

Promosi Layanan Perpustakaan Melalui Komunikasi “Words of Mouth (WOM)”

Tri Hardiningtyas

tbardiningtyas@gmail.com

Yuni Nurjanah

yuni.nurjanah@ft.undip.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengetahui sejauhmana komunikasi “Words of Mouth (WOM)” dapat mempengaruhi ketertarikan pemustaka terhadap layanan perpustakaan perguruan tinggi. Strategi komunikasi WOM akan dibahas dari sisi: pertama, cara pemustaka memanfaatkan dan menyebarkan WOM tentang layanan perpustakaan; kedua, pandangan pemustaka terhadap komunikasi WOM mengenai layanan perpustakaan, dan ketiga, strategi pustakawan dan perpustakaan dalam memanfaatkan komunikasi WOM untuk mempromosikan perpustakaan. Strategi komunikasi WOM di sini dilakukan secara online baik melalui media sosial facebook, sms broadcast maupun webmail. Strategi promosi layanan perpustakaan melalui komunikasi WOM ini dapat dikatakan sangat bermanfaat, antara lain untuk: pertama, mengetahui layanan perpustakaan yang berorientasi pada pemustaka; kedua, mengembangkan layanan perpustakaan perguruan tinggi yang lebih inovatif dan kreatif; ketiga, meningkatkan kemampuan dan keterampilan berkomunikasi antara pustakawan dengan pemustakanya; keempat, menjadikan berbagi informasi antara pustakawan perguruan tinggi dan pemustakanya sebagai suatu kebiasaan dan budaya; kelima, mengurangi kesalahpahaman dalam transfer informasi; serta keenam, memaksimalkan sumber daya yang ada di perpustakaan perguruan tinggi dalam proses layanan yang diberikan.

Kata kunci: *layanan; layanan perpustakaan; komunikasi; strategi layanan, words of mouth.*

Abstract

This study aims to determine the extent to which communication “Words of Mouth (WOM)” can affect the interest of visitors to the libraries college services. WOM’s communication strategy will be discussed in terms of: (1st) how librarians use and disseminate WOM about library services; (2nd) a view of WOM communications on library services; and (3rd) librarian and library strategies in utilizing WOM communications to promote libraries. WOM communication strategy here done online both through face book, SMS broadcast, and webmail. The promotion strategy of library services through WOM communication can be useful to find out the library services that users oriented, to develop an innovative and creative libraries college service more, to improve the ability and communication skills between librarians and users, establish the information sharing among librarians as habit and culture, reduce misunderstanding of information transfer, and maximize resources in the college libraries in the service process.

Keywords: *service; library services; communication; service strategy; words of mouth.*

Pendahuluan

Komunikasi merupakan kebutuhan dasar individu untuk mengajak individu lainnya bersikap dan bertindak laku dalam kehidupannya. Komunikasi dapat terjadi di mana saja dan kapan saja. Bahkan mungkin tanpa diprediksi terlebih dahulu, terjadilah komunikasi. Dapat dikatakan bahwa komunikasi merupakan sarana sebuah organisasi agar dapat saling berhubungan dari individu di tingkat terbawah hingga teratas, atau sebaliknya, dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Pencapaian tujuan organisasi itu perlu strategi komunikasi yang efektif dalam pelaksanaannya. Komunikasi dikatakan efektif jika dapat menghindari atau meminimalisir hambatan-hambatan yang muncul saat komunikasi berlangsung.

Perpustakaan yang notabene merupakan organisasi nirlaba juga sangat membutuhkan adanya strategi komunikasi efektif dalam pencapaian tujuannya. Komunikasi efektif menjadi sebuah tuntutan, terutama antara pustakawan dan pemustakanya dalam kegiatan layanan perpustakaan. Ini bertujuan agar layanan yang diberikan pustakawan dan yang diharapkan pemustaka dapat tercapai.

Pemustaka sebagai konsumen perpustakaan akan merasa puas jika kebutuhannya dapat terpenuhi. Dari sinilah akan menjadi awal

dari sebuah catatan penting bagi sebuah perpustakaan, jika pelanggan (pemustaka) puas dengan layanan perpustakaan, maka tidak bisa dimungkiri, kegiatan promosi layanan perpustakaan akan menjadi mudah dan efektif melalui kesan yang muncul karena pemustaka merasa puas.

Kesan yang dirasakan oleh pemustaka (A) tersebut, akan dengan sendirinya diceritakan kepada pemustaka lainnya (B), dan B akan menceritakan juga kepada C, dan begitu seterusnya, baik secara langsung bertatap muka maupun melalui media tertentu, media cetak (surat, surat kabar, dan sebagainya), elektronik (sms, telepon, dan sebagainya), maupun media online (email, blog, media sosial, dan sebagainya).

Kesan yang diceritakan oleh seorang pemustaka kepada pemustaka lainnya (orang yang dikenalnya), dan begitu seterusnya kepada pemustaka lainnya lagi, dan yang berlangsung secara terus-menerus serta berkesinambungan ini sering disebut dengan komunikasi *word of mouth* (dari mulut ke mulut).

Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sejauh mana komunikasi “*Words of Mouth (WOM)*” dapat mempengaruhi ketertarikan pemustaka terhadap layanan perpustakaan perguruan tinggi.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan mengetahui sejauh mana komunikasi “*Words of Mouth (WOM)*” dapat memengaruhi ketertarikan pemustaka terhadap layanan perpustakaan perguruan tinggi dari sisi: cara pemustaka memanfaatkan dan menyebarkan *WOM* tentang layanan perpustakaan; pandangan pemustaka terhadap komunikasi *WOM* mengenai layanan perpustakaan; dan strategi pustakawan dan perpustakaan dalam memanfaatkan komunikasi *WOM* untuk mempromosikan perpustakaan

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang memungkinkan peneliti mempelajari fenomena sosial budaya yang terjadi. Fenomena dibahas melalui studi kasus tentang strategi komunikasi *WOM* dalam layanan perpustakaan perguruan tinggi Universitas Sebelas Maret Surakarta (UNS). Data primer dikumpulkan melalui form kuesioner dari 100 pemustaka, yang terdiri dari mahasiswa, semua angkatan yang berkunjung ke perpustakaan, sepanjang tahun 2017. Data kemudian diolah untuk mendapatkan nilai rerata (AVERAGE), dengan mengacu pada standar perhitungan ideal tentang kepuasan pemustaka.

Analisis data bersifat diskriptif analitis, yang menjelaskan tingkat kepuasan pemustaka terhadap layanan perpustakaan UNS dengan indikator yang sudah ditentukan, untuk memperoleh jawaban tentang sejauh mana komunikasi “*Words of Mouth (WOM)*” dapat mempengaruhi ketertarikan pemustaka terhadap layanan perpustakaan.

Pembahasan

Layanan Perpustakaan

Menurut Kotler (1998) dalam Suwardi (2006), layanan atau jasa merupakan penawaran suatu kegiatan dari individu kepada individu lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak berpengaruh terhadap kepemilikan apapun (1). Ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa sering dianggap sebagai pelayanan atau jasa. Sejalan dengan itu, Rangkuti (2002) menyatakan bahwa pelayanan atau jasa adalah kinerja atau kegiatan tak kasat mata dari individu kepada individu lainnya (2).

Layanan perpustakaan, dinyatakan dalam Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2007 (Bab V pasal 14) bahwa setiap perpustakaan, melakukan layanan secara prima dan berorientasi bagi kepentingan pemustaka, menerapkan tata cara layanan berdasarkan standar nasional perpustakaan, perpustakaan mengembangkan layanan perpustakaan sesuai kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, mengembangkan layanan perpustakaan melalui pemanfaatan sumber daya perpustakaan untuk memenuhi kebutuhan pemustaka, menyelenggarakannya pengoptimalan layanannya, layanan terpadu diwujudkan melalui jejaring telematika (3)

Kualitas Layanan

Goesth dan Davis dalam Aflit (2009), menyatakan bahwa kualitas adalah kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (4). Oleh sebab itu, kualitas pelayanan/ jasa selalu diukur berdasarkan apa yang dialami/ dirasakan oleh pelanggan, sehingga kualitas layanan lebih menjadi prioritas daripada kualitas produk.

Kualitas layanan berhubungan dengan loyalitas konsumen dan komunikasi *WOM* yang positif (4). Kualitas layanan berpengaruh positif

terhadap komunikasi WOM (5)

Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan adalah kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan yang dirasakan oleh pelanggan dan dijadikan sebagai prioritas serta berpengaruh positif terhadap komunikasi WOM.

Kualitas layanan di perpustakaan UNS diukur dengan menggunakan indikator kepuasan pemustaka terhadap layanan perpustakaan, sarana dan prasarana perpustakaan, koleksi perpustakaan, dan sikap pustakawan/ petugas perpustakaan. Rentang nilai kepuasan ini diukur dengan skala angka 1 – 4. Data ini dikumpulkan melalui kuesioner dan diolah dengan mencari rerata nilai: AVERAGE

Layanan

Informasi mengenai kepuasan pemustaka terhadap layanan perpustakaan dapat diperoleh melalui data-data dalam kuisisioner mengenai sikap pemustaka tentang:

- a. Layanan keanggotaan,
- b. Waktu tunggu layanan keanggotaan.
- c. Jenis layanan di perpustakaan telah memenuhi kebutuhan,
- d. Waktu kunjungan setiap harinya (jam layanan) di perpustakaan.
- e. Bagaimana tenggang waktu (lamanya) peminjaman koleksi/buku.
- f. Bagaimana jumlah maksimal peminjaman koleksi buku

Sarana prasarana

Informasi mengenai kepuasan pemustaka terhadap sarana dan prasarana perpustakaan dapat diperoleh melalui data-data dalam kuesioner mengenai sikap pemustaka tentang:

- a. Bagaimana tata ruang layanan dan ruang baca,
- b. Bagaimana rambu-rambu/tata tertib yang ada di perpustakaan,
- c. Bagaimana sarana/fasilitas yang ada di titik layanan dan ruang baca,
- d. Bagaimana kenyamanan, keamanan, dan kebersihan di bagian layanan dan ruang baca, dan
- e. Bagaimana pencahayaan ruangan di tiap layanan dan ruang baca.

Koleksi

Informasi mengenai kepuasan pemustaka terhadap sarana dan prasarana perpustakaan dapat diperoleh melalui data-data dalam

kuesioner mengenai sikap pemustaka tentang:

- a. Bagaimana ketersediaan koleksi/buku-buku di perpustakaan,
- b. Bagaimana penataan/penjajaran koleksi/buku di rak,
- c. Apakah jumlah peminjaman buku 7 eksemplar dalam 3 minggu cukup efektif dan memenuhi kebutuhan Anda,
- d. Apakah ketersediaan koleksi dalam bentuk digital dan elektronik memenuhi kebutuhan Anda,
- e. Bagaimana ketersediaan koleksi majalah, jurnal, surat kabar & tabloid, dan
- f. Bagaimana alat bantu penelusuran koleksi di Perpustakaan.

Pustakawan

Informasi mengenai kepuasan pemustaka terhadap sarana dan prasarana perpustakaan dapat diperoleh melalui data-data dalam kuesioner mengenai sikap pemustaka tentang:

- a. Apakah petugas paham dan jelas dalam memberikan informasi tentang perpustakaan,
- b. Bagaimana sikap petugas dalam melayani pemustaka/ pengunjung,
- c. Bagaimana respon petugas dalam membantu pemustaka yang kesulitan pada saat menelusur koleksi,
- d. Apakah petugas cepat dan tepat dalam melayani pemustaka,
- e. Bagaimana reaksi petugas dalam menangani keluhan, dan
- f. Bagaimana kerapian dan kesopanan petugas dalam berbusana.

Semua data yang diperoleh mengenai indikator kepuasan pemustaka terhadap layanan perpustakaan tersebut di atas kemudian akan dihitung besaran nilai rerata tingkat kepuasan pemustaka (AVERAGE) dan pengaruhnya terhadap komunikasi WOM serta promosi layanan perpustakaan UNS.

Komunikasi WOM

Komunikasi merupakan kegiatan penyampaian dan penerimaan pesan dari individu atau kelompok kepada individu/ kelompok lain, yang memungkinkan munculnya hambatan, yang berakibat atau berpengaruh terhadap keinginan memperoleh *feedback*. (6)

Komponen komunikasi terdiri dari: *pertama*, komunikator (pengirim pesan), baik individu maupun lembaga/ organisasi. *Kedua*, pesan (materi atau isi yang dikomunikasikan), baik secara verbal maupun nonverbal, secara langsung ataupun tidak langsung (melalui media

tertentu). *Ketiga*, channel (sarana/media/ tempat pesan disampaikan), baik media cetak maupun *online*. *Keempat*, komunikan (penerima pesan), baik individu, kelompok, maupun organisasi. *Kelima*, tujuan (hasil dari kegiatan komunikasi/ effect). *Keenam*, umpan balik (tanggapan yang diinginkan dari komunikan atas pesan yang disampaikan). *Ketujuh*, gangguan (hambatan yang terjadi sepanjang proses komunikasi berlangsung), suara-suara tertentu yang muncul selama komunikasi langsung berjalan atau slow response dalam komunikasi online, dan sebagainya. (7)

Komunikasi merupakan proses seseorang menyampaikan stimulus yang umumnya secara verbal untuk mempengaruhi/ mengubah perilaku orang lain. (8)

Komunikasi “*Words of Mouth (WOM)*” adalah bagian dari *promotion mix* juga *advertising, sales promotion, personal selling, direct marketing*, dan *interactive marketing* (9). *WOM* merupakan peristiwa pengiriman informasi lisan dari seseorang kepada orang lain yang disampaikan lagi kepada orang lain lagi secara berkesinambungan dan terus menerus baik horizontal maupun vertical. (10)

Komunikasi *WOM* memiliki kekuatan merekomendasikan sebuah pemasaran. Jika program ini dikelola dengan baik, akan memperkaya strategi komunikasi dalam memasarkan produk. (11)

Jadi dapat disimpulkan bahwa komunikasi *WOM* merupakan proses/ peristiwa penyampaian informasi dari seseorang kepada orang lain, dan disampaikan kepada orang lain lagi, secara terus menerus dan berkesinambungan yang merupakan bagian dari promosi dan memiliki kekuatan merekomendasi suatu produk atau jasa sehingga dapat memperkaya strategi promosi itu sendiri.

Promosi Layanan Perpustakaan Melalui Komunikasi “Words of Mouth (WOM)”

Perpustakaan UNS Surakarta, memiliki data dokumentasi komunikasi “*Words of Mouth (WOM)*” mengenai layanan perpustakaan pada sepanjang tahun 2017 ini. Data yang diperoleh berupa indikator kepuasan pemustaka terhadap layanan perpustakaan berupa kuesioner, rekaman *SMS Gateway*, dan *Webmail*. Data ini dikumpulkan dan diolah untuk mengetahui tingkat kepuasan pemustaka terhadap layanan perpustakaan dan digunakan untuk mengukur sejauh mana komunikasi “*Words of Mouth (WOM)*” dapat mempengaruhi ketertarikan pemustaka terhadap layanan perpustakaan.

Strategi promosi layanan perpustakaan melalui komunikasi *WOM* ini secara berturut-turut akan dibahas dari sisi: cara pemustaka memanfaatkan dan menyebarluaskan layanan perpustakaan melalui *WOM*, pandangan pemustaka terhadap komunikasi *WOM* mengenai layanan perpustakaan, dan strategi pustakawan dan perpustakaan dalam memanfaatkan komunikasi *WOM* untuk mempromosikan perpustakaan.

Data mengenai tingkat kepuasan pemustaka terhadap layanan di perpustakaan UNS, diukur melalui 4 (empat) indikator utama yang menghasilkan nilai: kepuasan pemustaka terhadap layanan perpustakaan sebesar 81,00% (skala 1 – 100) dan atau sebesar 3,40 (untuk skala 1-4), kepuasan pemustaka terhadap sarana dan prasarana sebesar 85,10% (skala 1 – 100), dan atau sebesar 3,29 (untuk skala 1-4), tingkat kepuasan pemustaka terhadap koleksi perpustakaan sebesar 75,59% (skala 1 – 100) dan atau sebesar 2,54 (untuk skala 1-4), dan tingkat kepuasan pemustaka terhadap pustakawan/ petugas perpustakaan sebesar 85,83% (skala 1 – 100) dan atau sebesar 3,43 (untuk skala 1-4).

Informasi mengenai kepuasan pemustaka terhadap layanan perpustakaan yang diuraikan di atas, kemudian dijadikan alat bantu untuk mengukur sejauh mana komunikasi "*Words of Mouth (WOM)*" dapat memengaruhi ketertarikan pemustaka terhadap layanan perpustakaan perguruan tinggi. Strategi komunikasi *WOM* akan dibahas dari sisi:

1. Cara pemustaka memanfaatkan dan menyebarluaskan layanan perpustakaan melalui *WOM*.

Pemustaka memanfaatkan dan menyebarluaskan layanan perpustakaan UNS melalui komunikasi *WOM*, menggunakan beberapa alat bantu. Sesuai dengan data yang diperoleh, kebanyakan mereka yang merasa puas dengan layanan perpustakaan dari 4 (empat) indikator utama tersebut di atas, akan menceritakan pengalamannya kepada teman se-angkatan dan atau sekelas mereka, secara langsung maupun tidak.

Selanjutnya pemustaka berikutnya ingin membuktikan pesan yang diperoleh dari rekannya dengan memanfaatkan juga fasilitas layanan perpustakaan UNS. Hal yang sama juga akan dilakukan pemustaka tersebut, dengan menyampaikan kesan baiknya terhadap layanan yang diterimanya dari perpustakaan UNS kepada temannya yang lain. Dan begitu seterusnya. Kebanyakan dari pemustaka, melakukan komunikasi *WOM* tersebut pada saat jam kunjung perpustakaan, dalam bentuk kumpulan/ kelompok semacam *FGD (Focus Group Discussion)*.

Selain itu, pesan dan kesan kepuasan yang diterima pemustaka juga akan mereka sampaikan melalui media sosial, baik individu maupun

grup tertentu yang mereka ikuti. Sering juga dijumpai, pemustaka menyampaikan kesan rasa puas yang dialaminya langsung kepada pustakawan atau melalui *SMS Gateway* atau *Webmail* perpustakaan. Data ini, diperoleh dari hasil wawancara melalui grup WA dan email.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, pemustaka memanfaatkan dan menyebarluaskan layanan perpustakaan melalui WOM dengan cara langsung (bertatap muka) dan tidak langsung (melalui media tertentu). Di perpustakaan UNS hal ini dilakukan melalui bantuan media *SMS Gateway* dan *Webmail*.

2. Pandangan pemustaka terhadap komunikasi WOM mengenai layanan perpustakaan.

Komunikasi WOM mengenai layanan perpustakaan UNS, menurut pandangan pemustaka, sangat efektif. Bagi pemustaka, terkadang kesulitan untuk berkunjung dan memanfaatkan layanan perpustakaan UNS. Ini karena, mereka sebelumnya seringkali ragu, apakah kebutuhannya akan dapat dipenuhi, jika mereka datang ke perpustakaan? Atau, apakah koleksi yang mereka cari benar-benar ada di perpustakaan? Atau bahkan, apakah sikap pustakawan ramah dan baik dalam melayaninya?. Dan lain sebagainya. Keraguan-keraguan tersebut akan dapat diminimalisir dengan adanya komunikasi WOM yang dilakukan oleh pemustaka lainnya yang sudah pernah mengunjungi dan memanfaatkan layanan perpustakaan tersebut yang disampaikan kepada pemustaka lainnya atau dapat juga disampaikan oleh pustakawan sendiri.

3. Strategi pustakawan dan perpustakaan dalam memanfaatkan komunikasi WOM untuk mempromosikan perpustakaan

Komunikasi WOM mengenai layanan perpustakaan UNS, sangat efektif. Penjelasannya tentang ini bahwa, perpustakaan dan pustakawan akan lebih ringan pekerjaan dan tanggung jawabnya, utamanya dari segi waktu dan biaya, dalam hal promosi mengenai kegiatan layanan perpustakaan UNS. Sebagian besar pemustaka merasa puas dengan layanan yang ada di perpustakaan UNS. Ini mendorong pemustaka dengan sukarela akan menyampaikan kabar baik tersebut kepada pemustaka lainnya, berkesinambungan dan terus menerus. Ini, secara tidak langsung merupakan strategi promosi yang lebih hemat atau efektif dan efisien.

Pustakawan hanya perlu memantau dan mengkaji ulang dampak yang timbul dari komunikasi WOM antar pemustaka tersebut, dengan cara menelaah kelebihan dan kekurangan atau hambatan yang terjadi

dalam kegiatan tersebut. Tentu saja tidak semudah membalik telapak tangan. Butuh proses, waktu, ketelitian, dan ketekunan untuk memantau dan mengevaluasi kegiatan promosi layanan perpustakaan UNS melalui komunikasi *WOM* ini, karena pustakawan dan perpustakaan akan dengan mudah mengambil tindakan dan kebijakan mengenai peningkatan kualitas layanan perpustakaan kedepannya secara lebih terukur, efektif, dan efisien.

Kesimpulan

Cara pemustaka memanfaatkan dan menyebarluaskan layanan perpustakaan melalui *WOM* dengan cara langsung (bertatap muka) dan tidak langsung (melalui media tertentu). Di perpustakaan UNS hal ini dilakukan melalui bantuan media *SMS Gateway* dan *Webmail*.

Pandangan pemustaka terhadap komunikasi *WOM* mengenai layanan perpustakaan dapat dikatakan sangat efektif. Meskipun terkadang pemustaka mengalami kesulitan untuk berkunjung dan memanfaatkan layanan perpustakaan UNS, atau meragukan akan terpenuhi kebutuhan informasinya di perpustakaan akan dapat diminimalisir dengan adanya komunikasi *WOM* tersebut.

Strategi pustakawan dan perpustakaan UNS dalam memanfaatkan komunikasi *WOM* untuk mempromosikan layanannya akan dengan mudah dapat dilakukan. Demikian halnya untuk dijadikan dasar dalam menentukan kebijakan mengenai peningkatan kualitas layanan perpustakaan kedepannya secara lebih terukur, efektif, dan efisien. Ini karena kebiasaan komunikasi *WOM* di kalangan pemustaka terus dibina dan dievaluasi secara bertahap dan berkesinambungan.

Kendala teknis yang seringkali muncul dalam kegiatan komunikasi *WOM* di kalangan pemustaka biasanya dari sisi keterlambatan informasi yang dikirim dan sampai/ diterima pemustaka lainnya. Keterlambatan ini sebenarnya tidak terlalu berdampak secara signifikan. Jika keterlambatan informasi dari media *SMS Broadcast*, disarankan agar pustakawan dan perpustakaan membuat jadwal rutin pemantauan dan evaluasi setiap periode tertentu (misal: mingguan, bulanan, semesteran, dan tahunan). Ini dapat digunakan untuk meminimalisir keterlambatan *follow up* terhadap informasi yang dibutuhkan pemustaka.

Demikian halnya jika keterlambatan terjadi pada komunikasi *WOM* dengan media *Webmail*. Seringkali ditemui petugas/ pustakawan yang *stand by/ online* dalam waktu yang tetap. Misal 2-3 jam dalam sehari. Mereka cenderung abai, dan lambat dalam menanggapi/

merespon kebutuhan informasi pemustaka melalui media ini. Sebaiknya dibuat jadwal jaga khusus untuk layanan ini, agar pemustaka dapat memperoleh informasi apa saja, kapan saja, dan di mana saja.

Daftar Pustaka

- Arni, Muhammad. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara. Bumi Aksara : Bumi Aksara, 2005.
- Candra, Ade. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. - : Aufie’s Script, 2006. .
- Harrison, L. Jean -Walker. *The Measurement Of Word Of Mouth Communication*. . -, - : -, 2001, Vols. -. -.
- Hasan, Ali. *Marketing dari Mulut ke Mulut: word of mouth marketing*. Yogyakarta : Medpress, 2010.
- Isnaini, Moh. *Komunikasi Organisasi*. . Jakarta: FBUI : Universitas Indonesia-Fakultas Ilmu Budaya, 2011.
- Nyilasy, Greg. *Word of Mouth: What We Realy Know – and What We Don’t*. - : -, -.
- P. Aflit Nuryulia. Aflit Nuryulia P. 2009. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Komunikasi Word of Mouth terhadap Minat Guna Jasa Ulang*. Semarang : Universitas Diponegoro, 2009.
- Rangkuti, Freddy. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta : Gramedia Pustaka Uta-ma, 2002.
- Rosen, Emmanuel. *The Anatomy of Buzz: how to create WOM Marketing*. New York : Currency-Doubleday, 2000.
- Suwardi. *Mengukur Kualitas Pelayanan untuk Membangun Kepuasan Pengguna Perpustakaan*. Media Pustakawan, 2006.
- Undang-Undang No.43 Tahun 2007. Undang-Undang No.43 . Jakarta : Republik Indonesia, 2007. Bab V pasal 14.