

## BAB 6

### PENUTUP

#### 6.1 Simpulan

Hasil penelitian dan analisis data terhadap tanggapan 105 responden yaitu pemustaka UPT Perpustakaan Universitas Diponegoro mengenai pengaruh *relationship marketing* terhadap kepuasan dapat ditarik kesimpulan bahwa ada pengaruh antara *relationship marketing* terhadap kepuasan pemustaka di UPT Perpustakaan Universitas Diponegoro sebesar 48,0%. Selain itu korelasi parsial (R) yang dihasilkan adalah 0,693 sehingga dapat disimpulkan jika hubungan antara *relationship marketing* dan kepuasan pemustaka adalah kuat. Uji hipotesis dilakukan dengan menganalisis hasil regresi linier sederhana antara variabel *relationship marketing* dengan variabel kepuasan pemustaka. Hasilnya didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000. Kriteria penolakan  $H_0$  adalah jika nilai signifikan  $\alpha < 0,05$ , sehingga  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak karena diperoleh nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima yaitu ada pengaruh antara *relationship marketing* terhadap kepuasan pemustaka di UPT Perpustakaan Universitas Diponegoro.

## 6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan tersebut, dapat diberikan saran bagi UPT Perpustakaan Universitas Diponegoro sebagai berikut:

1. Perlu meningkatkan sosialisasi terkait pemustaka dapat berinteraksi dengan pustakawan melalui media seperti usulan buku, mengirim kritik dan saran di kolom web.
2. Perlu meningkatkan penyediaan koleksi yang *up to date* untuk memenuhi kebutuhan informasi pemustaka.