

**IMPLEMENTASI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM)  
DALAM PROMOSI PERPUSTAKAAN BERBASIS INSTAGRAM**

*(Studi Deskriptif Kuantitatif Pada Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Daerah  
Provinsi Jawa Barat)*

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Sains Informasi  
Prodi Perpustakaan dan Sains Informasi



Oleh:

Wibisana Kuspi Ramadhan

NIM. 1703117

**PROGRAM STUDI PERPUSTAKAAN DAN SAINS INFORMASI**

**FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN**

**UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

**2021**

Wibisana, 2021

**IMPLEMENTASI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) DALAM PROMOSI PERPUSTAKAAN  
BERBASIS INSTAGRAM**

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

**IMPLEMENTASI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM)  
DALAM PROMOSI PERPUSTAKAAN BERBASIS INSTAGRAM**  
*(Studi Deskriptif Kuantitatif Pada Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Daerah  
Provinsi Jawa Barat)*

Oleh:

Wibisana Kuspi Ramadhan

NIM. 1703117

Skripsi yang diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sjana Sains  
Informasi pada Prodi Perpustakaan dan Sains Informasi

**Wibisana Kuspi Ramadhan**  
**Universitas Pendidikan Indonesia**  
**Juli 2021**

Hak Cipta dilindungi undang – undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak sebagian atau seluruhnya, dengan diceta ulang,  
difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

Wibisana, 2021

**IMPLEMENTASI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) DALAM PROMOSI PERPUSTAKAAN  
BERBASIS INSTAGRAM**

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](http://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**WIBISANA KUSPI RAMADHAN**

**1703117**

**IMPLEMENTASI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM)  
DALAM PROMOSI PERPUSTAKAAN BERBASIS INSTAGRAM**

*(Studi Deskriptif Kuantitatif Pada Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Daerah  
Provinsi Jawa Barat)*

**Disetujui oleh pembimbing:**

**Pembimbing I**



**Dr. Laksmi Dewi, M.Pd.**  
**NIP. 19770613 200112 2 001**

**Pembimbing II**



**Dini Suhardini, M.I.Kom.**  
**NIP. 19710312 200112 2001**

**Ketua Program Studi,  
Perpustakaan dan Sains Informasi**



**Dr. Linda Setiawati, M.Pd.**  
**NIP. 196908021994122001**

## ABSTRAK

**Wibisana Kuspi Ramadhan (1703117)**, Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) Dalam Promosi Perpustakaan Berbasis Instagram (Studi Deskriptif Kuantitatif Pada Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Daerah Provinsi Jawa Barat)

**Skripsi Program Studi Perpustakaan dan Ilmu Informasi**, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, 2021.

Perkembangan teknologi menuntut perpustakaan untuk mengikuti perkembangan zaman dengan melibatkan teknologi pada layanan perpustakaan. Layanan perpustakaan yang terintegrasi dengan teknologi menjadi strategi untuk menjalin hubungan baik dengan pemustaka. *Customer Relationship Management* (CRM) pada perpustakaan merupakan strategi yang digunakan perpustakaan untuk menjalin hubungan baik dengan pemustaka. Salah satu perpustakaan yang mengintegrasikan teknologi dengan layanan perpustakaan adalah DISPUSIPDA JABAR Pengintegrasian layanan dengan teknologi yang dilakukan oleh DISPUSIPDA JABAR seperti aplikasi CANDIL, website DISPUSIPDA JABAR, serta akun instagram resmi @dispusipdajabar telah menempatkan keberadaan teknologi menjadi bagian penting dalam pelayanan demi menciptakan hubungan baik dengan pemustaka. Hal ini dapat menimbulkan kesalah pahaman bahwa hanya dengan teknologi dapat membuat perpustakaan mengembangkan hubungan dengan pemustaka. Tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui 1) Seberapa baik implementasi CRM dalam kegiatan promosi perpustakaan berbasis instagram di DISPUSIPDA JABAR; 2) Seberapa baik implementasi dimensi data dan teknologi CRM dalam kegiatan promosi perpustakaan berbasis instagram di DISPUSIPDA JABAR; 3) Seberapa baik implementasi dimensi sumber daya manusia CRM dalam kegiatan promosi perpustakaan berbasis instagram di DISPUSIPDA JABAR; 4) Seberapa baik implementasi dimensi proses CRM dalam kegiatan promosi perpustakaan berbasis instagram di DISPUSIPDA JABAR. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel dari penelitian adalah pengikut akun instagram @dispusipdajabar. Teknik penentuan sampel pada panilitian ini menggunakan *simple random sampling*. Instrumen yang digunakan menggunakan skala *likert*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi CRM dalam promosi perpustakaan berbasis instagram di DISPUSIPDA JABAR telah dilaksanakan dalam kategori baik. Adapun kegiatan dengan perolehan skor tertinggi yaitu dari dimensi proses CRM, sedangkan skor terendah diperoleh dari dimensi data dan teknologi.

**Kata Kunci:** *customer relationship management*, perpustakaan umum, promosi perpustakaan

Wibisana, 2021

**IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DALAM PROMOSI PERPUSTAKAAN BERBASIS INSTAGRAM**

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

## **ABSTRACT**

**Wibisana Kuspi Ramadhan (1703117).** *Implementation of Customer Relationship Management (CRM) in Instagram Based Library Promotion (Quantitative Descriptive Study at The Regional Public Library and Archives Service of West Java Province).*

**Thesis of Library and Information Science Study Program.** *Faculty of Education Science, Indonesia University of Education, Bandung, 2021.*

*Technological developments require libraries to keep up with the times by involving technology in library services. Library services that are integrated with technology are a strategy to establish good relations with users. Customer Relationship Management (CRM) in libraries is a strategy used by libraries to establish good relationships with users. One of the libraries that integrates technology with library services is the DISPUSIPDA JABAR. The integration of services with technology carried out by the DISPUSIPDA JABAR such as the CANDIL application, the DISPUSIPDA JABAR website, and the official Instagram account @dispusipdajabar has placed the presence of technology as an important part of the service to create good relations with users. This can lead to the misconception that only technology can make libraries develop relationships with users. The purpose of this research is to find out 1) How well is the implementation of CRM in Instagram-based library promotion activities at DISPUSIPDA JABAR; 2) How well is the implementation of data dimensions and CRM technology in Instagram-based library promotion activities at DISPUSIPDA JABAR; 3) How well is the implementation of CRM human resource dimensions in Instagram-based library promotion activities at DISPUSIPDA JABAR; 4) How well is the implementation of CRM process dimensions in Instagram-based library promotion activities at DISPUSIPDA JABAR. This study uses a descriptive method with a quantitative approach. The sample of the research is followers of the Instagram account @dispusipdajabar. The technique of determining the sample in this research using simple random sampling. The instrument used is a Likert scale. The results showed that the implementation of CRM in Instagram-based library promotion at DISPUSIPDA JABAR was carried out in a good category. The activities with the highest scores were obtained from the CRM process dimension, while the lowest scores were obtained from the data and technology dimensions.*

**Keywords:** *customer relationship management, public library, library promotion*

**Wibisana, 2021**

**IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DALAM PROMOSI PERPUSTAKAAN BERBASIS INSTAGRAM**

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

## DAFTAR ISI

|  |                              |
|--|------------------------------|
| LEMBAR PENGESAHAN .....                          | 3                            |
| PERNYATAAN.....                                  | Error! Bookmark not defined. |
| KATA PENGANTAR.....                              | Error! Bookmark not defined. |
| UCAPAN TERIMA KASIH .....                        | Error! Bookmark not defined. |
| ABSTRAK .....                                    | 4                            |
| <i>ABSTRACT</i> .....                            | 5                            |
| DAFTAR ISI.....                                  | 6                            |
| DAFTAR TABEL .....                               | Error! Bookmark not defined. |
| DAFTAR GAMBAR.....                               | Error! Bookmark not defined. |
| DAFTAR GRAFIK.....                               | Error! Bookmark not defined. |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                             | Error! Bookmark not defined. |
| BAB I PENDAHULUAN.....                           | Error! Bookmark not defined. |
| 1.1 Latar Belakang .....                         | Error! Bookmark not defined. |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                        | Error! Bookmark not defined. |
| 1.2.1 Rumusan Masalah Umum.....                  | Error! Bookmark not defined. |
| 1.2.2 Rumusan Masalah Khusus.....                | Error! Bookmark not defined. |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                      | Error! Bookmark not defined. |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian Umum .....               | Error! Bookmark not defined. |
| 1.3.2 Tujuan Penelitian Khusus .....             | Error! Bookmark not defined. |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                     | Error! Bookmark not defined. |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis.....                      | Error! Bookmark not defined. |
| 1.4.2 Manfaat Praktis.....                       | Error! Bookmark not defined. |
| 1.5 Struktur Organisasi Penelitian .....         | Error! Bookmark not defined. |
| BAB II KAJIAN TEORI .....                        | Error! Bookmark not defined. |
| 2.1 Customer Relationship Management (CRM) ..... | Error! Bookmark not defined. |
| 2.1.1 Pengertian CRM.....                        | Error! Bookmark not defined. |

|  |  |                                     |
|--|--|-------------------------------------|
| 2.1.2  | Tujuan CRM .....                             | Error! Bookmark not defined.        |
| 2.1.3  | Kondisi Pendukung CRM .....                  | Error! Bookmark not defined.        |
| 2.2  | Perpustakaan Umum.....                       | Error! Bookmark not defined.        |
| 2.2.1  | Pengertian Perpustakaan Umum .....           | Error! Bookmark not defined.        |
| 2.2.2  | Fungsi Perpustakaan Umum.....                | Error! Bookmark not defined.        |
| 2.2.3  | Layanan Perpustakaan Umum .....              | Error! Bookmark not defined.        |
| 2.3  | Promosi Perpustakaan .....                   | Error! Bookmark not defined.        |
| 2.3.1  | Pengertian Promosi Perpustakaan ....         | Error! Bookmark not defined.        |
| 2.3.2  | Tujuan Promosi Perpustakaan .....            | Error! Bookmark not defined.        |
| 2.3.3  | Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan | Error! Bookmark not defined.        |
| 2.4  | Penelitian Terdahulu.....                    | Error! Bookmark not defined.        |
| 2.5  | Kerangka Pemikiran .....                     | Error! Bookmark not defined.        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>             |  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 3.1  | Desain Penelitian .....                      | Error! Bookmark not defined.        |
| 3.2  | Partisipan .....                             | Error! Bookmark not defined.        |
| 3.3  | Populasi dan Sampel .....                    | Error! Bookmark not defined.        |
| 3.3.1  | Populasi .....                               | Error! Bookmark not defined.        |
| 3.3.2  | Sampel Penelitian .....                      | Error! Bookmark not defined.        |
| 3.4  | Instrumen Penelitian .....                   | Error! Bookmark not defined.        |
| 3.4.1  | Uji Validitas Instrumen .....                | Error! Bookmark not defined.        |
| 3.4.2  | Uji Reliabilitas Instrumen .....             | Error! Bookmark not defined.        |
| 3.5  | Prosedur Penelitian .....                    | Error! Bookmark not defined.        |
| 3.5.1  | Tahap Persiapan .....                        | Error! Bookmark not defined.        |
| 3.5.2  | Tahap Pelaksanaan .....                      | Error! Bookmark not defined.        |
| 3.5.3  | Tahap Pelaporan .....                        | Error! Bookmark not defined.        |
| 3.6  | Analisis Data .....                          | Error! Bookmark not defined.        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b> |  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| 4.1.   | Hasil Penelitian .....                       | Error! Bookmark not defined.        |

Wibisana, 2021

*IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DALAM PROMOSI PERPUSTAKAAN BERBASIS INSTAGRAM*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

|  |  |                              |
|--|--|------------------------------|
| 4.1.1.   | Deskripsi Umum Karakteristik Responden ....            | Error! Bookmark not defined. |
| 4.2.   | Deksripsi Hasil Penelitian .....                       | Error! Bookmark not defined. |
| 4.2.1.   | Gambaran Implementasi Customer Relationship Management | Error! Bookmark not defined. |
| 4.2.2.   | Gambaran Perindikator .....                            | Error! Bookmark not defined. |
| 4.3.   | Grafik .....   | Error! Bookmark not defined. |
| 4.4.   | Pembahasan Hasil Penelitian .....                      | Error! Bookmark not defined. |
| <b>BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI</b> |  | Error! Bookmark not defined. |
| 5.1  | Simpulan.....  | Error! Bookmark not defined. |
| 5.1.1  | Simpulan Umum .....                                    | Error! Bookmark not defined. |
| 5.1.2  | Simpulan Khusus .....                                  | Error! Bookmark not defined. |
| 5.2  | Implikasi dan Rekomendasi .....                        | Error! Bookmark not defined. |
| 5.2.1  | Implikasi .....  | Error! Bookmark not defined. |
| 5.2.2  | Rekomendasi.....                                       | Error! Bookmark not defined. |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....                      |  | 9                            |
| <b>LAMPIRAN</b> .....                            |  | Error! Bookmark not defined. |



## DAFTAR PUSTAKA

- Ajak Rukajat. (2018). Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach. CV. Budi Utama, 34. Retrieved from [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=1pWEDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=penelitian+kuantitatif+deskriptif&ots=9PhFAp6Mi4&sig=2oxofArNKMFqbgRlaOR8CmsyWm0&redir\\_esc=y#v=onepage&q=penelitian kuantitatif deskriptif&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=1pWEDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=penelitian+kuantitatif+deskriptif&ots=9PhFAp6Mi4&sig=2oxofArNKMFqbgRlaOR8CmsyWm0&redir_esc=y#v=onepage&q=penelitian kuantitatif deskriptif&f=false)
- Aji, S. T. B., & Heriyanto, H. (2013). Pengaruh Layanan Perpustakaan Keliling Terhadap Kemampuan Literasi Informasi "Wanita Tuna Susila (WTS) Di Lokalisasi Gambilangu Semarang. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 2(4), 142–156. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/4652/4496>
- Ashal, N. (2016). Hubungan Promosi Perpustakaan dengan Tingkat Kunjungan Pemustaka di Badan Perpustakaan dan Arsip Daerah Provinsi Sulawesi Selatan. In *Makassar: UIN Alauddin Makassar*. Retrieved from [http://repositori.uin-alauddin.ac.id/1666/1/Nurfadhilah Ashal.pdf](http://repositori.uin-alauddin.ac.id/1666/1/Nurfadhilah%20Ashal.pdf)
- Basuki, Sulisty. (1993). Pengantar Ilmu Perpustakaan. Jakarta: PT Gramedia Utama
- BSN. (2005). Standar Nasional Indonesia Perpustakaan Umum Kabupaten/Kota. Jakarta.
- Buttle, F. (2004). Customer Relationship Management Concepts and Tools. In *Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann*.
- Ekawati, M. N. (2019). Hubungan Customer Relationship Management (CRM) Dengan Loyalitas Pemustaka (Studi Kuantitatif Deskriptif pada Website Perpustakaan Telkom University). In *Universitas Pendidikan Indonesia*.
- Fatmawati, E. (2017). Dampak Media Sosial Terhadap Perpustakaan. *LIBRARIA: Jurnal Perpustakaan*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.21043/libraria.v5i1.2250>

- Fuad, N., & Nahal Al-Goblan. (2017). Using customer relationship management systems at university libraries: A comparative study between Saudi Arabia and Egypt. *International Federation of Library Association and Institution*, 43(2), 158–171.
- GAOL, T. L. (2019). CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT : STUDI KASUS PERPUSTAKAAN INSTITUT TEKNOLOGI DEL. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 3(2), 164–170.
- Husaini, M. (2019). PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DALAM BIDANG PENDIDIKAN (E-education). *Jurnal Mikrotik*, 2(1). <https://doi.org/10.31219/osf.io/ydfa2>
- I Ketut Swajarna. (2012). Metodologi Penelitian Kesehatan. Retrieved August 30, 2021, from ANDI website: [https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi\\_Penelitian\\_Kesehatan/NOKOS2V7vVcC?hl=id&gbpv=1&dq=Swajarna+%2B+Metodologi+Penelitian+Kesehatan&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Kesehatan/NOKOS2V7vVcC?hl=id&gbpv=1&dq=Swajarna+%2B+Metodologi+Penelitian+Kesehatan&printsec=frontcover)
- Jannah, R. K. (2014). Penerapan Customer Relationship Management (CRM) dan Kualitas Pelayanan Sebagai Upaya Mempertahankan Loyalitas Jamaah Umrah Di Intanaya Tour And Travel. In *Surabaya: Program Studi Manajemen Dakhwa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel*.
- Kumar, V., & Reinartz, W. (2018). Customer relationship Management Concept, Strategy, and Tools. *Berlin: Heidelberger Platz*, 329–362. [https://doi.org/10.1007/978-3-662-55381-7\\_16](https://doi.org/10.1007/978-3-662-55381-7_16)
- Kurniasih, N. (2017). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial untuk Perpustakaan. *Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Untuk Perpustakaan. Makalah Seminar Nasional Komunikasi, Informasi Dan Perpustakaan Di Era Global*, 1–10. <https://doi.org/10.31227/osf.io/aj2z9>
- Latifah, B. H. (2018). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CUSTOMER Wibisana, 2021  
**IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DALAM PROMOSI PERPUSTAKAAN BERBASIS INSTAGRAM**  
 Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA (Studi Kasus Perpustakaan Pusat IAIN Surakarta). In *Institut Agama Islam Negeri Surakarta* (Vol. 372). Retrieved from <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/7556065><http://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=PMC394507><http://dx.doi.org/10.1016/j.humpath.2017.05.005><https://doi.org/10.1007/s00401-018-1825-z><http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/27157931>

Mahmudah, R. (2018). Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Pada BMT Sidogiri Capem Gadang. In *Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim* (Vol. 372). Retrieved from <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/7556065><http://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=PMC394507><http://dx.doi.org/10.1016/j.humpath.2017.05.005><https://doi.org/10.1007/s00401-018-1825-z><http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/27157931>

Mustofa. (2017). PROMOSI PERPUSTAKAAN MELALUI MEDIA SOSIAL : Best Practice. *Publication Library and Information Science*, 1(2), 21. <https://doi.org/10.24269/pls.v1i2.691>

Ni'mah, I. T. (2017). Penerapan Program Customer Relationship Management ( CRM ) di Perpustakaan ( Studi Deskriptif pada Layanan Chinese Corner UPT Perpustakaan Institut Teknologi Nasional. In *Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia*.

Nugrahani, R. (2017). Manajemen Sumber Daya Manusia Perpustakaan Perguruan Tinggi Untuk Mewujudkansumber Daya Manusia Yang Berkualitas. *Warta Perpustakaan Undip*, 10(2), 11–16.

Peraturan Pemerintah No.43 Tahun 2007. (2007). Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2007 Tentang Perpustakaan.

Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan

Wibisana, 2021

**IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DALAM PROMOSI PERPUSTAKAAN BERBASIS INSTAGRAM**

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](http://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)

- Remaja. *Communication*, 8(1), 51. <https://doi.org/10.36080/comm.v8i1.651>
- Putra, I. P., & Irawati, I. (2018). Layanan referensi sebagai representasi perpustakaan perguruan tinggi. *Jurnal Kajian Informasi Dan Perpustakaan*, 6(1), 77. <https://doi.org/10.24198/jkip.v6i1.13464>
- Qurotianti, A. (2018). Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Menerapkan Pelayanan Prima di Perpustakaan Perguruan Tinggi (Studi Kasus di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). *Jurnal Ikatan Pustakawan Indonesia*, 3(1), 1–10.
- Rakib, F. (2013). Kepuasan Pemustaka Terhadap Layanan Perpustakaan Keliling Terapung (Studi Kasus Di Kota Ternate). *Journal Volume II. No. 4. Tahun 2013*, II(4), 19.
- Robot, M. (2015). Analisis Pengaruh Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, Publicity dan Word of mouth terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3(3), 254–267.
- Rumata, V. M. (2017). Perilaku Pemenuhan dan Penyebaran Informasi Publik Bagi Masyarakat Kota dan Desa. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 20(1), 91–106. <https://doi.org/10.20422/jpk.v20i1.146>
- Sabatini, R. R. (2018). Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Website Di CV Riz Plakat Jaya Di Surabaya. In *Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*.
- Saleh, A. R. (2014). *Modul 1 Manajemen Perpustakaan*. 1–45.
- Sappaile, B. I. (2007). Konsep Instrumen Penelitian Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 13(66), 379. <https://doi.org/10.24832/jpnk.v13i66.356>
- Shafira, A. N. (2020). Implementasi Personal Information (PIM) Mahasiswa Tingkat Akhir Pada Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi. In *Bandung: Perpustakaan Universitas Pendidikan Indonesia*.

- Siahaan, H. (2006). Customer Relationship Management (CRM) sebagai Sarana Meraih Image Positif untuk Perpustakaan. *Pustaka*, 4(2), 80–87.
- Siyoto, S. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. *Yogyakarta: Literasi Media Publishing*.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. *Bandung: Alfabeta*.
- Suharso, P., & Pramesti, A. N. (2020). Promosi Perpustakaan Melalui Instagram: Studi di Perpustakaan Universitas Airlangga. *Publication Library and Information Science*, 3(2), 66. <https://doi.org/10.24269/pls.v3i2.2074>
- Sujawerni, V. W., & Utami, L. R. (2020). *The Master Book of SPSS*.
- Tatarina, W. A. W., & Husna, J. (2017). Dampak Media Sosial Instagram @Jaklib\_Cikini Sebagai Media Promosi Perpustakaan Umum Daerah Provinsi Dki Jakarta Cikini. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 6(1), 351–360. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/23093>
- Tika, A. (2015). Kualitas Layanan Di Perpustakaan Umum Kota. Perpustakaan Universitas Airlangga. In *Universitas Airlangga*.
- Utomo, R. M. E. P. (2018). Mengembangkan Customer Relationship Marketing di Perpustakaan. *JUPI (Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi)*, 3(2), 177–183.
- Wang, M. (2007). Introducing CRM into an academic library. *Library Management*, 28, 281–291. <https://doi.org/10.1108/01435120710774431>