



## Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap Loyalitas Pemustaka di Perpustakaan Universitas Andalas

Dinda Aprilya <sup>1</sup>, Desriyeni <sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Negeri Padang, Indonesia

Email : [dindaapriyaa055@gmail.com](mailto:dindaapriyaa055@gmail.com) [desriyeni@fbs.unp.ac.id](mailto:desriyeni@fbs.unp.ac.id)

**Abstract.** *Abstract The purpose of this study is to describe: (1) Customer Relationship Management (CRM) at Andalas University Library; (2) user loyalty at Andalas University Library; (3) the effect of Customer Relationship Management (CRM) on user loyalty at Andalas University Library. This type of research is quantitative with a descriptive method. The population in this study were all visitors to Andalas University Library as of 2023, totaling 140,928 and a sample of 100 people. Sampling using simple random sampling technique. Data analysis was carried out through the stages of examination, tabulation, and drawing conclusions. The results of the study indicate that: (1) the implementation of Customer Relationship Management (CRM) at Andalas University Library has been implemented well, this can be seen from the responses given by respondents who stated that the completeness of technology-based services at Andalas University Library is relatively complete and makes it easier for users to get the books or references they need. In addition, the service process involving officers and users can be carried out quickly and accurately, in addition, the Andalas University library has also been supported by officers who are creative, responsive and able to serve the needs of users; (2) the level of loyalty of users who visit the Andalas University library is also relatively high, this can be seen from the existence of repeat purchases that occur repeatedly, in addition, users have a high level of retention, this can be seen from their actions to always want to visit the library almost every day, in addition, users are also concluded to have a high level of referrals, this can be seen from the number of respondents who choose to agree to invite friends to come and read books at the Andalas University Library; (3) according to the results of the hypothesis testing through the t-statistic test, it was found that Customer Relationship Management (CRM) has a positive and significant effect on user loyalty in visiting the Andalas University Library. These findings indicate that the better the implementation of Customer Relationship Management (CRM) felt by users, the more their loyalty will increase. The results obtained at the first hypothesis testing stage are in line with the proposed hypothesis, so the first hypothesis is accepted.*

**Keywords:** *Customer Relationship Management, Library User Loyalty, Andalas University Library*

**Abstrak.** *Abstrak Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan: (1) Customer Relationship Management (CRM) di Perpustakaan Universitas Andalas; (2) loyalitas pemustaka di Perpustakaan Universitas Andalas; (3) pengaruh Customer Relationship Management (CRM) terhadap loyalitas pemustaka di Perpustakaan Universitas Andalas. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung di Perpustakaan Universitas Andalas yang terhitung pada tahun 2023 yang berjumlah 140.928 dan sampel berjumlah 100 orang. Penarikan sampel menggunakan teknik *simple random sampling*. Analisis data dilakukan melalui tahapan pemeriksaan, tabulasi, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) di Perpustakaan Universitas Andalas telah diterapkan dengan baik, hal tersebut terlihat dari respon yang diberikan responden yang menyatakan kelengkapan layanan berbasis teknologi di perpustakaan Universitas Andalas relatif lengkap dan mempermudah pemustaka untuk mendapatkan buku atau pun referensi yang mereka butuhkan. Selain itu proses layanan yang melibatkan petugas dan pemustaka dapat dilakukan dengan cepat dan tepat, disamping itu perpustakaan Universitas Andalas juga telah didukung oleh petugas yang kreatif, cepat tanggap dan mampu melayani kebutuhan pemustaka; (2) tingkat loyalitas pemustaka yang berkunjung ke perpustakaan Universitas Andalas juga relatif tinggi, hal tersebut terlihat dari adanya *repeat purchase* yang terjadi berulang ulang, selain itu pemustaka memiliki tingkat *retention* yang tinggi, hal tersebut terlihat dari adanya tindakan mereka untuk selalu mau berkunjung ke perpustakaan hampir setiap harinya, selain itu pemustaka juga disimpulkan memiliki tingkat *referrals* yang tinggi, hal tersebut terlihat dari banyaknya responden yang memilih setuju untuk mengajak teman datang dan membaca buku di Perpustakaan Universitas Andalas; (3) sesuai dengan hasil pengujian hipotesis melalui uji t-statistik ditemukan *Customer Relationship Management* (CRM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pemustaka dalam mengunjungi Perpustakaan Universitas Andalas. Temuan tersebut mengisyaratkan semakin baik implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) yang dirasakan pemustaka maka akan meningkatkan loyalitas mereka. Hasil yang diperoleh pada tahapan pengujian hipotesis pertama sejalan dengan hipotesis yang diajukan, sehingga hipotesis pertama diterima.*

**Kata Kunci :** *Customer Relationship Management , Loyalitas Pemustaka , Perpustakaan Universitas Andalas*

*Received Desember 15,2024; Revised December 30,2024; Accepted Januari 23, ,2025; Online Available Januari 25,2025*

## 1. LATAR BELAKANG

*Customer Relationship Management* (CRM) menurut Oesman dalam (Tjuparmah, 2019) adalah suatu proses pengumpulan informasi yang akan meningkatkan pemahaman terhadap bagaimana mengelola hubungan organisasi dengan pelanggannya. Bidang perpustakaan juga memiliki strategi dalam hal menarik, memperoleh dan mempertahankan serta membina hubungan dengan pengguna melalui komunikasi yang mendalam. Upaya tersebut dilakukan dalam rangka mempertahankan hubungan jangka panjang dan membangun loyalitas antara perpustakaan dengan pengguna untuk meningkatkan nilai dalam mencapai kepuasan bersama. *Customer Relationship Management* (CRM) dianggap mampu membangun loyalitas pengguna terhadap layanan, serta menjadi modal awal untuk menghadapi daya saing pasar dari perpustakaan.

Loyalitas pemustaka berawal dari pelayanan yang memuaskan, sehingga pemustaka menjadi setia atau loyal terhadap jasa atau layanan yang digunakan. Sebagai penyedia informasi, perpustakaan perlu mengetahui sejauh mana kepuasan pemustaka terhadap layanan yang dimanfaatkan, karena kepuasan ataupun ketidakpuasan pemustaka akan mempengaruhi perilaku pemustaka selanjutnya. Menurut Foedjawati dalam (Risparyanto, 2017) loyalitas merupakan kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu. Salah satu contoh pengaruh positif dari perilaku pemustaka yaitu mengarahkan dan mempengaruhi orang lain untuk menggunakan atau memanfaatkan layanan tersebut. Dengan demikian, perpustakaan akan merasa diuntungkan apabila terdapat pemustaka yang merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.

Perpustakaan Universitas Andalas merupakan salah satu perpustakaan yang telah menerapkan *Customer Relationship Management* (CRM) dalam menunjang pelayanan, selain itu *Customer Relationship Management* (CRM) juga digunakan sebagai alat untuk mempertahankan pemustaka. Perpustakaan Universitas Andalas telah menerapkan sistem terpadu berbasis komputer dan akses jaringan internet. Berdasarkan laporan kunjungan yang diberikan oleh bidang teknologi informasi, Statistik pengunjung Perpustakaan Universitas Andalas pada tahun 2023 mencapai 140.928 pengunjung.

## 2. KAJIAN TEORI

### Perpustakaan Perguruan Tinggi

Perpustakaan perguruan tinggi adalah perpustakaan yang terdapat pada perguruan tinggi. Menurut (Sutarno, 2012) perpustakaan perguruan tinggi merupakan perpustakaan yang berada dalam suatu perguruan tinggi dan yang sederajat yang berfungsi mencapai Tri Dharma

Perguruan Tinggi, sedangkan penggunaannya adalah seluruh civitas akademika. Sedangkan menurut (Murnahayati, 2019) perpustakaan perguruan tinggi merupakan bagian integral dari sebuah universitas yang bertugas membantu perguruan tinggi untuk melaksanakan program tri dharma perguruan tinggi, tujuan diselenggarakannya perpustakaan perguruan tinggi adalah untuk menunjang terlaksananya program pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat di perguruan tinggi. Hal ini ditempuh melalui pelayanan informasi yang meliputi lima aspek yaitu pengumpulan informasi, pengolahan informasi, pemanfaatan informasi, penyebaran informasi, pemeliharaan/pelestarian informasi. Pengertian perpustakaan perguruan tinggi juga dikemukakan oleh (Sopwandin Iwan, 2021) yaitu merupakan sebuah sarana penunjang yang didirikan untuk mendukung kegiatan civitas akademika, dimana perguruan tinggi itu berada. Berdasarkan pada Peraturan Pemerintah/PP No.5 tahun 1980 tentang pokok-pokok organisasi universitas atau institut, bahwa Perpustakaan Perguruan Tinggi termasuk kedalam Unit Pelayanan Teknis (UPT), yaitu sarana penunjang teknis yang merupakan perangkat kelengkapan universitas atau institut dibidang pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengabdian pada masyarakat.

### **Layanan Perpustakaan**

Pengertian layanan perpustakaan menurut (Lisda Rahayu, 2015) yaitu menyediakan segala bentuk bahan pustaka secara akurat dan tepat sesuai kebutuhan pengguna. Pendapat lain oleh (Fitwi Luthfiyah, 2015) pada hakikatnya layanan perpustakaan yaitu memberikan segala informasi kepada pemustaka dan penyedia fasilitas temu kembali informasi yang sudah disediakan oleh perpustakaan yang mengacu pada keberadaan suatu informasi. Sedangkan layanan perpustakaan menurut (Wahyuntini, 2021) merupakan layanan yang mempertemukan langsung antara pustakawan dengan pemustakanya.

### ***Customer Relationship Management (CRM)***

Pandangan tentang *Customer Relationship Management (CRM)* berkembang dari berbagai persepektif yang berbeda, pada umumnya CRM didefinisikan sebagai cara untuk mengidentifikasi, memperoleh, dan mempertahankan pelanggan. Menurut (Buttle Francis, 2007) mendefinisikan *Customer Relationship Management (CRM)* adalah strategi inti dalam bisnis yang mengintegrasikan proses-proses dan fungsi-fungsi internal dengan semua jaringan eksternal untuk menciptakan serta mewujudkan nilai bagi para konsumen sasaran sebagai *profitable*. *Customer Relationship Management (CRM)* didukung oleh data konsumen yang berkualitas dan teknologi informasi. Definisi ini tentunya digunakan dalam konteks perusahaan atau organisasi yang berorientasi *profit*. Jika komunitas *nonprofit* (nirlaba) dapat mengubah kata bisnis, konsumen dan profit dengan istilah lain yang tepat maka definisi tersebut pasti juga

sesuai dengan konteks mereka. Pendapat di atas hampir sama dengan pendapat (Neneng Komariah, 2010) yang menyatakan bahwa aplikasi *customer relationship management* (CRM) dalam layanan informasi di perpustakaan adalah sebagai konsep *Customer Relationship Management* (CRM) yang berorientasi pada hubungan secara individual dengan pelanggan, sangat sesuai untuk diaplikasikan pada layanan informasi di perpustakaan, karena layanan informasi merupakan layanan jasa yang memiliki karakteristik *intangibility* (tidak berwujud), *inseparability* (tidak terpisahkan), *variability* (bervariasi), *perishability* (tidak tahan lama). Dengan demikian layanan informasi akan sangat mudah disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing pelanggan secara individual. Sedangkan menurut (Asraini, 2019) *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan salah satu pendekatan bisnis yang berbasis pengelolaan hubungan atau relasi dengan pelanggan.

### **Loyalitas Pelanggan**

Loyalitas memiliki kata dasar loyal yang berasal dari bahasa Perancis kuno loial. Menurut (Sheth & Mittal, 2005) loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercemin dalam pembelian ulang yang konsisten. Sedangkan menurut (Hasan, 2008) bahwa loyalitas pelanggan adalah pelanggan yang tidak hanya membeli ulang suatu barang dan jasa, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap positif terhadap perusahaan dan jasa, misalnya dengan merekomendasikan orang lain untuk membeli. Definisi ini menempatkan loyalitas sebagai sebuah komitmen sikap menghasilkan empat kemungkinan loyalitas, yaitu loyal, loyalitas palsu atau pura-pura, loyal yang tersembunyi, dan tidak loyal. Ukuran dari loyalitas pelanggan adalah pembelian kembali atau *retention buying*. Pendapat lain oleh (Neapolitan, 2017) loyalitas adalah sikap seseorang terhadap suatu objek yang memiliki keinginan untuk menjaga, memiliki dan merekomendasikan kepada orang lain terhadap objek.

## **3. METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan sebuah penelitian dengan mengumpulkan data dalam bentuk angka yang kemudian diolah untuk mendapatkan informasi ilmiah. Menurut pendapat (Sugiyono, 2019) penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Tujuan dari penelitian kuantitatif dalam penelitian ini adalah untuk

menentukan pengaruh variabel *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap variabel loyalitas pemustaka di Perpustakaan Universitas Andalas.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Menurut (Sugiyono, 2019a) pendekatan deskriptif ialah metode penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan menggambarkan, menganalisis, dan menginterpretasikan terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel serta diproses lebih lanjut dengan teori - teori yang telah dipelajari sebelumnya sehingga data tersebut dapat ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini akan mendeskripsikan bagaimana pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap loyalitas pemustaka di Perpustakaan Universitas Andalas.

## **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Analisis Data**

Tahapan analisis data yang digunakan dalam terdiri dari dua tahapan. Pada tahapan pertama adalah melakukan analisis deskriptif. (Sugiyono, 2019) analisis deskriptif merupakan analisis yang bersifat narasi, dalam riset ini peneliti menggunakan distribusi frekuensi dan rata rata sebagai acuan dalam melakukan analisis. Tahapan analisis kedua adalah kuantitatif. Analisis tersebut dilakukan dengan pendekatan statistik yaitu dengan menggunakan analisis regresi sederhana dan pengujian t-statistik. Uraian dari analisis data yang dilakukan dalam riset ini terlihat pada sub bab berikut:

Sebelum dilakukan tahapan pengujian hipotesis terlebih dahulu dilakukan analisis deskriptif yaitu merasikan distribusi jawaban responden pada setiap pernyataan yang digunakan untuk mengukur masing masing variabel. Analisis deskriptif dilakukan dengan mencari distribusi jawaban responden serta mencai nilai rata rata (*mean*) untuk setiap pernyataan yang direspon oleh responden, Masing masing pernyataan akan menghasilkan nilai rata rata (*mean*) yang berbeda, dimana masing masing tingkat capaian memiliki kesimpulan yang berbeda beda. Sesuai dengan tahapan pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh uraian hasil yang terlihat pada tabel 1.

### ***Customer Relationship Management* (CRM)**

*Customer relationship management* (CRM) merupakan variabel pertama yang digunakan dalam penelitian ini. Variabel tersebut diukur dengan menggunakan tiga indikator yaitu teknologi, proses manusia. Sesuai dengan tahapan pengolahan data yang telah dilakukan dapat dinarasikan distribusi jawaban responden untuk masing masing indikator yaitu sebagai berikut:

## Teknologi

Indikator pertama yang digunakan untuk mengukur *Customer Relationship Management* (CRM) adalah teknologi. Untuk mengukur indikator teknologi maka digunakan sebanyak enam pernyataan. Berdasarkan tahapan pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh hasil terlihat pada tabel 1 berikut:

**Tabel 1. Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel *Customer Relationship Management* (CRM) Untuk Indikator Teknologi**

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS	Mean	Ket
1	Komputer OPAC ( <i>Online Public Access Catalog</i> ) memudahkan saya dalam penelusuran informasi	47	52	1	0	3.46	Sangat Baik
2	Komputer peminjaman mandiri memudahkan saya dalam peminjaman buku	46	54	0	0	3.46	Sangat Baik
3	Aplikasi peminjaman buku mandiri di Perpustakaan Perpustakaan Universitas Andalas mudah digunakan	43	55	2	0	3.41	Sangat Baik
4	Koneksi wifi Perpustakaan Perpustakaan Universitas Andalas stabil	26	47	25	2	2.97	Baik
5	Website perpustakaan membantu saya dalam memenuhi kebutuhan informasi	35	60	5	0	3.3	Sangat Baik
6	Konten instagram Perpustakaan Perpustakaan Universitas Andalas menarik bagi pemustaka	19	66	15	0	3.04	Baik
Rata-Rata						3.27	Sangat Baik

Sumber: Penelitian Dinda Aprilya (2024)

Sesuai dengan distribusi jawaban responden ditemukan dari enam pernyataan yang digunakan untuk mengukur indikator teknologi, penilaian tertinggi diberikan responden dalam menilai pernyataan komputer OPAC (*Online Public Access Catalog*) memudahkan saya dalam penelusuran informasi, pernyataan tersebut sangat disetujui oleh 47 orang atau 47% dari total responden, skor penilaian tertinggi juga diberikan responden dalam menilai pernyataan komputer peminjaman mandiri memudahkan saya dalam peminjaman buku, pernyataan tersebut diungkap sangat setuju oleh 46 orang atau 46% dari total responden. Dua pernyataan diatas menghasilkan nilai rata-rata yang sama yaitu 3.46 sehingga dikategorikan sangat baik.

Sesuai dengan distribusi jawaban responden ditemukan penilaian paling rendah diberikan responden dalam merespon pernyataan koneksi wifi di perpustakaan Perpustakaan Universitas Andalas stabil, pernyataan tersebut di respon sangat setuju oleh 26 orang atau 26% dari total responden. Secara keseluruhan enam pernyataan yang digunakan untuk mengukur indikator teknologi menghasilkan rata rata skor mencapai 3.27, dengan demikian dapat disimpulkan pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) di perpustakaan Universitas Andalas direspon sangat baik oleh para pemustaka yang menjadi responden dalam penelitian ini.

### Proses

Proses merupakan indikator kedua yang digunakan untuk mengukur variabel *Customer Relationship Management* (CRM). Untuk mengukur indikator proses digunakan empat pernyataan. Sesuai dengan pengolahan data yang telah dilaksanakan diperoleh narasi atas distribusi jawaban yang diberikan responden, seperti terlihat pada tabel berikut:

**Tabel 2. Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel *Customer Relationship Management* (CRM) Untuk Indikator Proses**

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS	Mean	Ket
1	Proses pencarian informasi buku menggunakan OPAC ( <i>Online Public Access Catalog</i> ) sangat efisien	34	64	2	0	3.32	Sangat Baik
2	Aplikasi peminjaman mandiri sangat menghemat waktu saya dalam proses peminjaman buku	44	55	1	0	3.43	Sangat Baik
3	Fitur perpanjangan peminjaman mandiri pada website katalog perpustakaan, memudahkan saya dalam memperpanjang masa peminjaman buku	40	59	1	0	3.39	Sangat Baik
4	Layanan pengembalian buku sangat cepat	33	64	3	0	3.32	Sangat Baik
Rata-Rata						3.36	Sangat Baik

Sumber: Penelitian Dinda Aprilya (2024)

Sesuai dengan tabel 2 ditemukan sebagian besar responden memberikan penilaian tertinggi dalam merespon pernyataan aplikasi peminjaman mandiri sangat menghemat waktu saya dalam proses peminjaman buku, dimana 44 orang atau 44% responden menyatakan sangat setuju pada pernyataan tersebut, sedangkan penilaian paling rendah diberikan responden dalam

menilai pernyataan fitur perpanjangan peminjaman mandiri pada website katalog perpustakaan, memudahkan saya dalam memperpanjang masa peminjaman buku, pernyataan tersebut direspon sangat setuju oleh 40 orang atau 40% dari total responden. Jika diamati secara menyeluruh empat pernyataan yang digunakan untuk mengukur indikator proses menghasilkan rata-rata akumulasi sebesar 3.36, nilai rata-rata skor yang dihasilkan dalam distribusi frekuensi berada pada kategori sangat baik. Temuan tersebut menunjukkan implementasi *Customer Relationship Management (CRM)* yang diamati dari proses layanan ditanggap sangat baik oleh pemustaka perpustakaan Universitas Andalas Padang.

### **Manusia**

Manusia merupakan indikator ketiga yang digunakan untuk mengukur *Customer Relationship Management (CRM)*, untuk mengukur indikator tersebut digunakan sebanyak enam pernyataan. Sesuai dengan perhitungan yang telah dilaksanakan diperoleh distribusi jawaban responden seperti yang terlihat di dalam tabel 3 sebagai berikut:

**Tabel 3. Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel *Customer Relationship Management (CRM)* Untuk Indikator Manusia**

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS	Mean	Ket
1	Pustakawan Perpustakaan Universitas Andalas selalu menyapa dan memberikan senyuman saat melayani pemustaka	24	64	11	1	3.11	Baik
2	Pustakawan Perpustakaan Universitas Andalas membantu pemustaka dalam pencarian informasi	31	64	5	0	3.26	Sangat Baik
3	Pustakawan memiliki keahlian yang cukup dalam melayani pemustaka	29	70	1	0	3.28	Sangat Baik
4	Pustakawan mampu berkomunikasi dengan baik terhadap pemustaka	27	65	7	1	3.18	Baik
5	Pustakawan memiliki kesabaran yang cukup saat menghadapi kondisi ramai pemustaka	70	4	26	0	3.44	Sangat Baik
6	Pustakawan selalu membantu pemustaka yang kesulitan saat proses pencarian buku	29	66	5	0	3.24	Baik
Rata-Rata						3.25	Sangat Baik



Sumber: Penelitian Dinda Aprilya (2024)

Sesuai dengan distribusi jawaban responden untuk merespon setiap pernyataan yang digunakan untuk mengukur indikator manusia, ditemukan sebagian besar responden memberikan penilaian tertinggi dalam menanggapi pernyataan yang menyatakan pustakawan memiliki kesabaran yang cukup saat menghadapi kondisi ramai pemustaka, pernyataan tersebut direspon sangat setuju oleh 70 orang atau 70% dari total responden, respon sangat baik juga diberikan responden dalam menilai pernyataan pustakawan memiliki keahlian yang cukup dalam melayani pemustaka, pernyataan tersebut direspon sangat setuju oleh 29 orang responden.

Selain itu dari distribusi frekuensi respon yang diberikan responden ditemukan penilaian paling rendah diberikan responden dalam menjawab pernyataan pustakawan Perpustakaan Perpustakaan Universitas Andalas selalu menyapa dan memberikan senyuman saat melayani pemustaka, pernyataan tersebut mendapatkan respon sangat setuju hanya dari 24 orang atau 24% dari total responden. Jika diamati secara menyeluruh enam pernyataan yang digunakan untuk mengukur indikator manusia menghasilkan rata-rata skor akumulasi sebesar 3.25, sehingga dapat disimpulkan bahwa layanan yang diberikan oleh petugas pustaka kepada pustakawan yang berkunjung di perpustakaan Universitas Andalas dapat memberikan pelayanan sangat baik kepada pemustaka yang berkunjung.

### **Loyalitas Pemustaka**

Loyalitas pemustaka merupakan variabel kedua dalam penelitian ini. Untuk mengukur variabel tersebut digunakan tiga indikator yang meliputi *repeat purchase*, *retention* dan *referrals*. Total pernyataan yang digunakan dalam mengukur loyalitas pemustaka adalah sepuluh. Sesuai dengan hasil pengolahan data yang telah dilaksanakan dapat dinarasikan distribusi jawaban responden untuk masing-masing indikator seperti yang terlihat pada sub bab berikut:

#### ***Repeat Purchase* (Kesetiaan Penggunaan Produk/Jasa)**

*Repeat purchase* merupakan indikator pertama yang digunakan untuk mengukur loyalitas pemustaka. *Repeat purchase* menunjukkan kunjungan berulang yang dilakukan pemustaka ke Perpustakaan Universitas Andalas dalam waktu yang berdekatan. Indikator *repeat purchase* diukur dengan menggunakan empat pernyataan. Sesuai dengan pengolahan data yang telah dilakukan dapat dinarasikan distribusi jawaban responden seperti terlihat pada tabel 4 di bawah ini:

**Tabel 4. Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Loyalitas Pemustaka  
Untuk Indikator Repeat Purchase**

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS	Mean	Ket
1	Pernah melakukan aktivasi keanggotaan di Perpustakaan	28	56	14	2	3.10	Baik
2	Lebih memilih datang ke Perpustakaan Perpustakaan Universitas Andalas untuk mencari informasi	34	60	6	0	3.28	Sangat Baik
3	Saya lebih memilih memanfaatkan layanan konsultasi riset dalam menemukan ide penelitian	22	67	11	0	3.11	Baik
4	Saya lebih suka bertanya kepada pustakawan saat bingung dalam menemukan informasi yang saya butuhkan.	31	60	9	0	3.22	Baik
Rata-Rata						3.18	Baik

Sumber: Penelitian Dinda Aprilya (2024)

Pada tabel 4 terlihat skor penilaian tertinggi diberikan responden dalam menilai pernyataan saya lebih memilih datang ke Perpustakaan Universitas Andalas untuk mencari informasi yang saya butuhkan, pernyataan tersebut direspon sangat setuju oleh 34 orang atau 34% dari total responden, selain itu respon yang sangat baik juga diberikan responden dalam merespon pernyataan saya lebih suka bertanya kepada pustakawan saat bingung dalam menemukan informasi yang saya butuhkan, pernyataan tersebut direspon sangat setuju oleh 31 orang atau 31% dari total responden.

Sesuai dengan hasil identifikasi data responden terlihat skor penilaian paling rendah diberikan responden dalam merespon pernyataan saya lebih memilih memanfaatkan layanan konsultasi riset dalam menemukan ide penelitian. Pernyataan tersebut hanya direspon sangat setuju oleh 22 orang atau 22% dari total responden. Secara menyeluruh empat pernyataan yang digunakan untuk mengukur indikator *repeat purchase* menghasilkan rata rata akumulasi mencapai 3.18, dengan demikian perilaku *repeat purchase* yang ditunjukkan pemustaka relatif tinggi.

**Retention (ketahanan terhadap Pengaruh dari Luar Mengenai Perusahaan/Organisasi)**

*Retention* merupakan indikator kedua yang digunakan untuk mengukur loyalitas pemustaka. Untuk mengukur indikator tersebut digunakan sebanyak dua pernyataan. Sesuai

dengan hasil identifikasi data yang telah dilakukan diperoleh uraian hasil terlihat pada tabel 13 berikut:

**Tabel 5. Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Loyalitas Pemustaka Untuk Indikator Retention**

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS	Mean	Ket
1	Lebih memilih memanfaatkan koleksi di Perpustakaan daripada <i>browsing</i> dari internet	15	67	18	0	2.97	Baik
2	Lebih memilih membeli buku di toko buku daripada di Perpustakaan Perpustakaan Universitas Andalas	10	30	52	8	2.42	Baik
Rata-Rata						2.70	Baik

Sumber: Penelitian Dinda Aprilya (2024)

Sesuai dengan distribusi frekuensi ditemukan sebagian besar responden memberikan penilaian tertinggi dalam merespon pernyataan saya lebih memilih memanfaatkan koleksi di Perpustakaan daripada *browsing* dari internet, hal tersebut direspon sangat setuju oleh 15 orang atau 15% dari total responden, sedangkan responden untuk pernyataan yang mengungkapkan saya lebih memilih membeli buku di toko buku dari pada meminjamnya di perpustakaan Perpustakaan Universitas Andalas , pernyataan tersebut direspon sangat setuju oleh 10 orang atau 10% responden. Secara keseluruhan dua pernyataan yang digunakan untuk mengukur indikator retention menghasilkan rata-rata statistik sebesar 2.70. Nilai rata rata yang diperoleh menunjukkan tingkat retention yang dirasakan pemustaka yang menjadi respon relatif baik.

#### **Referrals (Mereferensikan Secara Total Tentang Perusahaan/Organisasi)**

*Refferals* merupakan indikator ketiga yang digunakan untuk mengukur loyalitas pemustaka. Untuk mengukur *referrals* maka digunakan empat pernyataan. Sesuai dengan pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh uraian hasil yang terlihat pada tabel 6 berikut:

**Tabel 6. Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Loyalitas Pemustaka Untuk Indikator Referrals**

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS	Mean	Ket
1	Mengajak teman saya untuk datang dan membaca buku di Perpustakaan Perpustakaan Universitas Andalas	29	67	4	0	3.25	Sangat Baik

2	Mengajak teman saya datang ke Perpustakaan Perpustakaan Universitas Andalas untuk mencari jurnal ilmiah.	28	64	8	0	3.20	Baik
3	Menceritakan kepada teman saya tentang fasilitas yang ada di Perpustakaan Perpustakaan Universitas Andalas	31	61	8	0	3.23	Baik
4	Saya pernah mengajak teman saya untuk mengunduh aplikasi Perpustakaan Digital Perpustakaan Universitas Andalas di playstore	14	49	33	4	2.73	Baik
Rata-Rata						3.10	Baik

Sumber: Penelitian Dinda Aprilya (2024)

Sesuai dengan proses identifikasi data yang telah dilakukan, teridentifikasi sebagian besar responden memberikan penilaian tertinggi dalam merespon pernyataan saya akan mengajak teman saya untuk datang dan membaca buku di Perpustakaan Perpustakaan Universitas Andalas, pernyataan tersebut direspon sangat setuju oleh 28 orang atau 28% dari total responden, selain itu sebagian besar responden juga memberikan penilaian yang relatif baik dalam menanggapi pernyataan saya pernah menceritakan kepada teman saya tentang fasilitas yang ada di Perpustakaan Perpustakaan Universitas Andalas. Pernyataan tersebut direspon sangat setuju oleh 28 orang atau 28% dari total responden.

Selain itu dari hasil survei juga ditemukan sebagian besar responden memberikan penilaian paling rendah dalam menjawab pernyataan yang mengungkapkan saya pernah mengajak teman saya untuk mengunduh aplikasi Perpustakaan Digital Perpustakaan Universitas Andalas di playstore, pernyataan tersebut direspon sangat setuju oleh 14 orang atau 14% dari total responden, secara keseluruhan empat pernyataan yang digunakan untuk mengukur indikator *referrals* menghasilkan rata rata skor akumulasi sebesar 2.10 dengan demikian dapat disimpulkan implementasi *referrals* yang dirasakan pemustaka dalam mendapatkan layanan di perpustakaan Universitas Andalas relatif baik.

### **Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap Loyalitas Pemustaka di Perpustakaan Universitas Andalas**

Setelah memaparkan hasil penelitian pada pembahasan sebelumnya, selanjutnya akan dibahas mengenai pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap loyalitas pemustaka di Perpustakaan Universitas Andalas, dengan tujuan untuk mengetahui adakah pengaruh antara variabel *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap loyalitas pemustaka.

**Uji Normalitas**

Menurut (Hair et al., 2019) pengujian normalitas ditujukan untuk memastikan bahwa masing masing variabel penelitian yang digunakan telah memiliki pola sebaran *variance* yang konstan, sehingga dinyatakan berdistribusi normal. Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan bantuan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov Test*. Sesuai dengan pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh uraian hasil terlihat pada tabel 7 berikut:

**Tabel 7. Hasil Pengujian Normalitas**

		Loyalitas	<i>Customer relationship management</i>
N		100	100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	30.51	51.58
	Std. Deviation	4.034	4.804
Most Extreme Differences	Absolute	.140	.174
	Positive	.140	.174
	Negative	-.062	-.088
Test Statistic		.140	.174
Asymp. Sig. (2-tailed)		.074 <sup>c</sup>	.067 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			

Sumber: Penelitian Dinda Aprilya (2024)

Sesuai dengan hasil pengujian normalitas yang telah dilakukan terlihat variabel loyalitas dan *Customer Relationship Management (CRM)* telah memiliki nilai *asympt sig (2-tailed)* di atas 0,05 sehingga dapat disimpulkan masing masing variabel tersebut telah berdistribusi normal, sehingga tahapan pengolahan data lebih lanjut dapat segera dilakukan.

**Uji Linearitas**

Pengujian linearitas ditujukan untuk memastikan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model penelitian ini memiliki korelasi atau hubungan yang linear antara satu dengan yang lain. Sesuai dengan hasil pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh hasil yang terlihat pada tabel 8 berikut:

**Tabel 8. Hasil Pengujian Linearitas**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
		(Combined)	930.117	19	48.954	5.752	.000

Loyalitas * Customer Relationship Management	Between Groups	Linearity	704.306	1	704.306	82.753	.000
		Deviation from Linearity	225.811	18	12.545	1.474	.122
	Within Groups		680.873	80	8.511		
	Total		1610.990	99			

Sumber: Penelitian Dinda Aprilya (2024)

Berdasarkan hasil pengujian linearitas terlihat nilai sig dari deviation from linearity adalah sebesar 0,122. Proses pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05. Hasil yang diperoleh tersebut menunjukkan nilai sigf > 0,05 sehingga keputusannya adalah Ha diterima dan Ho ditolak atau dapat dimaknai *Customer Relationship Management* (CRM) memiliki hubungan linear dengan loyalitas pemustaka yang berkunjung ke Perpustakaan Universitas Andalas Padang.

### Analisis Regresi Sederhana

Menurut (Ghozali, 2016) analisis regresi sederhana bertujuan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh yang terbentuk antara variabel independen dengan variabel dependen, dengan asumsi faktor lain dianggap tetap atau konstan. Sesuai dengan proses pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh uraian hasil terlihat pada tabel 9 berikut:

**Tabel 9. Hasil Analisis Regresi Sederhana**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.870	3.297		.567	.572
	<i>Customer relationship management</i>	.555	.064	.661	8.725	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber: Olahan Data (2024)

Pada tabel 9 diatas terlihat variabel *Customer Relationship Management* (CRM) telah memiliki koefisien regresi yang dapat dibuat kedalam sebuah persamaan regresi sederhana yaitu:

$$Y = 1.870 + 0.555x$$

Pada model persamaan diperoleh nilai konstanta sebesar 1.870. Nilai koefisien tersebut menunjukkan ketika diasumsikan tidak terjadi perubahan implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) yang dirasakan pemustaka maka perubahan loyalitas pemustaka adalah sebesar konstanta yaitu 1.870. Temuan tersebut mengisyaratkan ketika implementasi *Customer*

*Relationship Management* (CRM) benar benar dilakukan dengan baik maka kecenderungan loyalitas pemustaka akan meningkat.

Pada persamaan regresi sederhana terlihat variabel *Customer Relationship Management* (CRM) memiliki koefisien regresi bertanda positif sebesar 0,555. Koefisien tersebut menunjukkan ketika diasumsikan terjadi peningkatan pelaksanaan *Customer Relationship Management* (CRM) sebesar 1% maka akan meningkatkan loyalitas pemustaka dalam berkunjung ke perpustakaan Universitas Andalas sebesar 0,555% dengan asumsi faktor lain selain pelaksanaan *Customer Relationship Management* (CRM) dianggap tetap atau konstan dan sebaliknya.

### **Analisis Koefisien Determinasi (R-square)**

Analisis koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui sejauhmana variabel independen dapat memberikan kontribusi dalam mempengaruhi perubahan yang terjadi pada variabel dependen. Besarnya kontribusi diukur dengan persentase (Hair dkk., 2019). Sesuai dengan proses pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh uraian hasil terlihat pada tabel 10 berikut:

**Tabel 10. Hasil Analisis Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.661 <sup>a</sup>	.437	.431	3.042
a. Predictors: (Constant), <i>Customer relationship management</i>				

*Sumber: Olahan Data (2024)*

Berdasarkan hasil pengujian seperti teramati pada tabel 19 ditemukan nilai R-square sebesar 0.437. Nilai koefisien tersebut mengisyaratkan implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) mampu mempengaruhi perubahan loyalitas pemustaka yang berkunjung ke perpustakaan Universitas Andalas adalah sebesar 43.70% sedangkan sisanya sebesar 56.30% kontribusi lainnya dipengaruhi oleh variabel lainnya seperti *service quality*, *library image*, kelengkapan bahan bacaan dan sebagainya.

### **Pembahasan**

#### **Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) di Perpustakaan Universitas Andalas**

Sesuai dengan analisis yang telah dilakukan ditemukan penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) di perpustakaan Universitas Andalas telah dilakukan dengan baik. Hal tersebut terlihat dari distribusi jawaban yang diberikan responden. Dimensi pertama yang digunakan untuk mengukur *Customer Relationship Management* (CRM) adalah

teknologi, sesuai dengan identifikasi jawaban responden ditemukan enam pernyataan yang digunakan untuk mengukur indikator teknologi, penilaian tertinggi diberikan responden dalam menilai pernyataan komputer OPAC (*Online Public Access Catalog*) memudahkan saya dalam penelusuran informasi, pernyataan tersebut sangat disetujui oleh 47 orang atau 47% dari total responden, skor penilaian tertinggi juga diberikan responden dalam menilai pernyataan komputer peminjaman mandiri memudahkan saya dalam peminjaman buku, pernyataan tersebut diungkapkan sangat setuju oleh 46 orang atau 46% dari total responden. Dua pernyataan diatas menghasilkan nilai rata-rata yang sama yaitu 3.46 sehingga dikategorikan sangat baik.

Selain itu berdasarkan distribusi jawaban responden ditemukan penilaian paling rendah diberikan responden dalam merespon pernyataan koneksi wifi di perpustakaan Perpustakaan Universitas Andalas stabil, pernyataan tersebut di respon sangat setuju oleh 26 orang atau 26% dari total responden. Secara keseluruhan enam pernyataan yang digunakan untuk mengukur indikator teknologi menghasilkan rata rata skor mencapai 3.27, dengan demikian dapat disimpulkan pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) di perpustakaan Universitas Andalas direspon sangat baik oleh para pemustaka yang menjadi responden dalam penelitian ini.

Dimensi kedua yang digunakan untuk mengukur customer relation management adalah proses. Sesuai dengan hasil survei yang telah dilakukan ditemukan sebagian besar responden memberikan penilaian tertinggi dalam merespon pernyataan aplikasi peminjaman mandiri sangat menghemat waktu saya dalam proses peminjaman buku, dimana 44 orang atau 44% responden menyatakan sangat setuju pada pernyataan tersebut, sedangkan penilaian paling rendah diberikan responden dalam menilai pernyataan fitur perpanjangan peminjaman mandiri pada website katalog perpustakaan, memudahkan saya dalam memperpanjang masa peminjaman buku, pernyataan tersebut direspon sangat setuju oleh 40 orang atau 40% dari total responden. Jika diamati secara menyeluruh empat pernyataan yang digunakan untuk mengukur indikator proses menghasilkan rata rata akumulasi sebesar 3.36, nilai rata rata skor yang dihasilkan dalam distribusi frekuensi berada pada kategori sangat baik. Temuan tersebut menunjukkan implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) yang diamati dari proses layanan ditanggap sangat baik oleh pemustaka perpustakaan Universitas Andalas Padang.

Dimensi ketiga yang digunakan untuk mengukur *Customer Relationship Management* (CRM) adalah ditemukan sebagian besar responden memberikan penilaian tertinggi dalam menanggapi pernyataan yang menyatakan pustakawan memiliki kesabaran yang cukup saat menghadapi kondisi ramai pemustaka, pernyataan tersebut direspon sangat setuju oleh 70



orang atau 70% dari total responden, respon sangat baik juga diberikan responden dalam menilai pernyataan pustakawan memiliki keahlian yang cukup dalam melayani pemustaka, pernyataan tersebut direspon sangat setuju oleh 29 orang responden.

Selain itu dari distribusi frekuensi respon yang diberikan responden ditemukan penilaian paling rendah diberikan responden dalam menjawab pernyataan pustakawan Perpustakaan Perpustakaan Universitas Andalas selalu menyapa dan memberikan senyuman saat melayani pemustaka, pernyataan tersebut mendapatkan respon sangat setuju hanya dari 24 orang atau 24% dari total responden. Jika diamati secara menyeluruh enam pernyataan yang digunakan untuk mengukur indikator manusia menghasilkan rata rata skor akumulasi sebesar 3.25, sehingga dapat disimpulkan bahwa layanan yang diberikan oleh petugas pustaka kepada pustakawan yang berkunjung di perpustakaan Universitas Andalas dapat memberikan pelayanan sangat baik kepada pada pemustaka yang berkunjung

### **Tingkat Loyalitas Pemustaka di Perpustakaan Universitas Andalas**

Sesuai dengan hasil survei yang telah dilakukan, peneliti menyatakan bahwa loyalitas pemustaka di Perpustakaan Universitas Andalas relatif tinggi, hal tersebut terlihat dari hasil distribusi jawaban responden. Dimensi pertama yang digunakan untuk mengukur loyalitas pemustaka adalah repeat purchase, Sesuai dengan hasil survei yang telah dilakukan ditemukan penilaian tertinggi diberikan responden dalam menilai pernyataan saya lebih memilih datang ke Perpustakaan Universitas Andalas untuk mencari informasi yang saya butuhkan, pernyataan tersebut direspon sangat setuju oleh 34 orang atau 34% dari total responden, selain itu respon yang sangat baik juga diberikan responden dalam merespon pernyataan saya lebih suka bertanya kepada pustakawan saat bingung dalam menemukan informasi yang saya butuhkan, pernyataan tersebut direspon sangat setuju oleh 31 orang atau 31% dari total responden.

Berdasarkan hasil identifikasi data responden terlihat skor penilaian paling rendah diberikan responden dalam merespon pernyataan saya lebih memilih memanfaatkan layanan konsultasi riset dalam menemukan ide penelitian. Pernyataan tersebut hanya direspon sangat setuju oleh 22 orang atau 22% dari total responden. Secara menyeluruh empat pernyataan yang digunakan untuk mengukur indikator *repeat purchase* menghasilkan rata rata akumulasi mencapai 3.18, dengan demikian perilaku *repeat purchase* yang ditunjukkan pemustaka relatif tinggi.

Dimensi kedua yang digunakan untuk mengukur loyalitas pemustaka adalah retention. Sesuai dengan distribusi frekuensi ditemukan sebagian besar responden memberikan penilaian tertinggi dalam merespon pernyataan saya lebih memilih memanfaatkan koleksi di Perpustakaan daripada *browsing* dari internet, hal tersebut direspon sangat setuju oleh 15 orang

atau 15% dari total responden, sedangkan responden untuk pernyataan yang mengungkapkan saya lebih memilih membeli buku di toko buku dari pada meminjamnya di perpustakaan Perpustakaan Universitas Andalas , pernyataan tersebut direspon sangat setuju oleh 10 orang atau 10% responden. Secara keseluruhan dua pernyataan yang digunakan untuk mengukur indikator retention menghasilkan rata-rata statistik sebesar 2.70. Nilai rata rata yang diperoleh menunjukkan tingkat retention yang dirasakan pemustaka yang menjadi respon relatif baik.

Dimensi ketiga yang digunakan untuk mengukur loyalitas pemustaka adalah referral, sesuai dengan identifikasi data yang telah dilakukan, teridentifikasi sebagian besar responden memberikan penilaian tertinggi dalam merespon pernyataan saya akan mengajak teman saya untuk datang dan membaca buku di Perpustakaan Perpustakaan Universitas Andalas , pernyataan tersebut direspon sangat setuju oleh 28 orang atau 28% dari total responden, selain itu sebagian besar responden juga memberikan penilaian yang relatif baik dalam menanggapi pernyataan saya pernah menceritakan kepada teman saya tentang fasilitas yang ada di Perpustakaan Perpustakaan Universitas Andalas . Pernyataan tersebut direspon sangat setuju oleh 28 orang atau 28% dari total responden.

Selain itu dari hasil survei juga ditemukan sebagian besar responden memberikan penilaian paling rendah dalam menjawab pernyataan yang mengungkapkan saya pernah mengajak teman saya untuk mengunduh aplikasi Perpustakaan Digital Perpustakaan Universitas Andalas di playstore, pernyataan tersebut direspon sangat setuju oleh 14 orang atau 14% dari total responden, secara keseluruhan empat pernyataan yang digunakan untuk mengukur indikator *referrals* menghasilkan rata rata skor akumulasi sebesar 2.10 dengan demikian dapat disimpulkan implementasi *referrals* yang dirasakan pemustaka dalam mendapatkan layanan di perpustakaan Universitas Andalas relatif baik.

### **Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap Loaylitas Pemustaka di Perpustakaan Universitas Andalas**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ditemukan *Customer Relationship Management* (CRM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pemustaka dalam mengunjungi perpustakaan Universitas Andalas. Temuan tersebut mengisyaratkan semakin baik implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) yang dirasakan pemustaka maka akan meningkatkan loyalitas mereka. Hasil yang diperoleh pada tahapan pengujian hipotesis pertama sejalan dengan hipotesis yang diajukan, sehingga hipotesis pertama diterima.

Hasil yang diperoleh pada tahapan pengujian hipotesis pertama disebabkan karena pelaksanaan *Customer Relationship Management* (CRM) yang dilakukan pustakawan Perpustakaan Universitas Andalas dilaksanakan dengan baik. Dalam pelaksanaan *Customer*

*Relationship Management* (CRM) pustakawan perpustakaan Universitas Andalas mencoba menerapkan layanan berbasis digital, seperti digunakannya komputer untuk mencari referensi buku yang dibutuhkan pemustaka, selain itu layanan perpustakaan di Universitas Andalas juga dapat diakses secara online. Fakta lainnya yang dirasakan pemustaka adalah pustakawan yang mampu memberikan pelayanan terbaik bagi seluruh pemustaka. Pustakawan selalu ramah dan bersedia menanggapi seluruh keluhan atau kebutuhan yang dari pemustaka. Layanan yang baik membuat pemustaka merasa nyaman dan puas.

Proses layanan yang cepat dan akurat membuat pemustaka yang mengunjungi Perpustakaan Universitas Andalas merasa senang, karena segala kebutuhan atau keinginan yang mereka harapkan ketika berkunjung ke Perpustakaan Universitas Andalas dapat terpenuhi. Perasaan puas yang dirasakan pemustaka terus berlanjut hingga saat ini, mulai dari pertama kali mereka berkunjung hingga saat ini. Kepuasan dan kenyamanan yang dirasakan pemustaka selama berkunjung ke Perpustakaan Universitas Andalas mendorong tindakan berulang yang intensif dan teratur untuk mengunjungi perpustakaan. Jika perilaku tersebut muncul dalam diri pemustaka, menunjukkan pemustaka tersebut telah memiliki loyalitas terhadap Perpustakaan di Universitas Andalas.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Sesuai dengan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan peneliti dapat menyimpulkan sejumlah hasil penting dari penelitian ini, *pertama*, implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) di perpustakaan Universitas Andalas telah diterapkan dengan baik, hal tersebut terlihat dari respon yang diberikan responden yang menyatakan kelengkapan layanan berbasis teknologi di perpustakaan Unand relatif lengkap dan mempermudah pemustaka untuk mendapatkan buku atau pun referensi yang mereka butuhkan. Selain itu proses layanan yang melibatkan petugas dan pemustaka dapat dilakukan dengan cepat dan tepat, disamping itu perpustakaan Universitas Andalas juga telah didukung oleh petugas yang kreatif, cepat tanggap dan mampu melayani kebutuhan pemustaka.

*Kedua*, peneliti juga menyimpulkan bahwa tingkat loyalitas pemustaka yang berkunjung ke perpustakaan Universitas Andalas juga relatif tinggi, hal tersebut terlihat dari adanya *repeat purchase* yang terjadi berulang ulang, selain itu pemustaka memiliki tingkat *retention* yang tinggi, hal tersebut terlihat dari adanya tindakan mereka untuk selalu mau berkunjung ke perpustakaan hampir setiap harinya, selain itu pemustaka juga disimpulkan memiliki tingkat *referrals* yang tinggi, hal tersebut terlihat dari banyaknya responden yang

memilih setuju untuk mengajak teman datang dan membaca buku di Perpustakaan Universitas Andalas.

*Ketiga*, sesuai dengan hasil pengujian hipotesis melalui uji t-statistik ditemukan *Customer Relationship Management (CRM)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pemustaka dalam mengunjungi Perpustakaan Universitas Andalas. Temuan tersebut mengisyaratkan semakin baik implementasi *Customer Relationship Management (CRM)* yang dirasakan pemustaka maka akan meningkatkan loyalitas mereka. Hasil yang diperoleh pada tahapan pengujian hipotesis pertama sejalan dengan hipotesis yang diajukan, sehingga hipotesis pertama diterima.

### Saran

Berdasarkan simpulan dari penelitian ini maka saran dari penelitian ini yaitu sebagai berikut::

1. Bagi perpustakaan, Perpustakaan Universitas Andalas diharapkan untuk terus meningkatkan implementasi *Customer Relationship Management (CRM)* yaitu dengan lebih menciptakan perpustakaan yang lengkap dan modern, serta terus meningkatkan kualitas pelayanan kepada pemustaka. Hal tersebut penting dilakukan untuk mendorong terus meningkatnya loyalitas pemustaka untuk terus berkunjung ke perpustakaan Universitas Andalas Padang.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan ukuran sampel yang lebih besar, serta menggunakan sejumlah variabel lainnya yang juga mempengaruhi loyalitas pemustaka yang belum digunakan dalam penelitian ini, variabel tersebut seperti *service quality*, citra perpustakaan, dan berbagai variabel lainnya. Saran tersebut penting untuk meningkatkan kualitas hasil penelitian yang diperoleh dimasa mendatang.

### DAFTAR REFERENSI

- Asraini Dini. (2019). *Pengaruh Customer Relationship Management Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Nusantara Surya Sakti Sumbawa*. 2(1). [Http://Jurnal.Uts.Ac.Id](http://Jurnal.Uts.Ac.Id)
- Fitwi Luthfiyah. (2015). Manajemen Perpustakaan dalam Meningkatkan Layanan Perpustakaan. *Jurnal el-Idare*, 2.
- Ghozali, I. (2016a). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016b). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (Kedelapan)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Lisda Rahayu. (2015). *Akses dan Layanan Perpustakaan*. Universitas Terbuka.
- Murnahayati. (2019). Kepantasan Perpustakaan Sebagai Sumber Belajar di perguruan Tinggi. *Jurnal Kajian Kepustakawanan, 1*.
- Neapolitan, R., & Jiang, X. (2017). *Hubungan Kredibilita Pustakawan dengan Loyalitas Pemustaka pada Perpustakaan UNISBA*. 1. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199607617.013.31>
- Neneng Komariah. (2010). Aplikasi Customer Management (CRM) dalam Layanan Informasi di Perpustakaan. *Artikel Ilmiah Pustaka UNPAD*.
- Risparyanto Anton. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Pustakawan Terhadap Loyalitas Pemustaka Dengan Variabel Intervening Kepuasan Pemustaka. *Jurnal Perpustakaan UNILIB, Vol. 8 No.1*, 51–64. <https://journal.uui.ac.id/unilib/article/view/11485/8664>
- Sopwandin Iwan. (2021). *Manajemen Perpustakaan Perguruan Tinggi*. Guepedia.
- Sugiyono, D. (2019b). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. Dalam *Penerbit Alfabeta*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumantri Hasibuan Yunita. (t.t.). *Evaluasi Penerapan Customer Relationship Management (CRM) pada Perpustakaan UNIMED*.
- Sutarno. (2012). *Perpustakaan dan Masyarakat*. CV. Sagung Seto.
- Tjuparmah, Y., & Hana Silvana, dan. (2019). Pengaruh customer relationship management (CRM) terhadap citra perpustakaan pada UPT Perpustakaan ITB. *Jurnal Manajemen Komunikasi, 4(1)*, 41–59.
- Wahyuntini, S., & Endarti, S. (t.t.). *Tantangan Digital dan Dinamisasi Koleksi dalam Pemanfaatan Koleksi Perpustakaan bagi Prestasi Belajar Mahasiswa*.