

DAFTAR PUSTAKA

- Anestesia, S. A. (2015). Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Customer Loyalty di Perpustakaan STIE Perbanas Surabaya. *Jurnal Universitas Airlangga*. Vol. 4 No. 2, 17-26. Diakses dari <http://www.journal.unair.ac.id>
- Aritonang, L. R. (2005). *Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Gramedia Pustaka.
- Bungin, B. (2011). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cahyono, T. Y. (2014). Peranan User Education dalam Memahami Karakteristik dan Kebutuhan Pemustaka. *Jurnal Pustakawan UPT Universitas Negeri Malang*. Diakses dari [http://digilib.um.ac.id/index.php/Artikel-Pustakawan/peranan-user education.html](http://digilib.um.ac.id/index.php/Artikel-Pustakawan/peranan-user%20education.html)
- Chan, S. (2003). *Relationship Marketing: Inovasi Pemasaran yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* (4 Ed). London: Sage.
- David, L. T., Sagun, K. K. A. (2012). Increasing Awareness and Use of the Library's Resources and Facilities Through Relationship Marketing Strategies. *Library Management*, Vol. 33, 292-296. <https://doi.org/10.1108/01435121211242326>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM. SPSS 19*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hertanto, E. (2015, 14 September). *Cara Menentukan Ukuran Sampel/Responden dalam Penelitian*. Tulisan pada <https://dokumen.tips/documents/cara-menentukan-ukuran-sampel-dalam-penelitian-kuantitatif.html>
- Hidayat, A. (2013, 23 Januari). *Penjelasan Tentang Uji Normalitas dan Metode Perhitungan*. Tulisan pada <https://www.statistikian.com/2013/01/uji-normalitas.html>

- Jones, M. A., etc. (2015). Exploring Consumers Attitude Towards Relationship Marketing. *Journal of Services Marketing*, Vol. 29, 188-199. <https://doi.org/10.1108/JSM-04-2014-0134>
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2006). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Ed. 11. Jakarta : Erlangga.
- _____. (2009). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Ed. 12. Jakarta : Erlangga.
- Kriyantono, R. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Malang: Kencana Prenada Media Group
- Lasa H.S. (2009). *Kamus Kepustakawanan Indonesia*. Yogyakarta : Pustaka Book Publisher.
- Lovelock, C. H. dan Wright, L.K. (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Indeks.
- Newman, W. L. (2007). *Basic of Social Research: Qualitative And Quantitative Approaches, Second Edition*. Perason Education Inc. Diakses dari <http://www.pearsoncanada.ca/media/highered-showcase/multi-product-showcase/neuman-preface.pdf>
- PNRI. (2013). Undang-undang Republik Indonesia No.43 Tahun 2007 tentang Perpustakaan. Diakses 4 Maret 2019, dari <http://www.pnri.go.id/>
- Pramudya, S. (1999). *Peran SDM Dalam Penerapan ISO 9000: Kajian Peran SDM dengan pendekatan TQM*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Raharjo, S. (2019). Makna Koefisien Determinasi (*R Square*) dalam Analisis Regresi Linier Berganda. Tulisan pada <http://www.spssindonesia.com/2017/04/makna-koefisien-determinasi-r-square.html?m=1>.
- Septiyantono, T. dan Sidik, U. (2003). *Dasar-Dasar Ilmu Perpustakaan dan Informasi*. Yogyakarta : Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi Fakultas ADAB UIN Sunan Kalijaga
- Sudarno. (2016). *Dasar-dasar Statistika*. Semarang: Departemen Ilmu Perpustakaan Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro.
- Sudjana. (2002). *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sulistyo-Basuki. (1994). *Pengantar Ilmu Perpustakaan*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Sulistyo-Basuki. (2006). *Metode Penelitian*. Jakarta: Wedatama Widya Sastra dan Fakultas Ilmu Budaya Universitas Indonesia.
- Sumadi. (2012). Relationship Marketing: Paradigma, Strategi dan Hambatan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol. 2 No. 2, 108-123. Diakses dari <http://jurnal.ubl.ac.id>
- Sutarno, N.S. (2008). *Kamus Perpustakaan dan Informasi*. Ed. 1. Jakarta : Jala Pertama.
- Suwarno, W. (2009). *Psikologi Perpustakaan*. Jakarta: Sagung Seto.
- Tahmasbizadeh, N., etc. (2016). Impact of Relationship Quality with Customer (Relationship Marketing) on Customer Loyalty in Customer- Oriented Strategy (Case Study Agriculture Bank Customers-Tehran-Iran). *Journal of Business and Management Review*, Vol.6, 43-49. Diakses dari <http://www.proquest.com>
- Umar, H. (2007). *Metode Penelitian: untuk skripsi dan tesis bisnis*. Jakarta: Rajawali Press.
- Varey, R. J. (2002). *Relationship Marketing: Dialogue and Networks in the e-Commerce Era*. London: John Wiley & Sons, Inc.
- Widoyoko, S. E. P. (2014). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- (<http://digilib.undip.ac.id/v2/>)