

Pemasaran layanan perpustakaan: Survei pada pengguna Perpustakaan Freedom Institute = Marketing of services in library: A survey of Freedom Institute Library users

Fitri Devita, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20388539&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini menjelaskan tentang penilaian pemustaka terhadap unsur pemasaran yang ada di Perpustakaan Freedom Institute. Unsur pemasaran yang dinilai oleh pemustaka adalah berdasarkan unsur 4C yaitu, Customer Value, Cost to The Customer, Communication dan Convenience. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode survei dengan menyebarkan kuesioner. Responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini adalah 100 pemustaka yang datang ke perpustakaan selama masa penelitian. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa, keempat unsur pemasaran yang ada di Perpustakaan Freedom Institute mendapatkan penilaian baik dari pemustaka.

<hr>

ABSTRACT

This research describes the user assessment of the marketing elements that exist in the Library of Freedom Institute. Marketing elements that were rated by the user are based on the elements that 4C, Customer Value, Cost, Communication and Convenience. This thesis used a quantitative approach and methods of the survey by distributing questionnaires. Respondents who participated in the study were 100 who come to the library during the research period. The results of this study suggest that, the four elements of marketing at Freedom Institute Library gets good ratings from users.