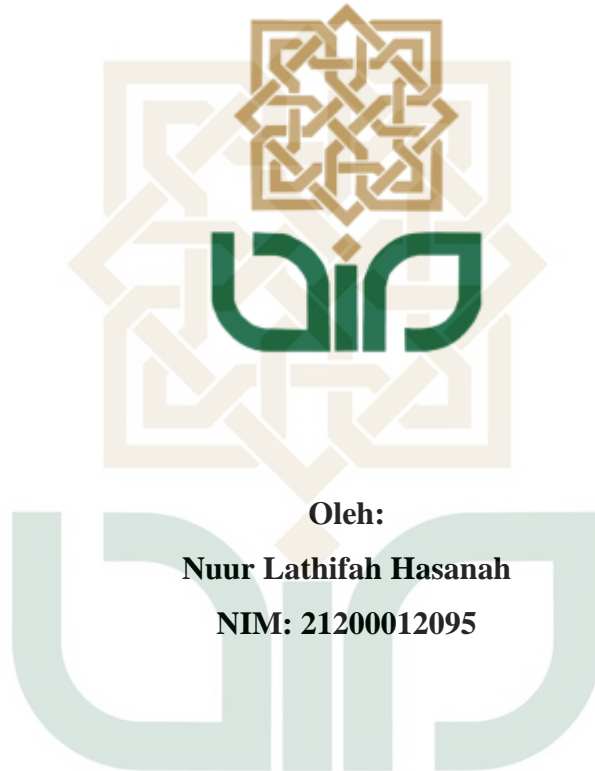


**PENGARUH *SERVICESCAPE* TERHADAP  
LOYALITAS PEMUSTAKA DI PERPUSTAKAAN UMUM  
KOTA BANJARMASIN**



**Oleh:**

**Nuur Lathifah Hasanah**

**NIM: 21200012095**

**TESIS**

Diajukan kepada Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh

Gelar Master of Arts (M.A.)

Program Studi Interdisciplinary Islamic Studies

Konsentrasi Ilmu Perpustakaan dan Informasi

**YOGYAKARTA**

**2023**

### PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nuur Lathifah Hasanah, S.IP.  
NIM : 21200012095  
Jenjang : Magister  
Program Studi : Interdisciplinary Islamic Studies  
Konsentrasi : Ilmu Perpustakaan dan Informasi

Menyatakan bahwa tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Yogyakarta, Desember 2023

Saya yang menyatakan,



Nuur Lathifah Hasanah, S.IP.  
NIM: 21200012095

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

### PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nuur Lathifah Hasanah, S.IP.  
NIM : 21200012095  
Jenjang : Magister  
Program Studi : Interdisciplinary Islamic Studies  
Konsentrasi : Ilmu Perpustakaan dan Informasi

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, Desember 2023

Saya yang menyatakan,



Nuur Lathifah Hasanah, S.IP.  
NIM: 21200012095

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
PASCASARJANA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 519709 Fax. (0274) 557978 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-99/Un.02/DPPs/PP.00.9/01/2024

Tugas Akhir dengan judul : Pengaruh Servicescape Terhadap Loyalitas Pemustaka Di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NUUR LATHIFAH HASANAH, S. IP  
Nomor Induk Mahasiswa : 21200012095  
Telah diujikan pada : Kamis, 11 Januari 2024  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I  
Dr. Ita Rodiah, M.Hum.  
SIGNED

Valid ID: 65b706446ab04



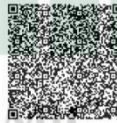
Penguji II  
Dr. Astri Hanjarwati, S.Sos., M.A.  
SIGNED

Valid ID: 65b5d2df18db6



Penguji III  
Dr. Labibah, MLIS.  
SIGNED

Valid ID: 65b34f63cef18



Yogyakarta, 11 Januari 2024  
UIN Sunan Kalijaga  
Direktur Pascasarjana

Prof. Dr. H. Abdul Mustaqim, S.Ag., M.Ag.  
SIGNED

Valid ID: 65b9711da99d1a

STATE UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,  
Direktur Pascasarjana  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

*Assalamu 'alaikum wr. wb.*

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul: **Pengaruh *Servicescape* Terhadap Loyalitas Pemustaka di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin.**

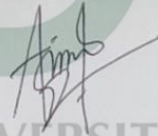
Yang ditulis oleh:

Nama : Nuur Lathifah Hasanah, S.IP.  
NIM : 21200012095  
Jenjang : Magister  
Program Studi : Interdisciplinary Islamic Studies  
Konsentrasi : Ilmu Perpustakaan dan Informasi

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Master of Arts.

*Wassalamu 'alaikum wr. wb.*

Yogyakarta, Desember 2023  
Pembimbing,



Dr. Astri Hanjarwati, S.Sos., M.A.  
NIP. 19850502 201503 2 005

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## ABSTRAK

**Nuur Lathifah Hasanah, S.IP., 21200012095. “Pengaruh *Servicescape* Terhadap Loyalitas Pemustaka di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin”** Tesis, Program Studi *Interdisciplinary Islamic Studies*, Konsentrasi Ilmu Perpustakaan dan Informasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2023. Tesis ini membahas tentang “Pengaruh *Servicescape* terhadap loyalitas pemustaka di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui 1) kondisi *servicescape* di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin 2) loyalitas pemustaka di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin 3) pengaruh *servicescape* terhadap loyalitas pemustaka di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dari pemustaka di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil penelitian menyatakan bahwa (1) *Ambience condition* dalam variabel *servicescape* tergolong tinggi dengan skor 3,24. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan pengaruh *ambience condition* dalam *servicescape* terhadap loyalitas pemustaka sebesar  $0,007 < 0,05$  yang berarti *ambience condition* memiliki pengaruh pada loyalitas pemustaka. (2) *Space, layout, function* dalam variabel *servicescape* tergolong tinggi dengan skor 2,65. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan pengaruh *space, layout, function* dalam *servicescape* terhadap loyalitas pemustaka sebesar  $0,024 < 0,05$  yang berarti *space, layout, function* memiliki pengaruh pada loyalitas pemustaka. (3) *Sign, symbol, artifact* dalam variabel *servicescape* tergolong sangat tinggi dengan skor 3,33. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan pengaruh *sign, symbol, artifact* dalam *servicescape* terhadap loyalitas pemustaka sebesar  $0,006 < 0,05$  yang berarti *sign, symbol, artifact* memiliki pengaruh pada loyalitas pemustaka. (4) *Servicescape* yang meliputi *ambience condition; space, layout, function; dan sign, symbol, artifact* memiliki pengaruh pada loyalitas pemustaka dengan tingkat pengaruhnya sebesar 46,2 %.

**Kata Kunci:** *Servicescape*, Perpustakaan, Loyalitas pemustaka.

## ABSTRACT

**Nuur Lathifah Hasanah, S.IP., 21200012095. "The Effect of Servicescape on User Loyalty at Banjarmasin Public Library" Thesis, Interdisciplinary Islamic Studies Study Program, Concentration of Library and Information Science UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2023.**

This thesis discusses "The Effect of Servicescape on User Loyalty at Banjarmasin City Public Library". The purpose of this study is to determine 1) servicescape conditions at Banjarmasin City Public Library 2) loyalty of pmustaka at Banjarmasin City Public Library 3) influence of servicescape on user loyalty at Banjarmasin City Public Library. The method used in this study is quantitative research. The data analysis techniques used are descriptive analysis and linear regression analysis. The sample in this study amounted to 100 respondents from users at the Banjarmasin City Public Library. Data collection method using questionnaires. The results stated that (1) Ambience condition in the servicescape variable was high with a score of 3.24. The results of multiple regression analysis show the influence of ambience condition in servicescape on user loyalty of  $0.007 < 0.05$  which means ambience condition has an influence on user loyalty. (2) Space, layout, function in servicescape variables are high with a score of 2.65. The results of multiple regression analysis show the influence of space, layout, function in servicescape on user loyalty of  $0.024 < 0.05$  which means space, layout, function has an influence on user loyalty. (3) Sign, symbol. Artifact in the servicescape variable is very high with a score of 3.33. The results of multiple regression analysis show the influence of signs, symbols. artifact in servicescape to user loyalty of  $0.006 < 0.05$  which means sign, symbol. Artifacts have an influence on user loyalty. (4) Servicescape which includes ambience conditions; space, layout, function; and sign, symbol, artifact has an influence on user loyalty with an influence rate of 46.2%.

**Keywords: Servicescape, Library, Users Loyalty.**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

**MOTTO**

*For my honour,*

*I promise that I'll do my best*

*and keep on fighting 'till the end.*

*-Veteranly Promise-*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA



## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji Syukur kepada Allah SWT. atas segala nikmat, rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan Kesehatan, kekuatan, dan kemudahan dalam menyelesaikan tesis yang berjudul Pengaruh Servicescape Terhadap Loyalitas Pemustaka di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin ini dengan baik. Juga sholawat yang selalu tucurahkan kepada Nabi Muhammad saw., beserta seluruh sahabat dan pengikut beliau.

Dengan penuh rasa cinta, syukur, dan bahagia, ku persembahkan karya tulis ini untuk orang-orang yang selama ini menemani, menasehati, membimbing, mendoakan serta memberi semangat untuk saya hingga mampu menyelesaikan karya ini.

1. Kepada Ayah dan Ibu saya, Bapak H. Maulansyah, S.AB. dan ibu Hj. Isnaniah yang doa nya selalu diijabah oleh Allah dan sabarnya tiada batas.
2. Kepada adik saya Muhammad Luthfi Yusuf yang juga berkecimpung dalam dunia Ilmu Perpustakaan, yang menjadi tempat bertukar ilmu dan cerita kehidupan.
3. Kepada keluarga besar K.H. Hilman dan keluarga besar Doko Tamin yang juga selalu mendoakan saya dalam menempuh Pendidikan S2 ini.
4. Kepada seluruh dosen dan guru yang pernah mendidik, mengajarkan dan memberikan ilmu kepada saya. Semoga jasa kalian dibalas pahala yang berlipat ganda oleh Allah Swt.
5. Kepada teman-teman seperjuangan saya di konsentrasi ilmu perpustakaan dan informasi angkatan 2021 genap, terima kasih telah menemani dari awal perkuliahan

sampai akhir, tanpa kalian sudah tidak terbayang *how flat my magister's life*  
Terimakasih sudah jadi keluarga yang baik untuk adik paling bungsu nya ini di  
Yogyakarta.

6. Kepada teman-teman di Marching Band UPN “Veteran” Yogyakarta yang  
mengajari saya banyak hal di luar kelas perkuliahan dan sebagai sarana tercapainya  
Impian di bidang non-akademik. *V Promise* kita untuk apapun yang akan saya lewati  
ke depannya.
7. Kepada circle Bocah Rantauan, Isma, Laili, dan Fatimah sebagai teman saya sejak  
S1 yang menemani melewati seluruh jalan hidup saya di Kota Yogyakarta dengan  
motto “Apun kondisinya, harus tetep dibawa ketawa.”
8. Terakhir, untuk diri saya sendiri sebagai seseorang yang punya banyak kekurangan.  
Terimakasih sudah bertahan atas seluruh porak-poranda yang dilewati selama  
perjalanan mencapai gelar magister ini. Mari bertahan untuk hidup yang lebih lama  
lagi, karena masih banyak kebaikan Allah yang belum kita jamah.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kita persembahkan hanya kepada Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya bagi penulis dalam penyusunan tesis ini. Sholawat dan salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Penyusunan tesis ini merupakan kajian singkat tentang pengaruh *servicescape* terhadap loyalitas pemustaka di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin. Tesis ini disusun dalam rangka penyelesaian *Magister* program studi *Interdisciplinary Islamic Studies*, Konsentrasi Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penyusun menyadari bahwa penyusunan tesis ini tidak terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penyusun mengucapkan rasa terima kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. H. Abdul Mustaqim, S.Ag., M.Ag. selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang menyediakan bahan rujukan untuk menunjang penulisan karya ilmiah ini baik itu dalam bentuk tercetak maupun digital.

4. Ibu Dr. Nina Mariani Noor, SS., M.A. selaku ketua Program Studi *Interdisciplinary Islamic Studies* Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Ibu Dr. Astri Hanjarwati, S.Sos., M.A. selaku dosen pembimbing yang sudah membimbing penulis dalam proses penulisan tesis ini.
6. Kepala Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Banjarmasin, Bapak Muhamad Ikhsan Alhak, M.SI., dan seluruh staff Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Banjarmasin.
7. Segenap Dosen Program Studi *Interdisciplinary Islamic Studies* Konsentrasi Ilmu Perpustakaan dan Informasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Karyawan Program Studi *Interdisciplinary Islamic Studies* yang telah membantu dalam persuratan untuk penelitian ini.
9. Pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan Tesis ini.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Semoga dengan tulisan ini dapat memberikan manfaat dan dijadikan acuan rujukan dalam peningkatan layanan perpustakaan terutama tentang layanan khusus yang ada didalam perpustakaan Universitas. Penulis menyadari bahwa penulisan Tesis ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan. Terimakasih dan salam hormat dari penulis.

Yogyakarta, Desember 2023

Penulis,

Nuur Lathifah Hasanah, S.IP.  
NIM: 21200012095



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR</b> .....	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
D. Kajian Pustaka .....	8
E. Landasan Teori.....	10
F. Kerangka Teoritik .....	20
G. Hipotesis .....	21
H. Metode Penelitian.....	22
I. Sistematika Pembahasan .....	45
<b>BAB II: GAMBARAN UMUM PERPUSTAKAAN UMUM KOTA BANJARMASIN</b> .....	<b>47</b>
A. Sejarah dan Profil Singkat.....	47
B. Visi dan Misi Perpustakaan.....	48
C. Fasilitas Perpustakaan .....	49
D. Layanan dan Aktivitas Perpustakaan .....	50

E. Lingkungan Fisik Perpustakaan (Servicescape) .....	55
<b>BAB III: HASIL ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>62</b>
A. Hasil Analisis Data.....	62
B. Pembahasan.....	93
<b>BAB IV: PENUTUP.....</b>	<b>100</b>
A. Simpulan .....	100
B. Saran.....	101
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>102</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>108</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>135</b>



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Instrumen Servicescape	32
Tabel 2 Instrumen Loyalitas Pengguna	33
Tabel 3 Penskalaan Likert	34
Tabel 4 Item Pernyataan Berdasarkan Variabel	35
Tabel 5 Hasil Uji Validitas Data Variabel Servicescape (X)	38
Tabel 6 Hasil Uji Validitas Data Variabel Loyalitas Pemustaka (Y)	38
Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	40
Tabel 8 Interpretasi Nilai Rata-Rata	43
Tabel 9 Fasilitas Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin	49
Tabel 10 Analisis Indikator Ambience Condition	70
Tabel 11 Analisis Indikator Space, Layout, Function.	75
Tabel 12 Analisis Indikator Sign, Symbol, Artifact	80
Tabel 13 Analisis Indikator Variabel Servicescape	81
Tabel 14 Analisis Indikator Repeat Purchase	83
Tabel 15 Analisis Indikator Retention	86
Tabel 16 Analisis Indikator Referalls	89
Tabel 17 Analisis Indikator Variabel Loyalitas Pemustaka	89
Tabel 18 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	90
Tabel 19 Hasil Uji Linearitas Antara Loyalitas Pemustaka (Y) Dan Ambience Condition (X1)	91
Tabel 20 Hasil Uji Linearitas Antara Loyalitas Pemustaka (Y) Dan Space, Layout, Function (X2)	91
Tabel 21 Hasil Uji Linearitas Antara Loyalitas Pemustaka (Y) Dan Sign, Symbol, Artifact (X3)	92
Tabel 22 Hasil Uji T	93
Tabel 23 Hasil Uji Analisis Regresi Servicescape Terhadap Loyalitas Pemustaka	93



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Grafik Kunjungan Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin (Januari-Oktober 2023).	5
Gambar 2 Kerangka Teoritik	21
Gambar 3 Meja Layanan Sirkulasi Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin	50
Gambar 4 Lemari Koleksi Budaya Etnik Nusantara Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin	51
Gambar 5 Layanan Perpustakaan Keliling, Dinas Perpustakaan Dan Arsip Kota Banjarmasin	52
Gambar 6 Ruangan Bi Corner Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin	53
Gambar 7 Loker Di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin	54
Gambar 8 Ruangan Sirkulasi Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin.	56
Gambar 9 Ruangan Sirkulasi Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin.	57
Gambar 10 Ruangan Sirkulasi Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin.	58
Gambar 11 Tampak Depan Gedung Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin.	59
Gambar 12 Tampak Depan Bangunan Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin	60
Gambar 13 Tampak Samping Bangunan Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin.	60
Gambar 14 Signage Di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin.	61
Gambar 15 Diagram Item Pernyataan No. 1	62
Gambar 16 Diagram Item Pernyataan No. 2	63
Gambar 17 Diagram Item Pernyataan No. 3	64
Gambar 18 Diagram Item Pernyataan No. 4	64
Gambar 19 Diagram Item Pernyataan No. 5	65
Gambar 20 Diagram Item Pernyataan No. 6	66
Gambar 21 Diagram Item Pernyataan No. 7	66
Gambar 22 Diagram Item Pernyataan No. 8	67
Gambar 23 Diagram Item Pernyataan No. 9	68
Gambar 24 Diagram Item Pernyataan No. 10	69

Gambar 25 Diagram Item Pernyataan No. 11	70
Gambar 26 Diagram Item Pernyataan No. 12	71
Gambar 27 Diagram Item Pernyataan No. 13	72
Gambar 28 Diagram Item Pernyataan No. 14	72
Gambar 29 Diagram Item Pernyataan No. 15	73
Gambar 30 Diagram Item Pernyataan No. 16	74
Gambar 31 Diagram Item Pernyataan No. 17	75
Gambar 32 Diagram Item Pernyataan No. 18	76
Gambar 33 Diagram Item Pernyataan No. 19	77
Gambar 34 Diagram Item Pernyataan No. 20	78
Gambar 35 Diagram Item Pernyataan No. 21	78
Gambar 36 Diagram Item Pernyataan No. 22	79
Gambar 37 Diagram Item Pernyataan No. 23	82
Gambar 38 Diagram Item Pernyataan No. 24	83
Gambar 39 Diagram Item Pernyataan No. 25	84
Gambar 40 Diagram Item Pernyataan No. 26	85
Gambar 41 Diagram Item Pernyataan No. 27	87
Gambar 42 Diagram Item Pernyataan No. 28	88

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian	108
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	109
Lampiran 3 Tabulasi Data	114
Lampiran 4 Uji Validitas Dan Realibilitas	123
Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup	135



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Konsumen memiliki kecenderungan untuk memanfaatkan atau membeli produk/jasa berdasarkan keberadaan dan citra merek. Oleh karena itu, sangat penting bagi perusahaan untuk menegakkan dan menumbuhkan keberadaan dan citranya, terutama dalam jangka waktu yang lama.<sup>1</sup> Dengan demikian, perusahaan dapat berusaha mencapai berbagai tujuan, salah satunya adalah menumbuhkan loyalitas konsumen.

Pembentukan loyalitas berasal dari keinginan individu untuk membina dan mempertahankan hubungan kerjasama dengan berulang kali terlibat dengan layanan yang diberikan.<sup>2</sup> Dalam hal mempertahankan keberadaan perusahaan, salah satu elemen penting yang harus dipertimbangkan adalah servicescape. Ini mencakup lingkungan fisik di mana layanan disampaikan dan dialami oleh konsumen. Oleh karena itu, sangat penting bagi perusahaan untuk memperhatikan desain dan suasana lingkungan layanan mereka, karena sangat mempengaruhi persepsi dan pengalaman konsumen.<sup>3</sup> Dengan mengkurasi layanan yang luar biasa, perusahaan dapat secara

---

<sup>1</sup> Ike Venessa and Zainul Arifin, "Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen( Survei Pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013 / 2014 Dan 2014 / 2015 Pengguna Kartu P," *Jurnal Administrasi Bisnis* 51, no. 1 (2017): 44–48.

<sup>2</sup> Rully Arlan Tjahyadi, "Membangun Hubungan Jangka Panjang Pelanggan Melalui Relationship Marketing," *Jurnal Manajemen Maranatha* 5, no. 2 (2006): 1–10.

<sup>3</sup> Agung. Marreta and Ainur Rofiq, "Analisis PEran Servicescape Dalam Mendorong Niar Revisit Pengunjung Jawa Timur Park 2," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya* 5 (2017).

efektif membangun citra merek yang positif dan menumbuhkan basis pelanggan yang loyal, sehingga memastikan kelangsungan hidup dan kesuksesan jangka panjang mereka di pasar.

Bagi para konsumen yang mengunjungi suatu layanan ataupun toko, lingkungan layanan adalah elemen pelayanan yang dapat dirasakan oleh pelanggan. Pada tahap ini, konsumen cenderung membentuk pandangan awal atau *first impression* mengenai tingkat pelayanan yang akan mereka terima. Oleh karena itu, *Servicescape* perlu dianggap sebagai factor yang sangat relevan dalam membentuk persepsi mengenai kualitas layanan. *Servicescape* memiliki peranan penting untuk dipahami oleh pemasar jasa, karena *servicescape* ini bukan sesuatu yang terjadi secara natural, *servicescape* adalah lingkungan yang dibuat oleh manusia.<sup>4</sup>

Salah satu karakteristik yang dimiliki oleh jasa adalah *intangibility*, karena jasa tidak memiliki bentuk yang dapat dilihat, diraba, dirasakan, ataupun dicicipi.<sup>5</sup> Sejalan dengan itu, perpustakaan sebagai lembaga penyedia jasa layanan informasi, kesan pertama bagi para pemustaka tentang jasa yang ditawarkan tergantung terhadap bukti-bukti fisik dari penyedia layanan jasa seperti perpustakaan. Penting untuk dicatat bahwa bukti nyata dalam konteks ini adalah lingkungan fisik yang mencakup berbagai komponen seperti gaya dan penampilan dari lingkungan fisik tersebut, juga dengan

---

<sup>4</sup> Nurochani Nila and Mulyana Deden, "Pengaruh Servicescape Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Klinik Bersalin 'Bunga Mawarni' Kota Banjar)," *Jurnal Manajemen Pemasaran* 11 (1) (2017): 11–15.

<sup>5</sup> Andre Eris Tantangin, Imelda W.J. Ogi, and Sjendry Serulo R. Loindong, "Pengaruh Servicescape Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Mie Medan 99 Manado," *Jurnal EMBA* 5, no. 2 (2017): 811–20.

elemen yang terkait lainnya yang secara kolektif berkontribusi untuk pengalaman konsumen secara keseluruhan.<sup>6</sup>

Pada beberapa penelitian, *servicescape* seringkali bertujuan untuk menunjukkan dampaknya pada berbagai fenomena konstruksi pasca konsumsi, atau yang dikenal sebagai *post-consumption constructs* seperti emosi dan kepuasan pelanggan, citra Perusahaan, kualitas layanan, uang, serta niat perilaku.<sup>7</sup> Dalam beberapa tahun terakhir, penelitian tentang *servicescape* semakin luas, penelitian-penelitian tersebut menunjukkan *servicescape* menunjukkan pengaruhnya terhadap perilaku konsumen.<sup>8</sup>

Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin adalah perpustakaan yang memiliki konsep arsitektur rumah Banjar. Perpustakaan ini terletak di kawasan Jalan Pierre Tendean, Kota Banjarmasin, tepatnya di tepi Sungai Martapura dan diresmikan pada 20 Februari 2018. Perpustakaan ini memiliki 12 ribu eksemplar koleksi, dari buku anak-anak, agama, politik, sejarah, dan ekonomi, maupun arsip yang dapat memanfaatkan oleh masyarakat.<sup>9</sup>

Kepala Dinas Perpustakaan dan Arsip Kota Banjarmasin berpendapat jika kondisi perpustakaan Kota Banjarmasin memang kurang representatif dikarenakan

---

<sup>6</sup> Agung, Marreta and Ainur Rofiq, “Analisis Peran Servicescape Dalam Mendorong Niar Revisit Pengunjung Jawa Timur Park 2,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya* 5 (2017).

<sup>7</sup> L Johnson, K.J Mayer, and E Champaner, “Casino Atmospherics from a Customer’s Perspective: A Re-Examination,” *UNLV Gaming Research and Review Journal* 8 (2) (2004): 1–10.

<sup>8</sup> Vilnai-Yavetz I and A Rafaeli, “Aesthetics and Professionalism of Virtual Servicescapes,” *Journal of Service Research* 8 (3) (2007): 245–59; L.C. Harris and MMH Goode, “Online Servicescapes, Trust, and Purchase Intentions,” *Journal of Services Marketing* 24 (3) (2010): 230–43.

<sup>9</sup> Observasi, 2 November 2023.

jauh dari pusat kota dan kondisi bangunan yang kurang mendukung. Jadi, Kepala Dinas Perpustakaan dan Arsip Kota Banjarmasin memindahkan perpustakaan ke rumah cokelat (rumah Banjar) yang menurutnya lebih strategis dan lebih representatif sebagai tempat baca.<sup>10</sup>

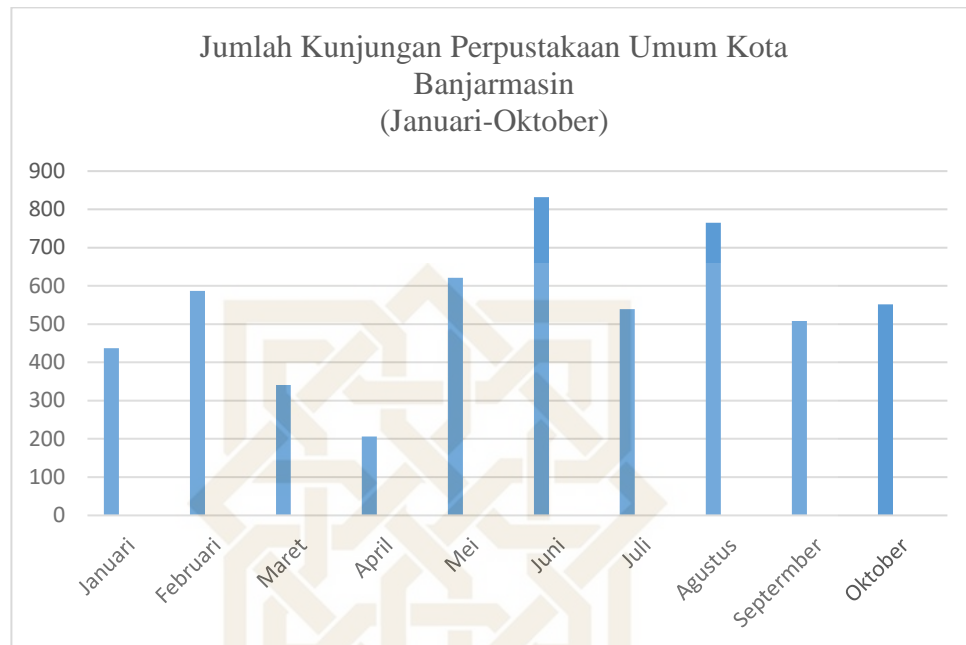
Alasan lain dijadikannya Perpustakaan yang memiliki konsep Rumah Banjar ini adalah lokasi rumah ini menyatu dengan area publik atau tempat wisata yang ramai dikunjungi masyarakat setiap hari Sabtu dan Minggu, yaitu di Siring tepi Sungai Martapura dengan tujuan agar tempat wisata bukan hanya berfungsi sebagai tempat rekreasi, namun juga dapat menjadi tempat edukasi, selain itu juga diharapkan bahwa perpustakaan akan mampu membangun dan menumbuhkan suasana emosional teruntuk pemustakanya,<sup>11</sup> gagasan ini didasarkan pada pemahaman bahwa penggabungan model perpustakaan yang berpusat pada emosi dan pengalaman dapat digunakan secara efektif untuk mempromosikan dan mengiklankan layanan perpustakaan. Dengan demikian, pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan tingkat pemanfaatan penawaran perpustakaan, meningkatkan reputasi perpustakaan, dan memperkuat minat Masyarakat umum dalam mengunjungi perpustakaan.<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> Syaiful Anwar, "Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin Berada di Rumah Coklat Cagar Budaya", <https://banjarmasin.tribunnews.com/2019/04/25/kalselpedia-perpustakaan-umum-kota-banjarmasin-berada-di-rumah-coklat-cagar-budaya> diakses pada Agustus 2023

<sup>11</sup> Wawancara, 1 November 2023.

<sup>12</sup> Anah Rohmah, "Promosi Berbasis Emotional Branding Pada Perpustakaan Kineruku," *EduLib* 8 (n.d.): 135–55.



Gambar 1 Grafik Kunjungan Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin (Januari-Oktober 2023).

Sumber: Observasi, 2 November 2023

Pengunjung Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin sebagian besar dari kalangan masyarakat yang tinggal di Banjarmasin dengan status sebagai pelajar (mahasiswa dan siswa). Total jumlah pengunjung Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin sepanjang tahun 2023 yang terhitung dari bulan Januari sampai dengan Oktober adalah 5.390 pengunjung atau pemustaka.<sup>13</sup>

Sebagai pusat sumber informasi, perpustakaan harus semakin memperhatikan dan memberikan layanan informasi yang lebih efektif dan efisien termasuk memperhatikan hingga dapat menarik perhatian pemustaka dari berbagai kalangan dan

<sup>13</sup> Observasi, 2 November 2023.



dapat membuat minat pemustaka untuk berkunjung kembali ke perpustakaan.<sup>14</sup> Selain *quality of service*, lingkungan perpustakaan, situasi dan kondisi perpustakaan penting untuk diperhatikan, didesain sedemikian rupa agar memiliki kesan yang rapi dan tertata, sehingga pemustaka merasa senang dan nyaman ketika berada di perpustakaan. Aspek ini dinamakan sebagai *servicescape* yang menitik beratkan dampak lingkungan secara fisik.

Terkait dengan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk membahas dan meneliti lebih jauh tentang pengaruh *servicescape* terhadap loyalitas pemustaka di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang permasalahan yang telah diuraikan, maka rumusan masalah yang diangkat pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kondisi *Servicescape* di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin?
2. Bagaimana loyalitas pemustaka di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin?
3. Bagaimana pengaruh *servicescape* terhadap loyalitas pemustaka di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin?

---

<sup>14</sup> Fitriana Ayu Anugrahini, "Pengaruh Etika Profesi Pustakawan Terhadap Kepuasan Pemustaka Di Layanan Sirkulasi UPT Perpustakaan Politeknik Negeri Semarang," *Jurnal Ilmu Perpustakaan* 1 (2012): 149–56.

### C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kondisi *servicescape* di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui loyalitas pemustaka di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin.
3. Untuk mengetahui pengaruh *servicescape* terhadap loyalitas pemustaka di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin.

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Secara Ilmiah, hasil penelitian ini diharapkan akan dapat memberi kontribusi bagi kemajuan ilmu pengetahuan dalam bidang studi perpustakaan dan informasi, dengan fokus khusus *servicescape* Perpustakaan; lebih khusus lagi, penelitian ini diharapkan menawarkan wawasan dan dapat berfungsi sebagai tolak ukur untuk Upaya penelitian lain di masa depan, memberikan dasar yang kuat di mana penelitian dapat dibangun dan dikembangkan.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan pertimbangan dan acuan bagi pustakawan, khususnya bagi pustakawan di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin mengenai *servicescape*; penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman bagaimana optimalisasi penggunaan ruang perpustakaan, memberikan wawasan dalam merencanakan perbaikan dan pembaruan fasilitas perpustakaan.

#### D. Kajian Pustaka

Untuk menghindari adanya duplikasi penelitian, peneliti akan melakukan tinjauan kembali terhadap beberapa literatur yang dipublikasikan oleh peneliti sebelumnya terkait tentang *servicescape*.

Penelitian yang dilakukan oleh Ferninda<sup>15</sup> Stefhanie, dkk<sup>16</sup>, Hui,dkk.<sup>17</sup>, Ainun<sup>18</sup> Secara garis besar, penelitian yang mereka lakukan bertujuan untuk memastikan dan menetapkan dampak dan pengaruh yang dimiliki lingkungan fisik, yang biasa disebut sebagai *servicescape*, pada tingkat kepuasan yang dialami oleh konsumen ketika terlibat dengan beragam penyedia layanan, seperti pada perusahaan dalam industri perhotelan seperti hotel, lembaga keuangan seperti bank, dan perusahaan yang beroperasi di sektor perjalanan. Hasil penelitiannya adalah *servicescape* secara simultan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengunjung. Namun secara parsial *servicescape* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

---

<sup>15</sup>Ferninda Manoppo, "Kualitas Pelayanan, dan *Servicescape* Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Gran Puri Manado" *Jurnal EMBA 1* No. 4 (2013), 1341-1348.

<sup>16</sup>Stefhanie Sahanggamu, dkk. "Analisis Kualitas Layanan, *Servicescape* dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank SInarmas Bitung", *Jurnal EMBA 3*, No. 1 (2015), 1084-1095

<sup>17</sup>Hui, T.K., Wan, D., & Ho, A. (2007). Tourist satisfaction and repeat visitation: The case of Hong Kong. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 21(4), 81-92.

<sup>18</sup> Azmi Mutia. Ainun and Maya. Setia Wardani, "Servicescape Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Pada Konsumen Eduple Bandung," *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi* 5, no. 2 (2019): 21-32.

Penelitian yang dilakukan Erdina<sup>19</sup>, Ghea<sup>20</sup>, Juliana<sup>21</sup>, Purnama<sup>22</sup>, Rahmi<sup>23</sup>, Musriha<sup>24</sup>, yang secara garis besar bertujuan untuk mengetahui serta menjelaskan pengaruh *Servicescape* terhadap loyalitas konsumen/ pelanggan. Penelitian ini dilakukan di beberapa tempat yang bukan layanan yang menjual jasa. Melainkan di perusahaan seperti rumah makan, toko, dan butik. Penelitian-penelitian ini dilakukan dengan metode analisis yang berbeda-beda. Seperti analisis deskriptif dan analisis jalur, uji asumsi klasik dan analisis regresi. Hasil penelitian yang mereka lakukan adalah *Servicescape* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurochani<sup>25</sup>, Zulkarnain<sup>26</sup>, Widjajanta<sup>27</sup>, yang juga meneliti tentang *servicescape*, namun berfokus pada pengaruh *servicescape*

---

<sup>19</sup> Erdina Novita Putri, dkk. “Pengaruh Servicescape terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan” *Jurnal Administrasi Bisnis* 62, No. 1 (2018), 63-72.

<sup>20</sup> Ghea Astri Yuliantina and Gitasiswhara, “Pengaruh Servicescape Terhadap Loyalitas Tamu Mancanegara Di Alam Kukul Boutique Resort Bali,” *Tourism and Hospitality Essentials Journal* III (1) (2013): 547–60, <https://doi.org/https://doi.org/10.17509/thej.v3i1.1970.g1353>.

<sup>21</sup> Juliana and Themmy Noval, “Pengaruh Servicescape Terhadap Loyalitas Konsumen Di Restoran Chakra The Breeze Bumi Serpong Damai,” *Jurnal Ecodemica* 4 (1) (2020): 1–12.

<sup>22</sup> Rizky Ardi Purnama and Erna Andajani, “Pengaruh Servicescape Terhadap Customer Loyalty Restoran Limited Service Di McDonald’s Surabaya,” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 6, no. 2 (2019): 157–76.

<sup>23</sup> Elvi Rahmi and Nora Pitri Nainggolan, “Pengaruh Relationship Marketing, Perceived Quality, Dan Servicescape Terhadap Loyalitas Pelanggan De’ Kampung Cafe,” *ECo-Buss* 5, no. 3 (2023): 946–59.

<sup>24</sup> Musriha, “Pengaruh Servicescape Dan Kualitas Komunikasi Karyawan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Di Surabaya,” *Ekuitas* 15, no. 2 (2011): 247–68.

<sup>25</sup> Nila and Deden, “Pengaruh Servicescape Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Klinik Bersalin ‘Bunga Mawarni’ Kota Banjar.”

<sup>26</sup> Muhammad Zulkarnain, & Abdul Latief, “Kualitas Produk, *Servicescape* dan *Word of Mouth* serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Ulang”, *Bussiness Innovation & Entrepreneurship Journal* 3, No. 1 (2021), 38-44.

<sup>27</sup> Bambang Widjajanta and Ginna Indah Wulan Avrianti, “Pengaruh Lingkungan Fisik Organisasi (*Servicescape*) Terhadap Keputusan Mengunjungi Museum Negeri Sri Baduga Bandung,” *Strategic* 8, no. 15 (2009): 1–16.

terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Zulkarnain tidak hanya memuat variabel *servicescape*, penelitian ini juga meneliti tentang kualitas suatu produk, *word of mouth* terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Hasilnya adalah *servicescape* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, bahkan keputusan pembelian ulang.

Dari penelitian-penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa *servicescape* dapat membawa pengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan maupun kualitas pelayanan. Oleh karena itu, perpustakaan sebagai salah satu layanan publik juga perlu memperhatikan salah satu aspek ini, *servicescape*.

## **E. Landasan Teori**

Untuk memperkuat isi pembahasan dan menjadi indikator penelitian, peneliti mengambil teori:

### **1. Perpustakaan**

#### **a. Pengertian Perpustakaan**

Perpustakaan dapat didefinisikan sebagai tempat atau area yang ditunjuk secara khusus untuk tujuan melestarikan dan memanfaatkan berbagai kompilasi karya tertulis; kompilasi ini terdiri dari buku, majalah, dan materi lain yang dikuratori oleh pustakawan yang dimaksudkan untuk membaca, belajar, dan terlibat dalam wacana. Menurut KBBI, perpustakaan didefinisikan hanya mencakup koleksi atau kompilasi buku, majalah, dan materi lain yang berkaitan dengan pengelolaan

perpustakaan berdasarkan akreditasi, yang disimpan, dipelajari, diperiksa, dan didiskusikan.<sup>28</sup>

Berdasarkan urgensinya, tugas pokok dan fungsi perpustakaan adalah mengumpulkan, mengelola, mensistematisasikan, melindungi, dan menyebarkan informasi kepada komunitas pengguna (masyarakat). Dalam arti yang lebih luas, perpustakaan melakukan berbagai tugas, termasuk fungsi pendidikan/ edukasi, repositori, riset, informasi, rekreasi, dan fungsi kultural.<sup>29</sup>

#### **b. Perpustakaan Umum**

Perpustakaan umum adalah perpustakaan yang dikelola oleh suatu Lembaga atau instansi yang penggunaannya diperuntukkan untuk umum, koleksi perpustakaan umum mencakup berbagai disiplin ilmu. Biasanya, perpustakaan umum didirikan dan diselenggarakan oleh pemerintah setempat, sebagai bagian dari tanggung jawab pemerintah untuk menawarkan layanan informasi kepada masyarakat.<sup>30</sup>

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 43 tahun 2007 tentang Perpustakaan, perpustakaan umum diselenggarakan oleh pemerintah, pemerintah provinsi, pemerintah kabupaten/kota, kecamatan, dan desa, serta dapat diselenggarakan oleh masyarakat. Pemerintah provinsi dan pemerintah kabupaten/kota menyelenggarakan perpustakaan umum daerah yang koleksinya mendukung

---

<sup>28</sup> Azaz Akbar, *Pengelolaan Perpustakaan Berbasis Akreditasi* (Makassar: Leisyah, 2018).

<sup>29</sup> Hartono, *Manajemen Sistem Informasi Perpustakaan: Konsep, Teori Dan Implementasi* (Yogyakarta: Gava Media, 2017).

<sup>30</sup> Yuni Sri Wahyuni, *Perpustakaan Milik Kita* (Semarang: Alprin, 2020).

pelestarian hasil budaya daerah masing-masing dan memfasilitasi terwujudnya masyarakat pembelajar sepanjang hayat.<sup>31</sup>

Perpustakaan umum yang berada di kabupaten/ kota diharapkan dapat melayani keseluruhan penduduk yang tinggal di kabupaten/ kota di mana perpustakaan itu berada, sementara perpustakaan keliling dimaksudkan untuk melayani area di mana masyarakat dirasa sulit atau tidak bisa menjangkau dan mengakses perpustakaan. Dalam pengadaan atau akuisisi koleksi, disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat, hal ini menjadi alasan mengapa koleksi di perpustakaan umum di setiap kabupaten/ kota berbeda-beda.<sup>32</sup>

Berikut adalah tugas perpustakaan umum tingkat kabupaten/ kota menurut Standar Nasional Indonesia bidang Perpustakaan dan Kepustakawanan:<sup>33</sup>

- 1) Menyediakan sarana pengembangan kebiasaan membaca sejak usia dini
- 2) Menyediakan sarana Pendidikan seumur hidup
- 3) Menunjang sistem Pendidikan formal, non formal dan informal
- 4) Menyediakan sarana pengembangan kreativitas diri anggota masyarakat
- 5) Menunjang terselenggaranya pusat budaya masyarakat setempat sehingga aspirasi budaya lokal dapat terpelihara dan berkembang dengan baik
- 6) Mendayagunakan fasilitas belajar dan membaca

---

<sup>31</sup> Himpunan peraturan perundang-undangan republik indonesia, *Undang-Undang Perpustakaan: Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2007 Tentang Perpustakaan*, ed. Mona (Yogyakarta: Pustaka Mahardika, n.d.).

<sup>32</sup> Sudirman. Anwar, Said. Maskur, and Muhammad. Jailani, *Manajemen Perpustakaan* (Riau: Indragiri Dot Com, 2019).

<sup>33</sup> Indonesia Perpustakaan Nasional, "Standar Nasional Indonesia Bidang Perpustakaan Dan Kepustakawan," *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2021, 2013–15.

- 7) Mendayagunakan koleksi termasuk akses informasi koleksi perpustakaan lain serta berbagai situs web
- 8) Menyelenggarakan kerjasama dan membentuk jaringan informasi
- 9) Menyediakan fasilitas belajar dan membaca
- 10) Memfasilitasi pengembangan literasi informasi dan komputer
- 11) Menyelenggarakan perluasan layanan antara lain melalui perpustakaan keliling

Selain mengatur tugas perpustakaan umum kabupaten/ kota, Standar Nasional Indonesia bidang Perpustakaan dan Kepustakawanan juga mengatur standar koleksi perpustakaan umum kabupaten/ kota, adapun standar tersebut adalah:<sup>34</sup>

- 1) Koleksi perpustakaan dikembangkan untuk menunjang visi dan misi, tugas pokok dan fungsi, serta kebutuhan masyarakat
- 2) Jenis koleksi perpustakaan terdiri atas koleksi karya cetak, karya rekam dan bentuk lain yang mengakomodasikan semua kebutuhan masyarakat, termasuk kebutuhan penyandang cacat
- 3) Perpustakaan umum kabupaten/ kota memiliki koleksi buku sekurang-kurangnya 5.000 judul
- 4) Perpustakaan menyediakan koleksi terbitan lokal dan koleksi muatan lokal

---

<sup>34</sup> *Ibid*



- 5) Koleksi perpustakaan terdiri dari berbagai disiplin ilmu sesuai kebutuhan masyarakat
- 6) Penambahan koleksi buku sekurang-kurangnya 2% dari jumlah judul pertahun
- 7) Perpustakaan melakukan pencacahan koleksi sekurang-kurangnya setiap 3 tahun
- 8) Perpustakaan melakukan penyiangan koleksi sekurang-kurangnya setiap 3 tahun
- 9) Perpustakaan melanggan sekurang-kurangnya 2 judul surat kabar terbitan lokal propinsi dan 2 judul terbitan nasional
- 10) Perpustakaan melanggan sekurang-kurangnya 5 judul majalah.

## **2. *Servicescape***

### **a. Pengertian *Servicescape***

Pada hakikatnya, konsep *servicescape* menempatkan penekanan yang signifikan pada dampak lingkungan fisik di mana proses layanan berlangsung, salah satunya perpustakaan. Gagasan layanan menggarisbawahi bahwa itu bukan fenomena yang terjadi secara alami, melainkan lingkungan yang dibangun secara sadar oleh manusia, di mana pertemuan layanan terjadi dan kemudian mempengaruhi persepsi kualitas di antara konsumen. Pengaruh ini pada gilirannya memanifestasikan dirinya dalam respons internal, seperti tingkat kepuasan

konsumen, dan respons eksternal, yaitu kecenderungan perilaku konsumen untuk berlangganan dan terlibat dalam pembelian ulang.<sup>35</sup>

*Servicescape* ialah impresi-impresi yang dihasilkan pada pancaindera manusia oleh perancangan lingkungan fisik tempat di mana layanan disediakan.<sup>36</sup> *Servicescape* merujuk kepada lingkungan fisik yang hadir ketika layanan diberikan kepada konsumen, dan mengandung unsur-unsur atau elemen-elemen yang masih terkait dengan konsep layanan tersebut.<sup>37</sup>

*Servicescape* mampu mempengaruhi respon internal seseorang secara kognitif, emosional, dan fisiologis<sup>38</sup>. Sebagai contoh, ruang perpustakaan yang bersih dan tertata dengan rapi serta memiliki desain interior yang baik akan dipersepsikan memiliki layanan yang baik. Dengan begitu, pemustaka akan merasakan senang, tenang, dan nyaman ketika berada di perpustakaan.

#### **b. Elemen-elemen *Servicescape***

*Servicescape* dapat dikatakan hampir sama dengan “pemandangan”, termasuk seluruh fasilitas eksterior dan fasilitas interior. Bitner dalam Lovelock mengemukakan elemen-elemen dari *servicescape* yaitu:<sup>39</sup>

---

<sup>35</sup> Agung Marreta, *Ibid.*

<sup>36</sup> Lovelock and Wright, *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Bahasa Indonesia* (PT. Indeks, 2007).

<sup>37</sup> Yuliantina and Gitasiswhara, “Pengaruh *Servicescape* Terhadap Loyalitas Tamu Mancanegara Di Alam Kukul Boutique Resort Bali.”

<sup>38</sup> Fatchur Rohman, *Pemasaran Jasa Perspektif UKM* (Malang: UB Press, 2022).

<sup>39</sup> Lovelock, Wirtz and Mussry, *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Dan Strategi*, Edisi 7 (Jakarta: Erlangga, 2011).

### 1). *Ambience condition*

*Ambience condition* mencakup pengalaman yang dapat dirasakan dalam lingkungan sekitar. Secara emosional, konsumen dapat dipengaruhi oleh konsep kondisi dan suasana lingkungan yang selaras dengan keinginan perusahaan. Sebagai individu, konsumen memiliki kapasitas untuk bereaksi terhadap layanan yang disediakan.

Elemen ini mencakup atribut latar belakang lingkungan sekitarnya, seperti suhu, pencahayaan, kebisingan, aroma, kualitas udara, dan musik bahkan karyawan yang ada di perusahaan tersebut. Contohnya adalah ketika konsumen merasa terganggu jika ruangan yang dipakai memiliki musik dengan volume terlalu keras, atau ketika konsumen merasa tidak bisa meminta bantuan karena karyawan yang ada di perusahaan tersebut sulit dikenali.

### 2). *Space, Layout and Function*

*Space, Layout and Function* ini terkait dengan tata ruang di mana peralatan dan perabotan ditata sedemikian rupa untuk memenuhi kebutuhan aktivitas di dalam ruangan, termasuk di sini ukuran dari peralatan dan perabotan tersebut, kemudian bagaimana peralatan dan perabotan tersebut mampu menjadi fasilitas yang baik untuk proses pelayanan. Elemen ini menjadi hal penting dalam konteks *servicescape* karena memiliki potensi untuk mempengaruhi perilaku dan kebiasaan seseorang di dalam Gedung/ ruangan tersebut.

Menetapkan jalur sirkulasi dalam ruangan untuk kegiatan yang tepat memerlukan perumusan pengaturan komprehensif yang mencakup furnitur,

peralatan, dan perlengkapan yang diperlukan. Jalur sirkulasi ini mengambil peran penting tidak hanya dalam memfasilitasi pergerakan di dalam ruangan, tetapi juga dalam menyediakan ruang yang cukup untuk pemanfaatan benda, peralatan, dan furnitur yang efektif, efisien, dan aman.

Contohnya adalah ketika kebiasaan perilaku konsumen di sebuah pusat perbelanjaan seringkali lebih tertarik pada toko-toko yang terletak dengan jelas di dekat pintu masuk. Hal ini juga berdampak pada keputusan pembelian, karena toko-toko yang mudah diakses cenderung lebih menarik bagi konsumen. Begitupun halnya di sebuah perpustakaan, tata letak rak, meja baca, kursi, dan perabot lainnya juga berpengaruh pada pemustaka. Pemustaka akan lebih mudah mengakses fasilitas-fasilitas perpustakaan jika tata ruang dan tata letak di perpustakaan tersebut menarik.

### 3). *Sign, symbol and artifact*

*Sign, symbol and artifact* adalah tanda-tanda yang ditampilkan baik di dalam ruangan ataupun di luar ruangan, *signage* ini digunakan untuk menyampaikan informasi, memberitahu, dan mengarahkan pelanggan untuk tujuan yang diinginkan seperti tanda dilarang merokok, dilarang berisik, nama departemen, ataupun label seperti petunjuk arah naik atau turun, dan sebagai penanda aturan perilaku tertentu yang mengomunikasikan informasi secara eksplisit dan implisit.

Elemen ini disebut juga sebagai elemen simbolik, yang tentunya memiliki peranan penting dalam membantu pengunjung maupun karyawan dalam

mengidentifikasi ruangan serta menyampaikan pesan secara simbolis. Di beberapa tempat, seperti perusahaan atau Gedung lainnya, objek-objek berarti sering ditempatkan di lokasi yang sangat terlihat.

### **3. Loyalitas**

#### **a. Pengertian Loyalitas**

Loyalitas adalah suatu dorongan perilaku untuk melakukan sesuatu secara berulang-ulang dan membangun kesetiaan terhadap sesuatu. Loyalitas konsumen menggambarkan kesetiaan seseorang dalam terus membeli suatu produk secara berulang dan konsisten dalam periode yang lama. Secara harfiah, loyalitas berarti setia, berkomitmen terhadap sesuatu.

Loyalitas konsumen adalah keterikatan untuk memilih untuk membeli atau berlangganan lagi produk atau layanan yang dipilih pada masa yang akan datang. Loyalitas adalah keteguhan komitmen untuk terus membeli atau mendukung produk/ layanan yang disukai, bahkan jika situasi atau Upaya pemasaran bisa mendorong pelanggan untuk beralih. Loyalitas konsumen adalah usaha konsumen untuk tetap setia berdasarkan kesadaran, persepsi terhadap kualitas, kepuasan, dan rasa bangga yang kuat terhadap produk tersebut yang akhirnya menghasilkan pembelian ulang.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup> Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (PT. Indeks, 2018).

Pada awalnya, konsep loyalitas Sebagian besar berpusat padad Tindakan pembelian kembali yang berulang. Namun, gadasan mengenai loyalitas ini tidak memperhitungkan komponen sikap dari loyalitas, sehingga definisi loyalitas dimodifikasi “loyalitas adalah reaksi yang komprehensif dan preferensial, yang mencakup sikap dan perilaku, yang diarahkan pada satu atau lebih merek dan secara konsisten dimanifestasikan selama periode waktu yang panjang oleh konsumen.”<sup>41</sup>

Sikap loyalitas dapat diamati ketika individu menunjukkan disposisi yang menguntungkan terhadap merek tertentu, yang kemudian mengarah pada tampilan pola perilaku berulang. Kehadiran pelanggan setia sangat penting bagi organisasi manapun, karena mereka memainkan peran penting dalam meningkatkan kelayakan finansial penyedia layanan.

Perusahaan perlu menjaga loyalitas konsumen, karena konsumen memiliki prospek dalam memberikan keuntungan bagi perusahaan, lebih baik mempertahankan konsumen lama daripada mencari konsumen baru dilihat dari efisiensi biaya pelayanan, konsumen cenderung percaya produk dari perusahaan yang bersangkutan, dan konsumen akan berada di pihak perusahaan dengan mereferensikan produk perusahaan yang akan berdampak pada penjualan produk.<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup> J.F Engel and RD. Blackwell, *Consumer Behavior* (New York: The Dryden Press, 1982).

<sup>42</sup> Arifatu Afifah Khoirunnisa and Andi Wijayanto, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Di Kota Semarang,” *Jurnal Administrasi Bisnis X*, no. 1 (2021): 672–80, <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29180>.

### **b. Indikator Loyalitas**

Adapun beberapa indikasi atau tanda-tanda perilaku konsumen yang loyal, yaitu sebagai berikut:<sup>43</sup>

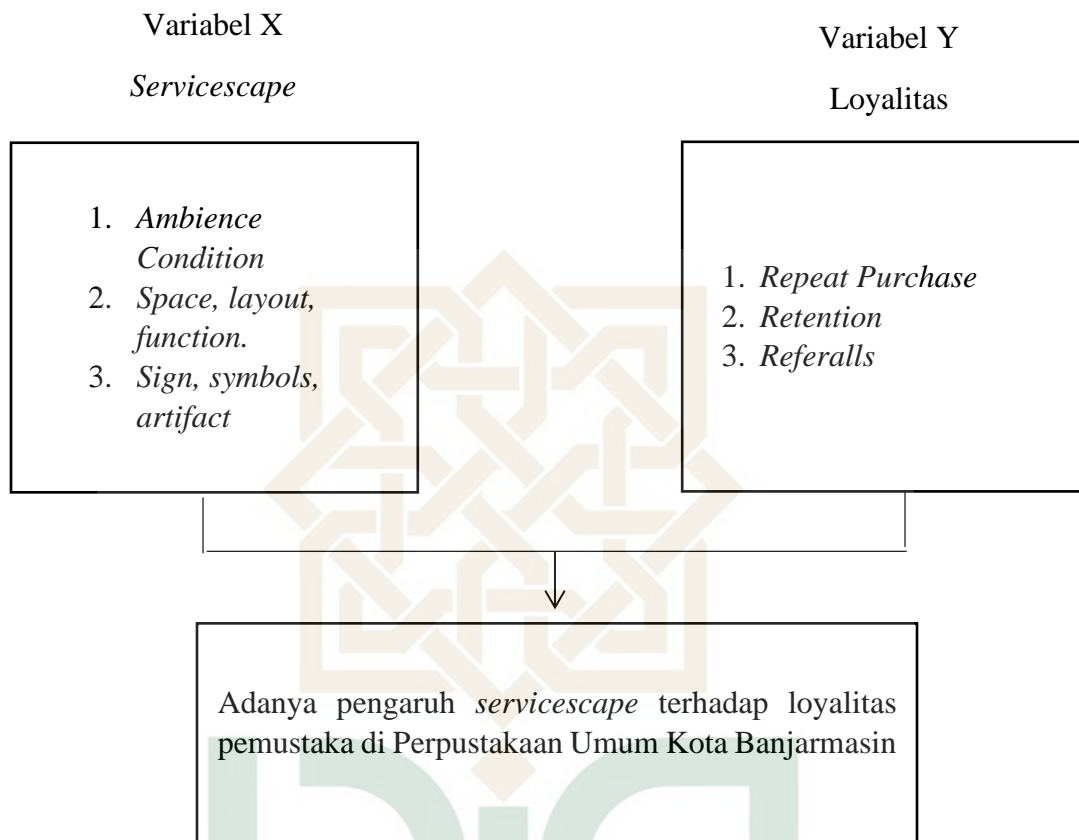
- 1) *Repeat Purchase*, yaitu sikap kesetiaan dari konsumen untuk melakukan pembelian/ pemakaian produk dan/ atau jasa lebih dari satu kali.
- 2) *Retention*, yaitu kemampuan konsumen untuk bertahan dari pengaruh negative mengenai perusahaan, atau tidak berpaling ke perusahaan lain.
- 3) *Referalls*, yaitu konsumen mereferensikan produk barang atau jasa dari perusahaan kepada orang lain, atau mengajak orang lain untuk memakai produk dari perusahaan tersebut.

### **F. Kerangka Teoritik**

Berdasarkan uraian dari teori yang dikemukakan oleh Bitner mengenai *Servicscape*, variabel-variabel serta indikator-indikator yang telah dijelaskan, *servicscape* sebagai variabel X diadaptasi dari teori Bitner dalam Ulli yang menyebutkan ada 3 dimensi *servicscape*, dan loyalitas pengguna sebagai variabel Y yang diadaptasi dari Kotler dan Keller dengan beberapa indikator loyalitas seperti frekuensi kunjungan, durasi kunjungan, keterlibatannya seperti memberi masukan atau berbagi ide, dan memberikan rekomendasi/ promosi kepada orang lain, dapat digambarkan kerangka pemikiran dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

---

<sup>43</sup> Kotler and Keller, *Manajemen Pemasaran*, Ed. 11 Jil (Jakarta: Indeks, 2007).



Gambar 2 Kerangka Teoritik  
Sumber: Peneliti, 2023.

### G. Hipotesis

Hipotesis penelitian ada dua macam, yaitu hipotesis nol atau nihil ( $H_0$ ) yang dirumuskan karena teori yang digunakan masih diragukan kehandalan yang dinyatakan kalimat negative, selanjutnya hipotesis kerja ( $H_a$ ) yang disusun berdasarkan teori yang dipandang handal dan dinyatakan dalam kalimat positif.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah

$H_0$  : Tidak ada pengaruh antara *servicescape* terhadap loyalitas pemustaka di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin.



H<sub>a1</sub> : Adanya pengaruh *ambience condition* dalam *servicescape* terhadap loyalitas pemustaka di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin.

H<sub>a2</sub> : Adanya pengaruh *space, layout, dan function* dalam *servicescape* terhadap loyalitas pemustaka di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin.

H<sub>a3</sub> : Ada pengaruh *sign, symbols, dan artifact* dalam *servicecape* terhadap loyalitas pemustaka di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin.

## H. Metode Penelitian

### 1. Jenis dan pendekatan penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif-survei yang menempatkan penekanan kuat pada pengukuran objektif fenomena sosial dengan cara memilih responden dan ditentukan sampelnya kemudian mereka mengisi kuisisioner yang diberikan oleh peneliti. Metode kuantitatif adalah suatu pendekatan ilmiah yang juga merupakan ilmu dan seni yang berkaitan dengan tata cara/ metode pengumpulan data, analisis data, dan interpretasi hasil analisis dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang dapat digunakan untuk menarik kesimpulan dan membuat suatu keputusan yang tepat.<sup>44</sup> Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang sangat ketat menerapkan prinsip-prinsip

---

<sup>44</sup> Imam Santoso and Harries Madiistriyatno, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, ed. Asep Rachmatullah (Tangerang: Indigo Media, 2021). 4.

objektivitas terhadap fenomena sosial, kemudian fenomena tersebut akan dijabarkan ke dalam beberapa dari komponen masalah, variabel, dan indikator.<sup>45</sup>

Sementara survey akan memberikan pemahaman komprehensif tentang prinsip-prinsip dasar yang mendasari penelitian kolerasional, menyelidiki seluk-beluk rumit dalam menyelidiki populasi yang luas atau terbatas dengan memilih sendiri dan meneliti dengan cermat sampel spesifik dari populasi tersebut untuk memastikan prevalensi, penyebaran, dan keterkaitan yang rumit dari variabel sosio-psikologis.<sup>46</sup>

Penelitian ini menggunakan kuisisioner sebagai instrument penelitian, kuisisioner berfungsi sebagai alat ukur sebuah data yang digunakan untuk mengetahui pengaruh *servicescape* terhadap loyalitas pemustaka di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin.

## 2. Variabel Penelitian

Variabel dianggap sebagai konsep fundamental dalam ranah penelitian kuantitatif, variabel mempunyai peran penting dalam proses penelitian karena mereka berfungsi sebagai sarana di mana berbagai aspek dapat diukur dan diidentifikasi.<sup>47</sup> Variabel penelitian adalah elemen yang sengaja ditetapkan oleh

---

<sup>45</sup> Ilham, Kamarudin et al., *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*, ed. Neila Sulung and Ilda Melisa (Padang: Global Eksekutif Teknologi, 2023). 10.

<sup>46</sup> Santoso and Madiistriyatno, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. 39.

<sup>47</sup> Adhi Kusumastuti, Ahmad Mustamil, Khoiron, and Taofan Ali. Achmadi, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Deepublish, 2020). 16.

peneliti untuk memfasilitasi perolehan informasi selanjutnya yang secara langsung relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan, kemudian berdasarkan data yang terakumulasi ini peneliti dapat menarik kesimpulan yang bermakna dan informatif.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Variabel independen atau bebas (X). Variabel X memiliki karakteristik untuk memberikan dampak signifikan pada adanya perubahan yang diamati pada variabel dependen. Pada dasarnya, variabel independent dapat dipahami sebagai stimulus yang beroperasi baik secara internal dalam individu atau eksternal dalam lingkungan terdekat mereka, sehingga memberikan pengaruh bagi perilaku mereka.<sup>48</sup> Variabel independent dalam penelitian ini adalah *servicescape*.
- b. Variabel dependen atau terikat (Y). Variabel dependen adalah variabel yang merupakan komponen penting dari penelitian ilmiah, mengacu pada variabel yang dipengaruhi oleh atau muncul sebagai akibat dari adanya variabel independen. Variabel dependen dikenal sebagai variabel terikat, mencakup berbagai aspek perilaku yang diamati dari suatu organisme yang telah mengalami stimulus tertentu, sehingga memungkinkan peneliti untuk membedakan dan menganalisis efek dari variabel independen pada variabel dependen. Interaksi antara variabel-variabel ini berfungsi sebagai dasar untuk memahami hubungan

---

<sup>48</sup> Kusumastuti, Khoiron, and Achmadi.

sebab-akibat dan mengungkap seluk-beluk fenomena yang sedang diteliti.<sup>49</sup>

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas pemustaka.

### 3. Definisi Operasional Variabel

#### a. *Servicescape* Perpustakaan

*Servicescape* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah lingkungan fisik perpustakaan yang mencakup 3 elemen *servicescape*.

- 1) *Ambience condition*, elemen ini melibatkan karakteristik lingkungan perpustakaan, seperti suhu ruangan, pencahayaan yang ada di perpustakaan, kualitas udara, dan kebisingan atau suara-suara yang dimunculkan oleh perpustakaan seperti pemutaran musik di ruangan.
- 2) *Space, layout, function*. Elemen ini terkait dengan tata ruang perpustakaan, di mana peralatan dan perabotan seperti rak buku, meja baca, kursi, meja sirkulasi dan berbagai peralatan dan perabotan lainnya ditata sedemikian rupa, tujuannya adalah untuk menunjang aktivitas yang terjadi di perpustakaan. Selain tata ruang, elemen ini juga mengurgensikan ukuran dari peralatan dan perabotan tersebut, serta menjadikan agar peralatan dan perabotan tersebut optimal menjadi fasilitas perpustakaan dalam operasionalnya.

---

<sup>49</sup> Kusumastuti, Khoiron, and Achmadi.

- 3) *Sign, symbol, artifact*. Banyak simbol-simbol atau tanda kecil yang ada di perpustakaan. Seperti tanda dilarang berisik, petunjuk arah naik tangga atau turun tangga, dan nomer-nomer klasifikasi koleksi perpustakaan. Ini difungsikan untuk mengomunikasikan informasi secara eksplisit dan implisit.

#### **b. Loyalitas Pemustaka**

Adapun indikator yang diperhatikan untuk mengukur loyalitas pemustaka, yaitu meliputi:

- 1). *Repeat Purchase*, seberapa sering pemustaka tersebut mengunjungi perpustakaan dan seberapa sering pemustaka memanfaatkan fasilitas/ produk-produk atau layanan dari perpustakaan. Semakin sering seseorang datang berkunjung dan memanfaatkan perpustakaan, semakin besar kemungkinan mereka loyal terhadap perpustakaan.
- 2). *Retention*, pemustaka akan bertahan (menyukai) dengan perpustakaan tersebut dalam jangka waktu yang panjang.
- 3). *Refealls*, ketika pemustaka mereferensikan kepada orang lain untuk menggunakan layanan perpustakaan.

## 4. Populasi dan Sampel

### a. Populasi

Populasi merujuk kepada seluruh anggota individu, kelompok, atau objek yang menjadi fokus penelitian peneliti untuk menggeneralisasikan penelitian.<sup>50</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah anggota Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin.

### b. Sampel

Sampel merupakan elemen yang sangat diperlukan dalam bidang penelitian, memerlukan subset yang dipilih dengan cermat dari populasi yang lebih besar, dipilih menggunakan metode pengambilan sampel yang telah ditentukan.<sup>51</sup>

Proses pengambilan sampel ini menjadi peran penting dalam metodologi penelitian, membawa signifikansi yang sangat besar karena kesimpulan yang ditarik dari penelitian ini adalah ekstrapolasi berdasarkan karakteristik dan perilaku yang ditunjukkan oleh sampel.

Ekstrapolasi ini pada gilirannya, bertujuan untuk memberikan wawasan tentang populasi secara keseluruhan. Akibatnya, sampel berfungsi sebagai representasi populasi, menangkap esensinya dan memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan dan generalisasi yang berarti.

---

<sup>50</sup> I ketut Swarjana, *Populasi-Sampel, Teknik Sampling & Bias Dalam Penelitian*, Ed. I (Yogyakarta: Andi, 2022).

<sup>51</sup> Swarjana.

Dengan demikian, sampel mengasumsikan peran yang tidak terpisahkan dan integral dalam penelitian, bertindak sebagai cermin reflektif yang menerangi seluk-beluk dan dinamika populasi yang lebih besar.<sup>52</sup>

Sampel dalam penelitian ini diambil dengan teknik sampling insidental, siapa saja (pemustaka) yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin, pemustaka tersebut akan dijadikan sampel, pengambilan sampel akan dilakukan melalui pendekatan rumus Lemeshow. Rumus ini digunakan untuk menghitung jumlah sampel dengan total populasi yang tidak diketahui secara pasti.<sup>53</sup> Berikut adalah rumusnya:

$$n = \frac{z_{1-\alpha/2}^2 P (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = Maksimal estimasi 50% = 0,5

d = Tingkat kesalahan = 10% = 0,01

Perhitungan jumlah sampel dengan maksimal estimasi 50% dan tingkat kesalahan 10% adalah:

<sup>52</sup> Endang Widi Winarni, *Teori Dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Penelitian Tindakan Kelas (PTK), Research and Development (R&D)*, ed. Retno Ayu Kusumaningtyas (Jakarta: Bumi Aksara, 2018).

<sup>53</sup> Slamet. Riyanto and Aglis Andhita. Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen* (Yogyakarta: Deepublish, 2020).

$$\begin{aligned}
 n &= 1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5) / 0,1^2 \\
 &= 3,8416 \cdot 0,25 / 0,01 \\
 &= 0,9604 / 0,01 \\
 &= 96,4
 \end{aligned}$$

Jumlah 96,4 akan dibulatkan menjadi angka 100. Jadi, jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah 100 orang pemustaka di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin.

## 5. Data dan Sumber Data

- a. Data pokok, data yang diperoleh langsung dari sampel penelitian.
- b. Data penunjang, yang meliputi deskripsi tentang Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin baik berupa keadaan perpustakaan maupun data kunjungan pemustaka, dan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini.

Sumber data dalam penelitian ini adalah:

- a. Responden, yaitu masyarakat Banjarmasin yang pernah berkunjung ke Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin.
- b. Dokumen, yang berupa catatan-catatan yang terdapat di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin yang berhubungan dengan data yang diperlukan dalam penelitian ini.
- c. Bahan rujukan yang mendukung penelitian.



## 6. Waktu dan tempat

Penelitian ini akan dilaksanakan di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin pada 25 Oktober 2023 sampai dengan 25 November 2023.

## 7. Teknik pengumpulan data

Pada penelitian ini, peneliti akan mengumpulkan data melalui teknik kuesioner, observasi, dan wawancara.

### a. Kuesioner

Kuesioner adalah salah satu cara yang efektif untuk mengumpulkan sejumlah besar data, memainkan peran luas dalam metodologi penelitian karena penerapannya yang luas. Kuesioner ini berfungsi untuk memperoleh informasi penting yang berkaitan dengan variabel yang diukur dalam survei.<sup>54</sup>

Selanjutnya, kuesioner dapat didefinisikan sebagai kompilasi komprehensif dari pertanyaan yang dibuat dengan hati-hati yang didistribusikan kepada responden, dengan tujuan utama mengumpulkan data terkait yang kemudian dapat dianalisis untuk menjawab pertanyaan penelitian yang ada. Analisis yang teliti ini mempromosikan pencapaian objektivitas dalam proses penelitian, sehingga berkontribusi pada validitas dan keandalan penelitian secara keseluruhan.<sup>55</sup>

---

<sup>54</sup> Rifka Agustianti et al., *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*, ed. Ni Putu Gatriyan and Nanny Mayasari (Makassar: Tohar Media, 2022).

<sup>55</sup> Zulkarnain. Lubis et al., *Panduan Pelaksanaan Penelitian Sosial*, ed. Ratih Indah. Utami, Ed. I (Yogyakarta: Andi, 2019).

Dalam penelitian ini, angket akan digunakan untuk memperoleh data terkait dengan pengaruh *servicescape* terhadap loyalitas pengguna Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin.

b. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data melalui indera manusia.<sup>56</sup> Teknik observasi ini digunakan oleh peneliti dengan mengunjungi serta melakukan pengamatan secara langsung di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin guna mengetahui lebih dekat masalah yang diteliti, seperti jumlah pengunjung perhari ataupun mengenai kondisi perpustakaan.

c. Wawancara

Wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh dua pihak dengan mengajukan pertanyaan dan memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut.<sup>57</sup> Teknik ini dilakukan dengan melakukan wawancara dengan tujuan untuk mendapatkan informasi mengenai Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin

## 8. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian atau alat pengumpulan data adalah mekanisme yang digunakan untuk tujuan mengumpulkan data atau mengevaluasi variabel dalam penyelidikan penelitian. Untuk menilai variabel dalam studi tertentu, para sarjana

---

<sup>56</sup> Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi & Focus Group*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2013), 9

<sup>57</sup> Haris Herdiansyah, *Ibid.*

menggunakan instrumen yang sudah ada, sementara mereka juga memiliki pilihan untuk membuat dan mengembangkan instrumen mereka sendiri.

Instrumen yang tersedia umumnya mencakup instrumen yang telah dianggap sebagai standar atau telah mencapai pengakuan atas kemajuannya dalam mengumpulkan data yang berkaitan dengan variabel tertentu. Akibatnya, jika instrumen asli dapat diakses, peneliti memiliki kemampuan untuk secara langsung menggunakan instrumen tersebut bersama dengan anotasi teoritis yang berfungsi sebagai dasar untuk persiapan instrumen sesuai dengan kerangka teoritis yang dipatuhi peneliti.<sup>58</sup>

Variabel *servicescape* ini instrumennya tercermin seperti yang telah dijabarkan pada kerangka teori, 3 elemen yang ada dalam *servicescape*.

No.	Indikator	Aspek
1.	<i>Ambience Condition</i>	a. Pencahayaan b. Warna dan dekorasi c. Musik dan suara d. Kebersihan dan keteraturan e. Penampilan staff
2.	<i>Space, Layout, Function</i>	a. Ukuran dan bentuk perabotan b. Tata letak perabotan dan peralatan c. Penempatan produk (buku dan koleksi perpustakaan lainnya)
3.	<i>Sign, Symbol, Artifact</i>	a. Logo dan merk b. Nama dan slogan c. Tampilan dan desain <i>signage</i>

Tabel 1 Instrumen Servicescape  
Sumber: Bitner dalam Lovelock, 2011.

<sup>58</sup> Djaali, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, ed. Bunga Sari. Fatmawati (Jakarta: Bumi Aksara, 2020).

Variabel loyalitas pengguna instrumennya juga tercermin seperti yang dijabarkan pada kerangka teori.

No.	Indikator	Keterangan
1.	<i>Repeat Purchase</i>	Intensitas kunjungan pemustaka dan intensitas pemanfaatan layanan oleh pemustaka di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin
2.	<i>Retention</i>	Pemustaka bertahan (menyukai) dengan produk/ layanan yang disediakan oleh Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin dalam jangka waktu yang panjang.
3.	<i>Referalls.</i>	Intensitas pemustaka dalam merekomendasikan dan mempromosikan kepada orang lain mengenai produk/ layanan yang ada di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin.

Tabel 2 Instrumen loyalitas pengguna  
Sumber: Kotler dan Keller, 2016.

Angket akan disebarakan menggunakan skala Likert dengan 4 (empat) macam alternatif jawaban, yaitu Sangat Setuju; Setuju; Tidak Setuju; Sangat Tidak Setuju. Tujuan dimodifikasinya skala Likert ini menjadi 4 (empat) alternatif jawaban ini adalah untuk menghilangkan jawaban “netral”, dikarenakan jawaban “netral” dirasa aman.<sup>59</sup> Pernyataan angket dibuat menjadi 2 model, yaitu *favourable* yang berisi pernyataan dengan kalimat positif dan *unfavourable* yang berisi pernyataan dengan kalimat negatif. Adapun skornya adalah:<sup>60</sup>

<sup>59</sup> Saifuddin Azwar, *Sikap Manusia Teori Dan Pengukuran* (Yogyakarta: pustaka pelajar, 2022). 5.

<sup>60</sup> Miftahun Ni'mah Suseno, *Statistika: Teori Dan Aplikasi Untuk Penelitian Ilmu Sosial Dan Humaniora* (Yogyakarta: Ash-Sahff, 2012). 17.

No.	Jawaban	Skor <i>Favourable</i>	Skor <i>Unfavourable</i>
1.	Sangat Setuju	4	1
2.	Setuju	3	2
3.	Tidak Setuju	2	3
4.	Sangat Tidak Setuju	1	4

Tabel 3 Penskalaan Likert  
Sumber: Miftahun Ni'mah, 2012.

Item pernyataan akan digambarkan oleh tabel berikut

No.	Variabel	Aspek	Indikator	No. item	Jumlah	Sumber
1.	<i>Servicescape</i> (X)	<i>Ambience Conditions</i>	1. Pencahayaan	1,2	2	Lovelock dan Wright
			2. Warna dan dekorasi	3,4	2	
			3. Musik dan suara	5,6	2	
			4. Kebersihan dan keteraturan.	7,8	2	
			5. Penampilan staff	9,10	2	
		<i>Space, Layout, Function</i>	1. Ukuran dan bentuk perabotan	11, 12	2	
			2. Tata letak perabotan dan peralatan	13, 14	2	
			3. Penempatan produk (buku dan koleksi perpustakaan lainnya)	15, 16	2	
		1. Logo dan merek.	17, 18	2		

		<i>Sign, symbol, artifact</i>	2. Nama dan slogan	19, 20	2	
			3. Tampilan dan desain signage	21, 22	2	
2.	Loyalitas (Y)	<i>Repeat Purchase</i>	Sikap setia dari pemustaka untuk memanfaatkan produk perpustakaan lebih dari satu kali	23, 24	2	Kotler dan Keller
		<i>Retention</i>	Kemampuan pemustaka untuk bertahan dari pengaruh negatif mengenai perpustakaan sebagai pusat sumber informasi.	25, 26	2	
		<i>Referalls</i>	Pemustaka mereferensikan perpustakaan kepada orang lain atau mengajak orang lain untuk memanfaatkan Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin.	27, 28	2	
Jumlah					28	

Tabel 4 Item pernyataan berdasarkan variabel  
Sumber: Peneliti, 2023.

## 9. Pengujian Instrumen

Menurut Arikunto, metode evaluasi yang lebih efektif adalah metode yang memiliki validitas dan reliabilitas.<sup>61</sup> Oleh karena itu, sebelum mengelola instrumen kuesioner, pra-tes dilakukan untuk menilai kredibilitas dan keandalan item yang dievaluasi.

a. Validitas

Validitas berfungsi sebagai metrik yang menandakan sejauh mana item evaluasi secara akurat mengukur apa yang ingin diukurnya. Dalam penelitian saat ini, validitas item evaluasi akan diperiksa menggunakan IBM SPSS versi 25 melalui penerapan rumus korelasi momen produk. Rumus ini membantu dalam menentukan korelasi antara item evaluasi dan konstruksi yang dimaksudkan untuk diukur.

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N\sum x^2 - (\sum x)^2)(N\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan

$r_{xy}$  = koefesien kolerasi antara variabel X dan Y

$\sum xy$  = Jumlah perkalian antara variabel X dan Y

$\sum x^2$  = Jumlah kuadrat dari nilai x

$\sum y^2$  = Jumlah kuadrat dari nilai y

---

<sup>61</sup> Suharsimi Arikunto, *Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005). 57.

$(\sum x)^2$  = Jumlah nilai x, kemudian dikuadratkan

$(\sum y)^2$  = Jumlah nilai y, kemudian dikuadratkan

Dari rumus di atas akan diketahui nilai skor r hitung yang akan dibandingkan dengan nilai r tabel untuk membuktikan valid atau tidaknya pernyataan pada kuesioner. Jika r hitung  $>$  r tabel, maka pernyataan kuesioner valid. Namun, jika r hitung  $<$  r tabel, maka pernyataan kuesioner tidak valid.

Pada uji validitas ini, peneliti mengambil jumlah sebanyak 20% dari jumlah sampel penelitian,<sup>62</sup> yaitu kuesioner akan dibagikan kepada 20 orang di luar dari sampel penelitian dengan nilai signifikansi 5% atau 0,05. Setelah uji validitas diketahui, peneliti akan menyebarkan kuesioner pada sampel sebanyak 100 orang.

Taraf signifikansi validitas dalam penelitian ini adalah 5%, untuk total 20 responden, menghasilkan R<sub>tabel</sub> sebesar 0,443 dengan  $df = (N-2) = (20-2) = 18$ . Jadi, apabila r hitung  $>$  r tabel 0,443 maka instrument dinyatakan valid.

#### 1) Uji validitas *Servicescape* (X)

No.	Item Instrumen	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	X.1	0,794	0,443	Valid
2	X.2	0,777	0,443	Valid
3	X.3	0,771	0,443	Valid
4	X.4	0,610	0,443	Valid
5	X.5	0,664	0,443	Valid

<sup>62</sup> LR. Gay, Geoffrey E. Mills, and Petter Airasian, *Educational Research, Competencies for Analysis and Application*. (New Jersey: Pearson Education, Inc., 2009). Hal. 133



6	X.6	0,611	0,443	Valid
7	X.7	0,768	0,443	Valid
8	X.8	0,550	0,443	Valid
9	X.9	0,874	0,443	Valid
10	X.10	0,807	0,443	Valid
11	X.11	0,849	0,443	Valid
12	X.12	0,772	0,443	Valid
13	X.13	0,720	0,443	Valid
14	X.14	0,822	0,443	Valid
15	X.15	0,818	0,443	Valid
16	X.16	0,693	0,443	Valid
17	X.17	0,749	0,443	Valid
18	X.18	0,887	0,443	Valid
19	X.19	0,757	0,443	Valid
20	X.20	0,567	0,443	Valid
21	X.21	0,839	0,443	Valid
22	X.22	0,742	0,443	Valid

Tabel 5 Hasil uji validitas data variabel Servicescape (X)  
Sumber: Pengolahan data penelitian, 2023.

Berdasarkan tabel tersebut,  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dengan taraf kesalahan 5% dengan 20 responden adalah 0,443. 22 item pernyataan untuk variabel *Servicescape* (X) dikatakan valid dan akan digunakan untuk pengambilan data.

2) Uji Validitas variabel Loyalitas Pemustaka

No.	Item Instrumen	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	Y.1	0,841	0,443	Valid
2	Y.2	0,603	0,443	Valid
3	Y.3	0,834	0,443	Valid
4	Y.4	0,757	0,443	Valid
5	Y.5	0,850	0,443	Valid
6	Y.6	0,735	0,443	Valid

Tabel 6 Hasil uji validitas data variabel loyalitas pemustaka (Y)  
Sumber: Pengolahan data penelitian, 2023.

Berdasarkan tabel tersebut,  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dengan taraf kesalahan 5% dengan 20 responden adalah 0,443. 6 item pernyataan untuk variabel loyalitas pemustaka (Y) dikatakan valid dan akan digunakan untuk pengambilan data.

#### b. Reliabilitas

Dalam penelitian ini, penilaian keandalan dilakukan dengan menggunakan teknik *Cronbach Alpha* yang terkenal, alat statistik yang tak ternilai yang melayani tujuan menilai keandalan alat ukur yang digunakan dalam proses penelitian. Teknik ini secara luas diakui sebagai metode yang sangat diperlukan untuk mengevaluasi tingkat konsistensi dan stabilitas item instrumen, sehingga memungkinkan peneliti untuk memastikan keandalan pengukuran yang diperoleh. Dengan memanfaatkan teknik ini, peneliti dilengkapi dengan sarana untuk menentukan apakah alat ukur yang digunakan dalam penelitian dapat dianggap dapat diandalkan, sehingga memastikan keakuratan dan validitas temuan penelitian.

Ketentuan uji reliabilitas dengan *Alpha Cronbach* :

- a. Nilai Alpha Cronbach positif tidak boleh negative
- b. Nilai Alpha Cronbach hasil perhitungan sama atau lebih besar

0,6.

Rumus *Alpha Cronbach* :

$$r_n = \frac{k-r}{1+(k-1)r}$$

Keterangan :

$r$  : rata-rata korelasi antar item

$k$  : jumlah item<sup>63</sup>

Kuesioner dianggap memiliki atribut reliabilitas ketika tanggapan yang diberikan oleh responden untuk berbagai item pertanyaan yang terkandung di dalamnya menunjukkan tingkat konsistensi atau stabilitas yang luar biasa selama rentang waktu yang penting. Untuk mengukur sejauh mana kualitas yang diinginkan ini hadir dalam penelitian saat ini, dianggap perlu untuk melakukan pemeriksaan keandalan yang ketat menggunakan teknik terkenal dan diterima secara luas yang dikenal sebagai *Cronbach Alfa*. Oleh karena itu, suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* > 0,60 dan nilai *cronbach's alpha* tidak boleh negatif.

No.		<i>Cronbach Alpha</i>	N of Items
1.	<i>Ambience Condition (X1)</i>	0,897	10
2.	<i>Space, Layout, Function (X2)</i>	0,870	6
3.	<i>Sign. Symbol, Artifact (X3)</i>	0,847	6
4.	Loyalitas Pemustaka (Y)	0,864	6

Tabel 7 Hasil uji reliabilitas instrumen

Sumber: Pengolahan data penelitian, 2023.

Dari tabel di atas terlihat bahwa hasil skor *Cronbach Alpha* untuk 28 item pernyataan yang diujikan kepada 20 responden lebih besar dari 0,6.

<sup>63</sup> Nur Asnawi dan Masyhuri, *metodologi Riset Manajemen pemasaran*, (malang : UIN- maliki press, 2011), 170

$0,897 > 0,6$ ;  $0,870 > 0,6$ ;  $0,847 > 0,6$ ;  $0,864 > 0,6$ . Dengan skor tersebut, 28 item pernyataan dinyatakan reliabel.

## 10. Teknik Pengolahan Data

Data yang diperoleh dari hasil penelitian ini diolah dengan teknik sebagai berikut:

- a. *Editing* (penyuntingan), yaitu dengan memeriksa seluruh daftar pertanyaan yang dikembangkan responden.
- b. *Scoring*, yaitu memeriksa jawaban hasil tes peserta didik kemudian memberikan nilai dalam bentuk angka.
- c. *Tabulating* dan interpretasi data, yaitu menyusun dan menghitung data hasil *scoring* untuk disajikan dalam bentuk tabel ataupun grafik.

## 11. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian khusus ini dilakukan secara kuantitatif, dengan penekanan pada aspek numerik. Pengumpulan data dari sampel yang dipilih, difasilitasi oleh pemanfaatan instrumen tertentu, akan melayani tujuan untuk menundukkannya ke serangkaian tes yang bertujuan mengevaluasi validitas hipotesis. Setelah akuisisi data, ia mengalami fase pemrosesan yang ketat, di mana kombinasi statistik deskriptif, yang melibatkan ringkasan dan organisasi data, dan statistik analitis, yang menyelidiki pemeriksaan hubungan dan pola dalam data, diimplementasikan.

### a. Statistika Deskriptif

Statistika deskriptif digunakan untuk memberikan informasi data statistik yang bersifat deskriptif. Pada penelitian ini, data akan disajikan dalam bentuk tabel.<sup>64</sup> Langkah dalam metode ini adalah mengumpulkan angka-angka, menabelkan angka-angka, menggambarkan, mengolah, dan menganalisis angka-angka tersebut, kemudian menginterpretasikannya dengan memberi penafsiran.<sup>65</sup>

Analisis awal dalam penelitian ini adalah menggunakan mean, berikut adalah rumus mean:

$$X = \sum x / N$$

Keterangan:

- X : Rata-rata hitung  
 $\sum x$  : Jumlah nilai data  
 N : Jumlah data

Kemudian setelah mengetahui mean dari masing-masing item pernyataan kuesioner, selanjutnya adalah mencari *grand mean* untuk masing-masing indikator. Adapun rumus *grand mean* adalah:

*Grand Mean* = Total rata-rata keseluruhan/ Jumlah pernyataan.

---

<sup>64</sup> Suseno, *Ibid*, 36.

<sup>65</sup> Vivi Silvia, *Statistika Deskriptif* (Penerbit Andi, n.d.). 2.

Guna mendeskripsikan jawaban responden terhadap item pernyataan, langkah selanjutnya adalah mencari perhitungan rentang kriteria penilaian rata-rata atau skala interval dengan rumus:

Skala Interval = Skor maksimum – skor minimum/ jumlah alternatif jawaban.<sup>66</sup>

$$= 4 - 1 / 4$$

$$= \frac{3}{4} = 0,75$$

Berdasarkan skala interval tersebut, maka tingkatan skor dapat didefinisikan pada tabel di bawah ini:

No.	Interval	Keterangan
1	1,00 X 1,75	Sangat rendah
2	1,75 X 2,50	Rendah
3	2,50 X 3,25	Tinggi
4	3,25 X 4,00	Sangat tinggi

Tabel 8 Interpretasi nilai rata-rata  
Sumber: Husein, 2011.

#### b. Statistika analitik

Metode statistik yang digunakan dalam perhitungan ini mencakup penilaian perbedaan, khususnya uji-t atau uji Mann Whitney (U-test). Sebelum melakukan penilaian, perhitungan statistik yang mencakup rata-rata dan standar deviasi pada awalnya dilakukan. Uji t digunakan asalkan data memiliki distribusi

<sup>66</sup> I Made Bayu Wisnawa, Putu Agus Prayogi, and I Ketut Sutapa, *Manajemen Pemasaran Pariwisata: Pengembangan Potensi Produk Wisata Perdesaan* (Yogyakarta: Deepublish, 2021). 56.

normal dan homogen, sedangkan uji U digunakan jika data tidak menunjukkan distribusi normal.

### **1) Uji Asumsi**

#### **a) Uji Normalitas**

Pengujian normalitas data bertujuan untuk menilai apakah distribusi data yang diperoleh bersifat normal sehingga dapat digunakan dalam analisis statistik. Distribusi yang bersifat normal mengindikasikan bahwa alokasi kuesioner pada setiap stratum berlangsung secara proporsional sesuai dengan jumlah subjek di setiap stratum.<sup>67</sup>

Pemeriksaan normalitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov satu arah. Penentuan apakah kumpulan data mematuhi distribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan mengevaluasi nilai signifikansinya. Jika signifikan  $> 0,05$  maka variabel berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan  $< 0,05$  maka variabel tidak berdistribusi normal.

#### **b) Uji Linearitas**

Uji linearitas adalah suatu prosedur yang digunakan untuk mengetahui status linear/ tidaknya suatu distribusi data penelitian. Pengujian ini digunakan sebagai pra-syarat statistic parametrik khususnya dalam analisis kolerasi atau regresi yang termasuk dalam hipotesis asosiatif. Uji linearitas

---

<sup>67</sup> Diah Wijayanti Sutha, *Biostatistika* (Malang: Media Nusa Creative, 2019). Hal. 74

pada taraf signifikan 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan linear bila signifikansi  $> 0,05$ .<sup>68</sup> Yang artinya jika probabilitas (sig)  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, namun jika probabilitas (sig)  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima.

### 3) Uji Hipotesis

#### a) Uji t

Uji t digunakan untuk memastikan apakah variabel-variabel independent (X) secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen (Y). Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Uji parsial koefisien regresi (umumnya dikenal sebagai uji T parsial) dilakukan untuk mengevaluasi apakah variabel independen (X) sebagian menghasilkan efek yang patut diperhatikan pada variabel dependen (Y). Tes parsial ini dijalankan dengan membandingkan nilai T yang dihitung (Thitung) dengan nilai T kritis (T Tabel). Derajat kebebasan dalam uji T sesuai dengan  $n-1$ .

## I. Sistematika Pembahasan

---

<sup>68</sup> Siti Nurhasanah, *Statistika Pendidikan: Teori, Aplikasi, Dan Kasus*, 2nd ed. (Jakarta: Penerbit Salemba, 2023). Hal. 143



Pada penelitian ini, rangkaian sistematika pembahasan yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

Bab pertama, pada bab ini akan diuraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan signifikansi penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua, bab ini akan memaparkan mengenai profil lokasi penelitian, yaitu Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin.

Bab ketiga yang terdiri dari pemaparan analisis terkait pengaruh *servicescape* terhadap loyalitas pemustaka di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin.

Bab keempat, bab ini merupakan penutup dari tesis yang berisi tentang kesimpulan dan saran, kesimpulan akan ditarik dari uraian hasil pembahasan yang disajikan lebih ringkas.

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan dari hasil analisis data penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. *Ambience condition* dalam variabel *servicescape* tergolong tinggi dengan skor 3,24. Kemudian indikator ini diuji lagi untuk mengetahui adanya pengaruh terhadap loyalitas pemustaka. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan pengaruh *ambience condition* dalam *servicescape* terhadap loyalitas pemustaka sebesar  $0,007 < 0,05$  yang berarti *ambience condition* memiliki pengaruh pada loyalitas pemustaka.
2. *Space, layout, function* dalam variabel *servicescape* tergolong tinggi dengan skor 2,65. Kemudian indikator ini diuji lagi untuk mengetahui adanya pengaruh terhadap loyalitas pemustaka. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan pengaruh *space, layout, function* dalam *servicescape* terhadap loyalitas pemustaka sebesar  $0,024 < 0,05$  yang berarti *space, layout, function* memiliki pengaruh pada loyalitas pemustaka.
3. *Sign., symbol. artifact* dalam variabel *servicescape* tergolong sangat tinggi dengan skor 3,33. Kemudian indikator ini diuji lagi untuk mengetahui adanya pengaruh terhadap loyalitas pemustaka. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan pengaruh *sign, symbol. artifact* dalam *servicescape* terhadap

loyalitas pemustaka sebesar  $0,006 < 0,05$  yang berarti *sign, symbol, artifact* memiliki pengaruh pada loyalitas pemustaka.

4. *Servicescape* yang meliputi *ambience condition; space, layout, function;* dan *sign, symbol, artifact* memiliki pengaruh pada loyalitas pemustaka dengan tingkat pengaruhnya sebesar 46,2 %.

## **B. Saran**

Hasil penelitian mengenai *servicescape* di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin sudah tergolong dalam kategori baik dan berpengaruh terhadap loyalitas pemustaka, tentu terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan untuk lebih meningkatnya lagi loyalitas pemustaka.

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang Ilmu Perpustakaan dan Informasi, terkhusus untuk manajemen tata ruang dan manajemen pemasaran khususnya *servicescape* dan loyalitas pelanggan (pemustaka dalam ranah perpustakaan).

Penelitian ini hanya terbatas pada pengaruh *servicescape* terhadap loyalitas pemustaka di Perpustakaan Umum Kota Banjarmasin. Sedangkan faktor-faktor lain yang juga berpengaruh terhadap loyalitas pemustaka belum diungkap berapa besar pengaruhnya, diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat membahas faktor-faktor yang belum diteliti dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustuanti, Rifka, Pandriadi, Lissiana Nussifera, and Dkk. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Edited by Ni Putu Gatriyan and Nanny Mayasari. Makassar: Tohar Media, 2022.
- Ainun, Azmi Mutia., and Maya. Setia Wardani. “Servicescape Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Pada Konsumen Eduple Bandung.” *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi* 5, no. 2 (2019): 21–32.
- Akbar, Azaz. *Pengelolaan Perpustakaan Berbasis Akreditasi*. Makassar: Leisyah, 2018.
- Anugrahini, Fitriana Ayu. “Pengaruh Etika Profesi Pustakawan Terhadap Kepuasan Pemustaka Di Layanan Sirkulasi UPT Perpustakaan Politeknik Negeri Semarang.” *Jurnal Ilmu Perpustakaan* 1 (2012): 149–56.
- Anwar, Sudirman., Said. Maskur, and Muhammad. Jailani. *Manajemen Perpustakaan*. Riau: Indragiri Dot Com, 2019.
- Azwar, Saifuddin. *Sikap Manusia Teori Dan Pengukuran*. Yogyakarta: pustaka pelajar, 2022.
- Djaali. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Edited by Bunga Sari. Fatmawati. Jakarta: Bumi Aksara, 2020.
- Engel, J.F, and RD. Blackwell. *Consumer Behavior*. New York: The Dryden Press, 1982.
- Gay, LR., Geoffrey E. Mills, and Petter Airasian. *Educational Research, Competencies for Analysis and Application*. New Jersey: Pearson Education,

Inc., 2009.

GIting, Mainawati Br., Arlina Nurbaity. Lubis, and Beby Karina Fawzee.

Sembiring. “The Influence of Servicescape and Brand Image on Consumer Loyalty with Consumer Satisfaction as An Intervening Variable at The Coffee Crowd Medan.” *International Journal of Research and Review* 9, no. 8 (2022): 483–503.

Harris, L.C., and MMH Goode. “Online Servicescapes, Trust, and Purchase Intentions.” *Journal Od Services Marketing* 24 (3) (2010): 230–43.

Hartono. *Manajemen Sistem Informasi Perpustakaan: Konsep, Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: Gava Media, 2017.

himpunan peraturan perundang-undangan republik indonesia. *Undang-Undang Perpustakaan: Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2007 Tentang Perpustakaan*. Edited by Mona. Yogyakarta: Pustaka Mahardika, n.d.

I, Vilnai-Yavetz, and A Rafaeli. “Aesthetics and Professionalism of Virtual Servicescapes.” *Journal of Service Research* 8 (3) (2007): 245–59.

Johnson, L, K.J Mayer, and E Champaner. “Casino Atmospherics from a Customer’s Perspective: A Re-Examination.” *UNLV Gaming Research and Review Journal* 8 (2) (2004): 1–10.

Juliana, and Themmy Noval. “Pengaruh Servicescape Terhadap Loyalitas Konsumen Di Restoran Chakra The BReeze Bumi Serpong Damai.” *Jurnal Ecodemica* 4 (1) (2020): 1–12.

Kamarudin, Ilham., Wilma. Florensia, Richard Andreas. Palilingan, and Dkk.

*Meotodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Edited by Neila Sulung and Ilda Melisa. Padang: Global Eksekutif Teknologi, 2023.

Khoirunnisa, Arifatu Afifah, and Andi Wijayanto. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Di Kota Semarang.” *Jurnal*

*Administrasi Bisnis X*, no. 1 (2021): 672–80.

<https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29180>.

Kotler, and Keller. *Manajemen Pemasaran*. Ed. 11 Jil. Jakarta: Indeks, 2007.

Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks, 2018.

Kusumastuti, Adhi, Ahmad Mustamil. Khoiron, and Taofan Ali. Achmadi. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.

Lovelock, and Wright. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Bahasa Indonesia*. PT. Indeks, 2007.

Lubis, Zulkarnain., Arman Hadi, Abdul Manaf, Mohd Akhir, Ahmad, Muhammad Safizal. Abdullah, and Mohd Zukime Mat Junoh. *Panduan Pelaksanaan*

*Penelitian Sosial*. Edited by Ratih Indah. Utami. Ed. I. Yogyakarta: Andi, 2019.

Mantik, Jurnal, and Ahmad Azmi. “Implementation of Ambient Condition, Spatial Layout and Functionality and Sign Symbols and Artifacts in Improving Customer Satisfaction and Customer Loyalty Janji Jiwa & Jiwa Toast.” *Jurnal Mantik* 5, no. 2 (2021): 1184–91.

Marreta, Agung., and Ainur Rofiq. “Analisis PErان Servicescape Dalam Mendorong Niar Revisit Pengunjung Jawa Timur Park 2.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya* 5 (2017).

- Musriha. “Pengaruh Servicescape Dan Kualitas Komunikasi Karyawan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Di Surabaya.” *Ekuitas* 15, no. 2 (2011): 247–68.
- Nila, Nurochani, and Mulyana Deden. “Pengaruh Servicescape Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Klinik Bersalin ‘Bunga Mawarni’ Kota Banjar.” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 11 (1) (2017): 11–15.
- Nurhasanah, Siti. *Statistika Pendidikan: Teori, Aplikasi, Dan Kasus*. 2nd ed. Jakarta: Penerbit Salemba, 2023.
- Perpustakaan Nasional, Indonesia. “Standar Nasional Indonesia Bidang Perpustakaan Dan Kepustakawan.” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2021, 2013–15.
- Purnama, Rizky Ardi, and Erna Andajani. “Pengaruh Servicescape Terhadap Customer Loyalty Restoran Limited Service Di McDonald’s Surabaya.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 6, no. 2 (2019): 157–76.
- Rahmi, Elvi, and Nora Pitri Nainggolan. “Pengaruh Relationship Marketing, Perceived Quality, Dan Servicescape Terhadap Loyalitas Pelanggan De’ Kampung Cafe.” *ECo-Buss* 5, no. 3 (2023): 946–59.
- Riyanto, Slamet., and Aglis Andhita. Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Rohmah, Anah. “Promosi Berbasis Emotional Branding Pada Perpustakaan Kineruku.” *EduLib* 8 (n.d.): 135–55.

- Rohman, Fatchur. *Pemasaran Jasa Perspektif UKM*. Malang: UB Press, 2022.
- Santoso, Imam, and Harries Madiistriyatno. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Edited by Asep Rachmatullah. Tangerang: Indigo Media, 2021.
- Setiawardani, Maya. “Peran Servicescape Terhadap Peningkatan Loyalitas Pelanggan (Kajian Empiris Terhadap Pelanggan Yumaju Coffee).” *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi* 7, no. No. 1 (2021): 10–21.
- Shiratina, Aldina., Adnan. Rajak, Yanto. Ramli, and Nuri Putria Nirba. Nirwana. “Servicescape and Service Quality in Creating Customer Loyalty.” *Ilomata International Journal of Management* 4, no. No. 2 (2021): 274–81.
- Silvia, Vivi. *Statistika Deskriptif*. Penerbit Andi, n.d.
- Suseno, Miftahun Ni'mah. *Statistika: Teori Dan Aplikasi Untuk Penelitian Ilmu Sosial Dan Humaniora*. Yogyakarta: Ash-Sahff, 2012.
- Sutha, Diah Wijayanti. *Biostatistika*. Malang: Media Nusa Creative, 2019.
- Swarjana, I ketut. *Populasi-Sampel, Teknik Sampling & Bias Dalam Penelitian*. Ed. I. Yogyakarta: Andi, 2022.
- Tantangin, Andre Eris, Imelda W.J. Ogi, and Sjendry Serulo R. Loindong. “Pengaruh Servicescape Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Mie Medan 99 Manado.” *Jurnal EMBA* 5, no. 2 (2017): 811–20.
- Tjahyadi, Rully Arlan. “Membangun Hubungan Jangka Panjang Pelanggan Melalui Relationship Marketing.” *Jurnal Manajemen Maranatha* 5, no. 2 (2006): 1–10.
- Venessa, Ike, and Zainul Arifin. “Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen( Survei Pada Mahasiswa Program



- Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya  
Malang Tahun Angkatan 2013 / 2014 Dan 2014 / 2015 Pengguna Kartu P.”  
*Jurnal Administrasi Bisnis* 51, no. 1 (2017): 44–48.
- Wahyuni, Yuni Sri. *Perpustakaan Milik Kita*. Semarang: Alprin, 2020.
- Widjajanta, Bambang, and Ginna Indah Wulan Avrianti. “Pengaruh Lingkungan Fisik Organisasi (Servicescape) Terhadap Keputusan Mengunjungi Museum Negeri Sri Baduga Bandung.” *Strategic* 8, no. 15 (2009): 1–16.
- Winarni, Endang Widi. *Teori Dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Penelitian Tindakan Kelas (PTK), Research and Development (R&D)*. Edited by Retno Ayu Kusumaningtyas. Jakarta: Bumi Aksara, 2018.
- Wirtz, Lovelock., and Mussry. *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Dan Strategi*. Edisi 7. Jakarta: Erlangga, 2011.
- Wisnawa, I Made Bayu, Putu Agus Prayogi, and I Ketut Sutapa. *Manajemen Pemasaran Pariwisata: Pengembangan Potensi Produk Wisata Perdesaan*. Yogyakarta: Deepublish, 2021.
- Yuilianto, Nova., Marjam Desma. Rahadhini, and Sumaryanto. “Pengaruh Ambient Condition, Space and Functionality Dan Use of Symbols and Artifacts Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen.” *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan* 17, no. No. 4 (2017): 517–27.
- Yuliantina, Ghea Astri, and Gitasiswhara. “Pengaruh Servicescape Terhadap Loyalitas Tamu Mancanegara Di Alam Kulkul Boutique Resort Bali.” *Tourism and Hospitality Essentials Journal* III (1) (2013): 547–60.