

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh budaya pemasaran perpustakaan dan layanan informasi terhadap kepuasan konsumen dan implikasi pada loyalitas konsumen dalam mencari bahan rujukan pada Perpustakaan CSIS (*Centre for Strategic and International Studies*) Indonesia. Data penelitian merupakan data yang dikumpulkan melalui observasi pada 10 Desember 2014 sampai dengan 10 Februari 2015. Metode sampling yang digunakan adalah metode Arikunto dan Roscoe menggunakan 134 populasi yang dipilih melalui metode ini adalah sebesar 80 orang responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis jalur (*path analysis*) dengan menggunakan SPSS versi 20 (*Statistical Package for the Social Sciences*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa di Perpustakaan CSIS budaya pemasaran perpustakaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, layanan informasi berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, budaya pemasaran perpustakaan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, budaya pemasaran perpustakaan dan layanan informasi berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen, budaya pemasaran perpustakaan dan layanan informasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen, budaya pemasaran perpustakaan berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen, dan layanan informasi berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

**Kata Kunci** : Budaya Pemasaran Perpustakaan, Layanan Informasi, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to know the influence of marketing and information services on the satisfaction and loyalty of library users in the retrieval of library materials. Research data was collected from December 10<sup>th</sup> 2014 until February 10<sup>th</sup> 2015. The method used in this research was purposive sampling from 134 people. The sample was selected by the Arikunto and Roscoe method with only 80 respondents. The path analysis method was used in the research by SPSS version 20 (Statistical Package for the Social Sciences) system. The result conveyed that the marketing and information services of the CSIS library had an influence on the satisfaction of library users, the marketing and information services of the CSIS library had an influence on loyalty of library users, users' satisfaction affected customer loyalty to the CSIS library, the marketing and information services had a simultaneous effect on the satisfaction and loyalty of library users, the marketing had an indirect effect on the loyalty of library users through satisfaction, information services influenced the loyalty of library users.*

**Keywords** :customer loyalty, customer satisfaction, information service, library marketing culture.

