, pie chart, pictogram dan sejenisnya.<sup>60</sup> Melalui penyajian data tersebut, maka data akan terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan sehingga akan semakin mudah dipahami sampai pada penarikan kesimpulan dan juga pengambilan tindakan, dan data akan disampaikan dalam bentuk teks yang bersifat naratif.

### **3. Penarikan kesimpulan**

Penarikan kesimpulan adalah tahap akhir dari penelitian kualitatif. Penulis harus sampai pada kesimpulan untuk melakukan verifikasi baik dari segi makna maupun dari segi yang disepakati oleh subjek penelitian yang dilaksanakan. Makna yang dirumuskan peneliti dari data harus diuji kebenaran, kecocokan dan kekokohnya.<sup>61</sup>

---

<sup>59</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2011), 247.

<sup>60</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Alfabeta, 2017), 137.

<sup>61</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan...*, 553

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Pemustaka Umum**

UPT. Perpustakaan Universitas Syiah Kuala memiliki data kunjungan pemustaka umum sebanyak 80 orang. Dari data hasil wawancara dan dokumentasi yang penulis lakukan dilapangan terdapat sebanyak 80 pemustaka umum yang aktif berkunjung ke perpustakaan Unsyiah. Jumlah pengunjung dari data statistik yang terhitung sejak awal Agustus hingga Desember 2019 berjumlah 80 orang, 7 orang sebagai anggota perpustakaan, sedangkan 73 orang lainnya adalah pemustaka yang bukan menjadi anggota perpustakaan. 40 orang mahasiswa UIN A-Raniry, 25 orang mahasiswa Poltekes Aceh, 3 orang mahasiswa STKIP BBG, 10 orang mahasiswa dari Unmuha, dan 3 orang mahasiswa USM. Dari data tersebut peneliti mengetahui bahwa pemustaka umum yang sering berkunjung ke perpustakaan Unsyiah adalah mahasiswa dari Perguruan Tinggi Banda Aceh.

Perpustakaan Unsyiah juga menerapkan kebijakan bagi pemustaka umum yang berkunjung ke perpustakaan Unsyiah yaitu membayar administrasi sebesar Rp.5000,- untuk sekali masuk ke Perpustakaan Unsyiah. Administrasi ini diberlakukan untuk pemustaka yang tidak menjadi anggota perpustakaan Unsyiah. Namun pemustaka merasa tidak keberatan dengan biaya yang mereka keluarkan mengingat kualitas yang diberikan oleh Perpustakaan Unsyiah sangat memuaskan pemustaka yang berkunjung. Adapun informan dalam penelitian ini adalah kepala bagian Pelayanan Pemustaka dan 15 orang pemustaka umum yang berkunjung ke Perpustakaan Unsyiah.

## **B. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

### **1. Hasil Penelitian**

Penelitian dilakukan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam rangka menjawab pertanyaan dari rumusan masalah yang telah diuraikan pada latar belakang masalah sebelumnya mengenai Analisis Loyalitas Kunjungan Pemustaka di UPT. Perpustakaan Unsyiah Banda Aceh.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis menjabarkan hasil penelitian melalui wawancara dengan informan terkait loyalitas kunjungan pemustaka di UPT. Perpustakaan Unsyiah sebagai berikut :

#### **a) Hasil wawancara dengan Kepala Bagian Pelayanan Pemustaka**

Hasil wawancara dengan kepala bagian Pelayanan Pemustaka di UPT. perpustakaan Unsyiah selama beliau bertugas, mengenai gambaran loyalitas kunjungan pemustaka umum mengemukakan bahwa loyalitas kunjungan pemustaka umum di perpustakaan Unsyiah dapat dikatakan cukup loyal. Sebab pemustaka umum rela membayar administrasi dengan jumlah Rp.5000,- untuk dapat mengakses informasi serta layanan yang disediakan oleh perpustakaan Unsyiah.

Pemustaka ini datang dan berkunjung kembali sebagaimana pemustaka yang lain, namun untuk hal loyalitas sendiri, pustakawan tidak dapat mengukur loyalitas pemustaka umum tersebut. Karena pada dasarnya loyalitas pemustaka dapat diukur dengan jumlah kunjungan dan jumlah peminjaman koleksi yang bisa dijadikan sebagai data untuk mengukur loyalitas tersebut. Namun, loyalitas pemustaka umum tidak dapat diukur karena pemustaka hanya bisa mengakses

perpustakaan dengan layanan baca di tempat atau memfoto copy pada layanan yang telah disediakan. Hal ini tentunya menjadi kendala untuk mengukur loyalitas pemustaka umum tersebut.

Pada dasarnya upaya yang dilakukan pustakawan hanyalah memperbaiki kualitas layanan serta menambah koleksi perpustakaan Unsyiah. Selain untuk kebutuhan pemustaka Unsyiah sendiri, koleksi perpustakaan tersebut juga dapat dimanfaatkan oleh pemustaka umum untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Sedangkan untuk reward yang pustakawan berikan, hanya bisa di berikan kepada pemustaka Unsyiah, berdasarkan statistik kunjung dan statistik peminjaman buku yang dicatat secara otomatis berdasarkan scan barcode pada kartu anggota perpustakaan. Akan tetapi pelayanan dan ketersediaan koleksi pada perpustakaan yang menjadikan pemustaka datang dan berkunjung kembali dengan banyaknya buku yang di foto copy. Selain itu ada peningkatan kunjungan pemustaka umum di perpustakaan Unsyiah.

Untuk meningkatkan kualitas layanan pada perpustakaan Unsyiah, kami bisa meminta para pemustaka umum atau pemustaka Unsyiah untuk memilih pin emoticon pada box yang sudah disediakan. Pada saat penutupan jam layanan perpustakaan, itu akan menjadi evaluasi bagi perpustakaan, apakah pelayanan hari ini baik yang biasanya di tandai dengan banyaknya pin emoticon senyum dan pin emoticon sedih untuk menandakan bahwa pemustaka kecewa pada pelayanan perpustakaan.

Berdasarkan penjelasan Kepala Bagian Pelayanan Pemustaka di perpustakaan Unsyiah, gambaran loyalitas kunjungan pemustaka di perpustakaan Unsyiah cukup berpengaruh dalam membantu peningkatan kualitas Perpustakaan Unsyiah.

Dalam hal ini pihak perpustakaan menyediakan fasilitas dan layanan yang baik seperti tersedianya koleksi buku yang lengkap dan *up to date*. Peningkatan kualitas tersebut juga berdampak baik terhadap perpustakaan Unsyiah dikarenakan pemustaka sebagai penyambung lidah perpustakaan untuk sarana promosi vokal perpustakaan dari mulut ke mulut dengan cara merekomendasikan dan mengajak rekan serta teman pemustaka tersebut untuk berkunjung ke Perpustakaan Unsyiah. Selain itu, hal ini akan membuat peningkatan pada kunjungan pemustaka umum di Perpustakaan Unsyiah karena adanya citra yang positif dari perpustakaan umum tersebut, sehingga kelayaklitan pemustaka terhadap perpustakaan tersebut akan semakin baik.<sup>62</sup>

#### **b) Hasil wawancara dengan Pemustaka Umum**

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemustaka, 3 diantara mereka mengatakan bahwa alasan berkunjung ke Perpustakaan Unsyiah adalah karena Perpustakaan Unsyiah termasuk salah satu perpustakaan yang memiliki banyak koleksi.<sup>63</sup> 2 orang pemustaka mengatakan bahwa alasan pemustaka berkunjung karena mengerjakan tugas.<sup>64</sup> Sedangkan 5 orang pemustaka lain mencari sumber informasi untuk menyelesaikan tugas dan penulisan skripsi.<sup>65</sup> selanjutnya 4 pemustaka lain mengatakan mencari bahan referensi dan 1 pemustaka lain mengatakan berkunjung karena pelayanan Perpustakaan Unsyiah. Selain itu alasan pemustaka berkunjung ke Perpustakaan Unsyiah ialah karena perpustakaan

---

<sup>62</sup> Hasil wawancara dengan Ketua Bidang Pelayanan Pemustaka Ibu Charlis Siana Rosita S. Sos pada tanggal 7 Januari 2021

<sup>63</sup> Hasil wawancara dengan pemustaka umum (Alif Nawati, Muhammad Iqbal, Eva Asmara), pada tanggal 7 Januari 2021

<sup>64</sup> Hasil wawancara dengan pemustaka umum (Mega Ayuniara dan Hendri Pratama) pada tanggal 7 Januari 2021

<sup>65</sup> Hasil wawancara dengan pemustaka umum (Khairatin, Astri Arico Punce, Merisa, Rima Ulfa dan Syahdiara) pada tanggal 7 Januari 2021

tersebut berada di tempat yang strategis serta mudah untuk diakses. Kemudian perpustakaan Unsyiah juga menyediakan koleksi yang beragam dan dapat memenuhi kebutuhan pemustaka dengan pelayanan yang baik.<sup>66</sup>

Selanjutnya tujuan pemustaka mengunjungi Perpustakaan Unsyiah adalah untuk mencari informasi yang dibutuhkan berdasarkan keperluan informan untuk menyelesaikan tugas perkuliahan. Mencari sumber referensi untuk praktek mata Kuliah. Dan menyelesaikan tugas serta menikmati fasilitas lainnya seperti cafe.<sup>67</sup>

Kemudian informan mengatakan lebih memilih Perpustakaan Unsyiah daripada perpustakaan yang lain karena di perpustakaan tersebut tidak hanya menyediakan informasi yang tercetak, namun juga menyediakan informasi dalam bentuk non cetak atau digital seperti jurnal online. Perpustakaan Unsyiah juga dapat dijangkau dari kampus karena tidak terlalu jauh, serta layanan yang diberikan oleh perpustakaan baik dari segi layanan maupun dari segi fasilitas sudah sangat baik. Pemustaka juga mengatakan bahwa Unsyiah adalah Perpustakaan yang sangat terkenal bukan hanya karena nama kampusnya, namun juga karena koleksi yang memadai serta mengikuti kemajuan zaman dalam hal teknologi dan informasi yang perpustakaan.<sup>68</sup>

Pemustaka memilih Perpustakaan Unsyiah tentunya karena perpustakaan tersebut sudah memiliki akreditasi yang baik dan kualitas yang baik, hal ini tentu saja menjadi daya tarik untuk pemustaka mengunjungi perpustakaan tersebut sebagai tempat mencari informasi. Memilih Perpustakaan Unsyiah untuk mencari

---

<sup>66</sup> Hasil wawancara dengan pemustaka umum ( Kamil, Windi Mubarak, Jumi Adelia Wardiansyah, Salihan, wirzan). Pada tanggal 7 Januari 2021.

<sup>67</sup> Hasil wawancara dengan pemustaka umum (Astri Arico Punce, Mega Ayuniara, Jumi Adelia wadiansyah, Alif Nawati, Muhammad Iqbal, Syahdiara, Khairatin, Eva Asmara, Rima Ulfa, Kamil, Windi Mubarak, Wirzan, Salihan, Merisa, Hendri Pratama) pada tanggal 7 Januari 2021.

<sup>68</sup> Hasil wawancara dengan pemustaka umum ( Kamil, Windi Mubarak, Jumi Adelia Wardiansyah, Salihan, wirzan). Pada tanggal 7 Januari 2021.

informasi karena pelayanan yang diberikan sangat ramah sehingga pemusta sangat antusias dalam mengunjungi atau mengikuti acara yang diadakan oleh Perpustakaan Unsyiah.

Layanan yang diberikan oleh Perpustakaan Unsyiah terhadap informan cukup memuaskan, dimana pustakawan memberikan pelayanan yang ramah serta lingkungan yang nyaman. Layanan yang diberikan oleh perpustakaan baik dari segi layanan maupun dari segi fasilitas sudah sangat baik. Pelayanan dari pihak Perpustakaan Unsyiah sangat baik dan berjalan sesuai dengan harapan pemustaka baik itu segi keamanan dan adanya pengarahan dari pustakawan untuk pemustaka umum yang menggunakan Perpustakaan Unsyiah.<sup>69</sup>

Untuk pelayanan yang terdapat di Perpustakaan Unsyiah sudah berjalan sangat baik dan profesional. Pemustaka juga mengatakan bahwa pelayanan perpustakaan Unsyiah sangat baik dalam membantu pemustaka ketika berkunjung ke perpustakaan, kemudian kemudahan dalam mendapatkan informasi secara online juga mudah. Pelayanan yang diberikan oleh perpustakaan Unsyiah semoga dapat dipertahankan. Pelayanan yang diberikan oleh perpustakaan sangat ramah dari pihak pustakawan dan sangat nyaman untuk tempat dan fasilitas. Layanan yang disediakan oleh Perpustakaan Unsyiah memiliki kemajuandimana tersedia juga layanan online, sehingga saat malas berkunjung ke perpustakaan kita bisa membaca buku di rumah.<sup>70</sup>

Adapun harapan pemustaka untuk perpustakaan di masa yang akan datang adalah adanya ketenangan di ruang membaca, agar pemustaka lain tidak merasa

---

<sup>69</sup> Hasil wawancara dengan pemusta umum (Astri Arico Punce, Mega Ayuniara, Jumi Adelia wadiansyah, Alif Nawati, Muhammad Iqbal, Syahdiara, Khairatin, Salihan) pada tanggal 7 Januari 2021.

<sup>70</sup> Hasil wawancara dengan pemusta umum (Wizan, Hendri Pratama, Eva Asmara, Rima Ulfa, Kamil, Windi Mubarak, Merisa ) pada tanggal 7 Januari 2021.

terganggu dengan pemustaka yang membuat keributan.<sup>71</sup> Selanjutnya semoga Perpustakaan Unsyiah semakin maju dan dapat menjadi inspirasi bagi perpustakaan lain serta dapat berkembang dan memiliki kemajuan seperti Perpustakaan Unsyiah. Semoga perpustakaan tersebut dapat menjadi pusat informasi yang bermanfaat bagi semua kalangan.<sup>72</sup> Selain itu harapan pemustaka kepada pihak perpustakaan agar lebih memudahkan dalam proses administrasi, dimana pemustaka dapat membayar administrasi dengan menggunakan uang cash atau tanpa debit atau menggunakan ATM. Dikarenakan tidak semua pemustaka umum menggunakan ATM yang samaa. Kemudian harapan pemustaka semoga pelayanan di Perpustakaan Unsyiah dapat dipertahankan.<sup>73</sup>

Pemustaka merekomendasikan Perpustakaan Unsyiah ke pemustaka lain untuk berkunjung ke perpustakaan Unsyiah dikarenakan kualitas perpustakaan yang baik dan dikarenakan perpustakaan tersebut telah dikenal oleh banyak kalangan. rekomendasi juga berupa ajakan untuk menyelesaikan tugas perkuliahan dan penelusuran informasi yang perpustakaan. Untuk rekomendasi sendiri pemustaka menyarankan kepada teman sejawatnya terutama mahasiswa/i kesehatan gigi untuk berkunjung dan memanfaatkan perpustakaan Unsyiah karena memang perpustakaan tersebut sangat bagus. Pemustaka juga dapat menikmati nuansa cafe serta adanya kegiatan yang bisa menghibur pemustaka dari penatnya pekerjaan atau perkuliahan.<sup>74</sup>

---

<sup>71</sup> Hasil wawancara dengan pemustaka umum (Astri Arico Punce, Mega Ayuniara, Jumi Adelia wadiansyah, Alif Nawati, Muhammad Iqbal, ) pada tanggal 7 Januari 2021.

<sup>72</sup> Hasil wawancara dengan pemustaka umum (Syahdiara, Khairatin, Salihan, Wizan, Hendri Pratama) pada tanggal 7 Januari 2021

<sup>73</sup> Hasil wawancara dengan pemustaka umum (Eva Asmara, Rima Ulfa, Kamil, Windi Mubarak, Merisa) pada tanggal 7 Januari 2021

<sup>74</sup> Hasil wawancara dengan pemustaka umum (Astri Arico Punce, Mega Ayuniara, Jumi Adelia wadiansyah, Alif Nawati, Muhammad Iqbal, Syahdiara, Khairatin, Eva Asmara, Rima Ulfa, Kamil, Windi Mubarak, Wirzan, Salihan, Merisa, Hendri Pratama) pada tanggal 7 Januari 2021.

## 2. Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat mengindikasikan bahwa loyalitas kunjungan pemustaka di perpustakaan Unsyiah dipengaruhi oleh beberapa faktor dengan merujuk pada teori Grafin yaitu:

- a. Faktor utama loyalitas kunjungan pemustaka umum di perpustakaan Unsyiah adalah karena faktor kepuasan. Dimana pemustaka umum mengunjungi perpustakaan Unsyiah karena banyaknya koleksi pustaka yang tersedia dan *up to date* sehingga hal ini dapat memenuhi kebutuhan pemustaka umum dalam mencari informasi. Ini menjadi faktor pendukung yang menyebabkan pemustaka umum berkunjung ke perpustakaan Unsyiah.
- b. Selanjutnya faktor yang mempengaruhi pemustaka mengunjungi perpustakaan Unsyiah adalah untuk menyelesaikan tugas perkuliahan baik secara individu maupun kelompok. Hal ini di dukung dengan adanya fasilitas yang memadai di perpustakaan Unsyiah.
- c. Faktor yang sangat menjadi pertimbangan pemustaka dalam memilih perpustakaan Unsyiah karena kualitas layanan dan informasi yang baik di perpustakaan tersebut. Hal ini didukung dengan adanya akreditasi A di perpustakaan tersebut serta perpustakaan Unsyiah bertaraf internasional tepatnya sejak 2008 mendapatkan Certificate ISO 9001: 2008. penelitian ini dilakukan dengan durasi waktu mulai tanggal 10 November sampai 10 Januari 2021.
- d. Faktor selanjutnya dipengaruhi oleh pelayanan. Pelayanan yang diberikan oleh pihak perpustakaan terhadap pemustaka sangat baik. Seperti halnya

membantu mengarahkan pemustaka untuk menemukan buku di rak yang tersedia. Dan membimbing pemustaka umum dalam menggunakan fasilitas yang telah disediakan.

- e. Untuk menjaga loyalitas pemustaka terhadap suatu perpustakaan tentunya tidak lepas dari harapan pemustaka umum yang loyal agar adanya peningkatan yang semakin baik dari perpustakaan yang mereka senangi. Hal ini tentunya memunculkan harapan pemustaka terhadap perpustakaan Unsyiah, dimana agar pihak perpustakaan terus mempertahankan layanan perpustakaan dan terus berbenah agar menjadi inspirasi bagi setiap kalangan terutama di dunia pendidikan.
- f. Faktor loyalitas yang terakhir adalah adanya bentuk rekomendasi terhadap suatu perpustakaan. Dimana pemustaka mengajak rekan dan teman untuk berkunjung dan menikmati fasilitas yang disediakan oleh perpustakaan Unsyiah. Hal ini sebagai salah satu bentuk loyalitas pemustaka umum terhadap perpustakaan Unsyiah dan juga tetap setia terhadap perpustakaan unsyiah tanpa memiliki keinginan untuk berpindah ke perpustakaan lain.<sup>75</sup>

Selain faktor yang mempengaruhi loyalitas pemustaka umum di Perpustakaan Unsyiah, pemustaka tersebut juga memiliki karakteristik sebagai pemustaka yang loyal berkunjung ke perpustakaan Unsyiah merujuk pada teori Griffin yaitu:

---

<sup>75</sup> Griffin, Jill, *Customer Loyalty "menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan"*, (Jakarta : Erlangga, 2005), hal. 12 di akses pada tanggal 20 Juli 2020 melalui [https://books.google.co.id/books?id=ixO5GxYqBbkC&pg=PP7&dq=customer+loyalty+menumbuhkan+dan+mempertahankan+kesetiaan+pelanggan&hl=id&sa=X&ved=2ahUKFwjYzYn-5MDsAhV5IEsFHT\\_nB3IQ6AEwAHoECAAQAg#v=onepage&q=customer%20loyalty%20menumbuhkan%20dan%20mempertahankan%20kesetiaan%20pelanggan&f=false](https://books.google.co.id/books?id=ixO5GxYqBbkC&pg=PP7&dq=customer+loyalty+menumbuhkan+dan+mempertahankan+kesetiaan+pelanggan&hl=id&sa=X&ved=2ahUKFwjYzYn-5MDsAhV5IEsFHT_nB3IQ6AEwAHoECAAQAg#v=onepage&q=customer%20loyalty%20menumbuhkan%20dan%20mempertahankan%20kesetiaan%20pelanggan&f=false)

- a. Memanfaatkan bahan pustaka secara terus menerus baik dengan memfhotocopy, meminjam atau mencatat informasi yang dibutuhkan serta memanfaatkan fasilitas layanan online seperti jurnal langganan, skripsi, tesis, dan lain sebagainya.
- b. Memanfaatkan layanan online seperti penelusuran informasi melalui website resmi perpustakaan, namun tidak dapat diakses. Hal ini bisa dikonsultasikan dengan memanfaatkan jasa pustakawan melalui cara chat pustakawan atau bertanya pada pustakawan melalui via email atau langsung pada website resmi yang tersedia.
- c. Tetap mengunjungi perpustakaan secara terus menerus meskipun banyak perpustakaan yang memiliki daya tarik dalam persaingan jasa perpustakaan.
- d. Pemustaka tersebut ikut serta mempromosikan perpustakaan dengan menyampaikan hal-hal positif kepada pemustaka lain sebagai citra baik dari suatu perpustakaan itu sendiri.<sup>76</sup>

---

<sup>76</sup> Miguna Astuti, Agni Rizkita Amanda, *Pengantar Manajemen Pemasaran...*,67-68.

## BAB V

### KESIMPULAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis mengenai analisis loyalitas kunjungan pemustaka di UPT. perpustakaan Unsyiah Banda Aceh dapat disimpulkan bahwa tingkat loyalitas pemustaka umum pada perpustakaan tersebut terbilang cukup tinggi. Hal ini didukung oleh beberapa faktor yang menyebabkan loyalnya pemustaka umum terhadap perpustakaan Unsyiah. Adapun faktor tersebut adalah :

1. Kualitas perpustakaan Unsyiah yang baik dengan akreditasi A membuat pemustaka umum menjadikan perpustakaan Unsyiah sebagai tempat untuk mendapatkan informasi.
2. Koleksi buku yang memadai sebagai sumber rujukan bagi pemustaka umum yang hendak menyelesaikan tugas perkuliahan dan pekerjaan.
3. Sarana dan prasarana yang sangat mendukung semua aspek perkuliahan termasuk rekreasi perpustakaan serta adanya keamanan bagi pemustaka.
4. Pelayanan yang baik dari pihak pustakawan kepada semua kalangan.
5. Pemustaka Umum menginginkan adanya kemudahan dalam mengakses informasi.
6. Loyalitas kunjung pemustaka terus berlanjut dengan adanya rekomendasi dari rekan atau teman sejawat serta merekomendasikan kembali perpustakaan Unsyiah kepada pemustaka lain.

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis memberikan beberapa saran-saran sebagai berikut :

### 1. Saran untuk Perpustakaan Unsyiah

- a. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka diharapkan bagi pihak perpustakaan Unsyiah agar mempertahankan kualitas pelayanan.
- b. Diharapkan adanya kedisiplinan di ruang baca untuk menjaga kenyamanan antar pemustaka.
- c. Diharapkan ada kebijakan baru yang mengizinkan pemustaka umum untuk meminjam buku atau adanya pengurangan biaya administrasi untuk menjadi anggota perpustakaan Unsyiah.

### 2. Saran untuk Pemustaka Umum

- a. Jika pemustaka membutuhkan informasi yang perpustakaan setiap hari disarankan agar menjadi anggota perpustakaan Unsyiah
- b. Pemustaka diharapkan agar terus merekomendasikan perpustakaan Unsyiah kepada semua kalangan sebagai bentuk loyalitas kepada perpustakaan Unsyiah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Isywarul Mujab, Ary Setyadi, Rukiyah, *Persepsi Pemustaka Terhadap Sikap Pustakawan dalam Layanan Referensi di perpustakaan Universitas Katolik Soegijapranata*, *Jurnal Ilmu perpustakaan*, Vol. 4 No.2 (2015) : April 2015. di akses melalui <http://media.neliti.com>
- Ali Hasan Zein, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, (Yogyakarta : Deepublish Publisher,2020)
- Andriasan Sudarso, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan (Dilengkapi dengan Hasil Riset Pada Hotel Berbintang di Sumatera Utara)*, (Yogyakarta : Deepublish, 2016)
- Anton Risparyanto, *Pengaruh Kualitas Layanan Pustakawan Terhadap Loyalitas Pemustaka dengan Variabel Intervening Kepuasan Pemustaka*, (*Jurnal perpustakaan* Vo. 8 No.1 Tahun 2017:51:-66) ISSN, 1979-9527
- Ari Sumantri, *Metodologi Penelitian Kesehatan*, ( Jakarta:Kencana Prenada Media Groub, 2011)
- Athiyah Kamaliyah, *Pengaruh Pemandangan perpustakaan Umum Kabupaten Rembang ke Lokasi Pariwisata Pantai Kartini Terhadap Minat Kunjung Pemustaka*, (*jurnal Berkala Ilmu perpustakaan dan Informasi*, Vol. XI No. 2, 2015)
- Basrowi, Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta : Rineka Cipta, 2008)
- Bernard T. Widjaja, *Lifestyle Marketing, SEVLIST : Paradigma Baru Pemasaran Bisnis Jasa dan Lifestyle*, (Jakarta : PT. Gramedia Pusaka Utama, 2009)
- Darmawati, *Peranan Kepuasan dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Terhadap Loyalitas Pemustaka Pada UPT perpustakaan Universitas Halu Oleo Kendari*, *Jurnal Jupiter* Volume XVI, No.1, 2017, hal.6 diakses melalui <file:///C:/Users/H%20U%20L%20W%20A%20N%20I/Downloads/4218-8991-1-SM.pdf>
- Dwininda Kusumawardhani, Tine Silvana Rachmawati, Prijana, *Hubungan Kredibilita Pustakawan dengan Loyalitas Pemustaka Pada perpustakaan UNISBA*, (*Jurnal Libraria*, Vol. 6 No. 1 Juni 2018) diakses melalui <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/Libraria/article/view/2867>

- Elvera, *Pemasaran Pariwisata : Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan*, (Surabaya : Scopindo Media Pustaka, 2020)
- Erny Puspa, *Analisi Kepuasan Pemustaka Terhadap Pelayanan Perpustakaan Pusat Penelitian dan Pengembangan Peikanan Budidaya*, (Jurnal Pari, Volume 2 Nomor 2 Desember 2016), diakses melalui <http://ejurnal-balitbang.kkp.go.d/index.php/jp>
- Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa - prinsip, penerapan, dan penelitian*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2014)
- Gerald D.F. Lumingkewas, Adolfin, Yantje Uhing, *Analisis Pengaruh Budaya Organisasi dan Loyalitas Terhadap Kinerja Karyawan Bank Sulut-Go Kantor Cabang Tomohon*, (Jurnal EMBA, VOL. 7 No. 6 Juli 2019, ISSN 2304-1174, diakses melalui <file:///C:/Users/H%20U%20L%20W%20A%20N%20I/Downloads/24209-49468-1-SM.pdf> pada 17 Januari 2020, hal. 3271
- Griffin, Jill, *Customer Loyalty “menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan”*, (Jakarta : Erlangga, 2005), di akses pada tanggal 20 Juli 2020 melalui [https://books.google.co.id/books?id=ixO5GxYqBbkC&pg=PP7&dq=customer+loyalty+menumbuhkan+dan+mempertahankan+kesetiaan+pelanggan&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwjYzYn-5MDsAhV5IEsFHT\\_nB3IQ6AEwAHoECAAAQAg#v=onepage&q=customer%20loyalty%20menumbuhkan%20dan%20mempertahankan%20kesetiaan%20pelanggan&f=false](https://books.google.co.id/books?id=ixO5GxYqBbkC&pg=PP7&dq=customer+loyalty+menumbuhkan+dan+mempertahankan+kesetiaan+pelanggan&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwjYzYn-5MDsAhV5IEsFHT_nB3IQ6AEwAHoECAAAQAg#v=onepage&q=customer%20loyalty%20menumbuhkan%20dan%20mempertahankan%20kesetiaan%20pelanggan&f=false)
- <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kunjungan> diakses pada Sabtu 07 Maret 2020
- Junaedi, *Loyalitas Pelanggan Pemasang Iklan Televisi dalam Acara Tembang Pantura*, (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2015)
- Mardawani, *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar dan Analisis Data dalam Persepektif Kualitatif*, (Yogyakarta : Deepublish, 2012)
- Miguna Astuti, Agni Rizkita Amanda, *Pengantar Manajemen Pemasaran*, (yogyakarta : Deepublish, 2020). diakses pada tanggal 20 juli 2020 melalui <https://books.google.co.id/books?id=baTXDwAAQBAJ&pg=PA68&dq=karakteristik+loyalitas+pelanggan&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwj4uI-u0sDsAhXE6XMBHcebAwIQ6AEwBHoECACQAg#v=onepage&q=karakteristik%20loyalitas%20pelanggan&f=false>
- Muh. Fitrah, Luthfyah, *Metode Penelitian; Penelitian Kualitati, Tindakan Kelas & Studi Kasus*, (Bandung: CV Jejak, 2017)
- Rinaldy imansyah, Mecca Arfa, *Efektifitas Promosi menggunakan UI LIB. Berkala Terhadap Minat Kunjung Pemustaka di perpustakaan Universitas*

*Indonesia, Jurnal Ilmu perpustakaan*, Vol. 8, No. 4, Oktober 2019, di akses melalui <http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1569946&val=4723&title=EFEKTIVITAS%20PROMOSI%20MENGGUNAKAN%20UI%20LIB%20BERKALA%20TERHADAP%20MINAT%20KUNJUN%20PEMUSTAKA%20DI%20perpustakaan%20UNIVERSITAS%20INDONESIA>

Sabilal, Ika Krismayani, *Faktor-Faktor Penyebab Rendahnya Minat Kunjung Siswa ke perpustakaan SMAN 2 Mranggen diakses melalui* <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/viewFile/23240/21268>

Sahidi, *Pengaruh Layanan terhadap Loyalitas Mahasiswa di UPT. perpustakaan Universitas Pembangunan Nasional (UPN) "Veteran" Yogyakarta* (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta : 2016)

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2011)

Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2012)

Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung : alfabeta, 2013)

Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Alfabeta, 2017)

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan kualitatif, Kuantitatif dan R&D*, cet. 27, (Bandung : Alfabeta, 2018)

Sutarno NS, *perpustakaan Dan Masyarakat*, (Jakarta: Sagung Seto, 2006)

Teuku Hermilan, *pengaruh Social Skill Pustakawan Terhadap Loyalitas Kunjung Pemustaka di Bagian Pelayanan Referensi UPT. perpustakaan Unsyiah* (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Fakultas Adab dan Humaniora, Banda Aceh : 2018)

Tjiptono, *Strategi pemasaran*, Edisi Kedua, (Yogyakarta: Andi, 2010)

Yupi Yuliatwati, *Pengaruh Motivasi dan Sikap Terhadap Loyalitas Konsumen pada Studio Jonas Photo*, jurnal Strategic, Volume 11, Nomor 20, Desember 2016, diakses melalui <http://ejournal.upi.edu/index.php/stategic/article/view/7072>.

Zainuddin Tahuman, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing*, (jurnal Riset Bisnis dan Manajemen, Vol. 4 No. 3 Edisi khusus Pemasaran & Keuangan 2016, 445-460), di akses melalui <http://ejournal.unsrat.ac.id>

## **Instrumen wawancara**

### **1. Pertanyaan yang diajukan kepada kepala bagian sirkulasi**

- a. Selama anda bertugas di perpustakaan Unsyiah, bagaimana gambaran loyalitas kunjungan pemustaka umum di perpustakaan Unsyiah ?
- b. Bagaimana anda mengukur loyalitas mereka ?
- c. Apa saja yang selama ini telah dilakukan dari pihak pustakawan untuk mempertahankan loyalitas pemustaka umum ?
- d. Apakah reward yang diberikan selama ini sudah memadai ?
- e. Pernah ada komplain dari pemustaka umum terhadap pelayanan perpustakaan selama ini ? bagaimana solusi yang anda tawarkan ?

### **2. Pertanyaan yang diajukan kepada pemustaka umum**

- a. Apakah alasan pemustaka mengunjungi perpustakaan Unsyiah ?
- b. Apakah tujuan pemustaka mengunjungi perpustakaan Unsyiah ?
- c. Mengapa pemustaka memilih perpustakaan Unsyiah sebagai tempat mencari informasi ?
- d. Bagaimana pendapat anda tentang pelayanan yang diberikan perpustakaan Unsyiah ?
- e. apakah harapan pemustaka terhadap layanan perpustakaan Unsyiah di masa yang akan datang ?
- f. Bagaimana bentuk rekomendasi anda kepada rekan-rekan lainnya ?

## LAMPIRAN

