

ABSTRAK

Loyalitas menjadi tujuan utama perusahaan atau organisasi untuk diraih. Loyalitas bukanlah sesuatu yang bisa dibeli bahkan dipaksakan, sehingga banyak perusahaan atau organisasi baik profit maupun non profit yang mengupayakan loyalitas sebagai prioritas utama. Tidak terkecuali dengan perpustakaan, sebagai salah satu organisasi non profit perpustakaan juga harus memperhatikan loyalitas pelanggan ditengah-tengah persaingannya dengan sesama perpustakaan maupun teknologi informasi yang ada saat ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang bagaimana loyalitas pelanggan yang ada pada perpustakaan perguruan tinggi UK Petra dan ITS. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan menggunakan metode survey. Populasi dalam penelitian ini yaitu pengguna perpustakaan UK Petra dan ITS Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria pernah memanfaatkan layanan perpustakaan minimal 3 kali. Jumlah sampel yang ditetapkan yaitu 100 orang dari perpustakaan UK Petra dan perpustakaan ITS. Pengukuran loyalitas pelanggan dalam penelitian ini menggunakan teori karakteristik loyalitas pelanggan dari Griffin, yang mencakup melakukan pemanfaatan berulang secara teratur, memanfaatkan sebagian besar produk yang disediakan, mereferensikan ke orang lain, dan menunjukkan keunggulan dan daya tarik terhadap pesaing. Berdasarkan dari hasil penelitian, secara keseluruhan loyalitas pelanggan pada perpustakaan perguruan tinggi UK Petra dan ITS tergolong baik. Hal ini dilihat dari total skor rata-rata yang didapat yaitu sebesar 3,74 dan tergolong dalam kategori tinggi.

Kata Kunci : Loyalitas pelanggan, Karakteristik, Pengguna perpustakaan

ABSTRACT

Loyalty become a primary goal to be achieved for companies and organizations. Loyalty is not something that we can buy or even forced, so many companies, even profit or non-profit organizations seeking loyalty as their top priority. Including the library, as a non-profit organization library must also consider loyalty by their customer. This study aims to describe about how customer loyalty in the library of UK Petra and ITS. This study uses descriptive quantitative research through the survey. The population of this study is the users of UK Petra and ITS library. The technique of collecting data was purposive sampling with a criterion for the user who have ever accessed the library at least three times. The number of samples contain of 100 people, users of UK Petra library and ITS. The measurement of customer loyalty is using the theory characteristics of customer loyalty by Griffin, includes makes regular purchases, purchases across product and service, refers others, demonstrates immunity to the pull of the competition. The results of this study indicate that of the overall indicator of the customer loyalty in UK Petra and ITS have a good quality. It can be seen from the average score is high category, with a ratio of 3,74.

Keywords: Customer Loyalty, Characteristics, Library User

