

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

3.1.1 Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Pendekatan ini bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan faktual mengenai persepsi pemustaka terhadap promosi *e-library* serta minat akses di Unit Pelaksana Teknis (UPT) Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang. Melalui pendekatan ini, data yang diperoleh dari responden dianalisis untuk memberikan gambaran empiris mengenai bagaimana pemustaka menilai kegiatan promosi *e-library* dan bagaimana tingkat minat mereka dalam mengakses layanan tersebut.

Menurut Sugiyono (2022), metode penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk mengkaji fenomena pada kelompok atau sampel tertentu dengan bantuan instrumen sebagai alat pengumpulan data. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara numerik atau statistik dengan tujuan utama untuk menggambarkan suatu kondisi. Sejalan dengan itu, Creswell (2014), menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang dapat dikuantifikasi dengan instrumen tertentu sehingga menghasilkan data numerik yang dapat dianalisis secara statistik.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran secara sistematis mengenai bagaimana persepsi pemustaka terhadap promosi *e-library* (variabel 1) berkaitan dengan minat akses pemustaka (variabel 2) di Unit Pelaksana Teknis Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang.

3.1.2 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Unit Pelaksana Teknis Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang yang berada di Jl. Balai Gadang, Kecamatan Koto Tangah, Kota Padang, Sumatera Barat. Sejak 25 Februari 2024 sampai 24 Oktober 2025. Peneliti memilih tempat ini sebagai tempat penelitian karena Unit Pelaksana Teknis Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang telah menerapkan inovasi strategi promosi melalui aplikasi *e-library* sebagai upaya memperluas layanan digital bagi mahasiswa. Namun, penerapan promosi tersebut masih belum optimal, terlihat dari

rendahnya tingkat pengetahuan dan minat mahasiswa dalam mengakses *e-library*. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan untuk mendeskripsikan persepsi pemustaka terhadap promosi *e-library* serta tingkat minat akses pemustaka di UPT Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang.

3.2 Desain Penelitian

3.2.1 Variabel Penelitian

Pada lingkup penelitian, variabel merujuk pada unsur atau bagian dari suatu permasalahan yang sedang diteliti. Menurut Sugiyono (2022), variabel penelitian adalah suatu unsur atau atribut yang memiliki nilai atau karakteristik berbeda pada setiap individu atau objek yang diteliti, yang kemudian sengaja dipilih oleh peneliti untuk dianalisis guna memperoleh suatu kesimpulan.

Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis variabel yang dikaji, yaitu variabel bebas (*independen*) dan variabel terikat (*dependen*). Variabel *independent* merupakan faktor yang memengaruhi atau diduga menjadi penyebab terjadinya suatu kondisi tertentu, sementara variabel *dependen* merupakan aspek yang dipengaruhi oleh variabel *independen*. Pada penelitian ini, variabel *independennya* adalah promosi *e-library* (V1), sedangkan variabel *dependennya* adalah minat akses pemustaka terhadap layanan *e-library* (V2) di Unit Pelaksana Teknis Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang.

3.2.2 Definisi Operasional

Tabel 3. 1 Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Definisi Operasional	Jumlah Item	No. Item
Promosi E-Library (Variabel 1)	Periklanan (<i>Advertising</i>)	Bentuk komunikasi promosi non-pribadi yang dilakukan melalui media cetak maupun digital untuk menyampaikan informasi dan meningkatkan kesadaran mahasiswa terhadap	4	1,2,3,4

		keberadaan serta manfaat layanan <i>e-library</i> .		
	Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	Kegiatan promosi berupa insentif atau program tertentu yang dirancang untuk mendorong mahasiswa agar tertarik mencoba dan lebih sering mengakses layanan <i>e-library</i> dalam jangka waktu tertentu.	3	5,6,7
	Penjualan Pribadi (<i>Personal Selling</i>)	Bentuk komunikasi langsung yang dilakukan oleh pustakawan atau staf perpustakaan kepada mahasiswa, baik secara tatap muka maupun daring, untuk menjelaskan, membimbing, dan meyakinkan mahasiswa mengenai manfaat penggunaan <i>e-library</i> .	3	8,9,10
	Hubungan Masyarakat (<i>Public Relations</i>)	Upaya membangun citra positif dan kepercayaan mahasiswa terhadap <i>e-library</i> melalui kegiatan komunikasi, publikasi, dan interaksi institusional yang dilakukan oleh perpustakaan.	4	11,12,13, 14
	Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>)	Penyampaian informasi promosi <i>e-library</i> secara langsung dan personal kepada mahasiswa melalui media	3	15,16,17

		digital seperti pesan singkat, email, notifikasi aplikasi, atau platform daring lainnya.		
Minat Akses Pemustaka terhadap <i>E-Library</i> (Variabel 2)	Ketertarikan	Dorongan awal dalam diri mahasiswa yang ditunjukkan melalui rasa ingin tahu dan keinginan untuk mencoba, mengakses, serta mengeksplorasi koleksi dan fitur yang tersedia pada layanan <i>e-library</i> .	3	18,19,20
	Perasaan Senang	Kondisi emosional positif yang dirasakan mahasiswa saat menggunakan <i>e-library</i> , yang ditandai dengan rasa nyaman, puas, dan tidak adanya paksaan dalam memanfaatkan layanan dan koleksi digital.	3	21, 22,23
	Perhatian	Tingkat fokus dan pemusatan pikiran mahasiswa ketika mengakses <i>e-library</i> , yang tercermin dari keseriusan dalam menelusuri, membaca, dan mengikuti informasi yang tersedia.	3	24,25,26
	Keterlibatan	Partisipasi aktif mahasiswa dalam menggunakan <i>e-library</i> secara berkelanjutan, yang ditunjukkan melalui kesadaran, inisiatif, serta upaya	3	27,28,29

		memanfaatkan layanan tanpa dorongan dari pihak lain.		
--	--	--	--	--

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2022), populasi merupakan wilayah generalisasi dari objek/subjek penelitian yang mempunyai karakteristik yang ditentukan oleh peneliti mencakup beberapa hal seperti sarana, layanan, orang maupun lingkungan penelitian yang kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang yang berpotensi memanfaatkan layanan *e-library* di Unit Pelaksana Teknis (UPT) Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang. Berdasarkan data statistik akademik kampus, jumlah mahasiswa aktif UIN Imam Bonjol Padang mencapai sekitar 15.307 mahasiswa. Namun demikian, tidak seluruh mahasiswa tersebut telah memanfaatkan layanan *e-library*. Berdasarkan data dari UPT Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang, jumlah mahasiswa yang tercatat sebagai pengguna *e-library* pada periode Agustus 2023 hingga September 2024 sebanyak 577 orang. Jika dibandingkan dengan jumlah keseluruhan mahasiswa aktif, maka jumlah tersebut sekitar 3,77% dari total mahasiswa.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2022), sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel yang dipilih merupakan bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili karakteristik tertentu dari populasi penelitian. Penentuan sampel dilakukan untuk memperoleh gambaran empiris mengenai persepsi pemustaka terhadap strategi promosi *e-library*.

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Teknik ini merupakan metode pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu mahasiswa yang secara tidak sengaja ditemui peneliti namun memenuhi kriteria yang telah ditentukan dapat dijadikan responden. Kriteria tersebut adalah mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang yang telah mengetahui atau menggunakan layanan *e-library*.

Penggunaan teknik *accidental sampling* dipilih karena penelitian ini menjangkau responden dari mahasiswa yang sedang berinteraksi dengan layanan perpustakaan, baik secara langsung maupun melalui *e-library*. Teknik ini dinilai praktis, cepat,

dan efisien untuk memperoleh data. Namun, kelemahannya adalah kurang menjamin representativitas secara merata antar program studi, sehingga hasil penelitian lebih bersifat deskriptif terhadap kondisi sampel yang diperoleh.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan rumus slovin dengan taraf kesalahan sebesar 10% (Wicaksono, 2013) yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Taraf kesalahan, sebesar (10% = 0.1)

Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan taraf kesalahan sebesar 10% (0,1). Penetapan taraf kesalahan ini didasarkan pada pertimbangan efisiensi waktu, keterbatasan sumber daya, serta karakter penelitian yang bersifat eksploratif. Dengan menggunakan rumus Slovin, maka jumlah sampel yang akan diteliti yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{577}{1 + 577 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{577}{6,77}$$

$$n = 85,2 \text{ (Dibulatkan menjadi 86 responden)}$$

Dengan menggunakan rumus Slovin, maka dari total populasi dalam penelitian ini berdasarkan data *user* sampai dengan tahun 2024 sebanyak 577 pengguna aktif *e-library*, diperoleh jumlah sampel sebanyak 85,2 yang kemudian dapat dibulatkan menjadi 86 responden. Pemilihan sampel dilakukan dari populasi dengan memperhatikan kriteria inklusi yang telah ditetapkan oleh peneliti (Nursalam, 2017).

Kriteria inklusi dalam penelitian ini adalah:

1. Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang yang aktif.
2. Pernah menggunakan atau minimal login ke aplikasi *e-library* Unit Pelaksana Teknis Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang.
3. Memiliki pemahaman mengenai layanan perpustakaan, khususnya *e-library*

4. Bersedia mengisi kuesioner penelitian secara lengkap.
5. Berusia minimal 18 tahun.

Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh jumlah sampel sebanyak 86 mahasiswa aktif UIN Imam Bonjol Padang.

3.4 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk memperoleh data secara lengkap, objektif, dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, sesuai dengan masalah yang diangkat dalam penelitian. Instrumen penelitian dipergunakan untuk mengukur berbagai fenomena, baik di bidang alam maupun sosial, sesuai dengan objek yang diteliti (Sugiyono, 2019).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan instrumen penelitian berupa angket. Menurut Sugiyono (2019), angket merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan beberapa butir pernyataan yang harus diisi oleh responden sesuai dengan kondisi di lapangan. Kuesioner ini berbentuk angket tertutup, di mana responden hanya perlu memilih jawaban dari opsi yang telah disediakan. Peneliti juga menggunakan skala likert untuk menilai sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial tertentu. Setiap jawaban dalam instrumen berbasis skala likert memiliki tingkatan dari sangat positif hingga sangat negatif (Sugiyono, 2019).

Setiap pernyataan dalam skala likert berfungsi untuk mengukur respons individu melalui lima pilihan jawaban, yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), kurang setuju (KS), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS), dengan masing-masing diberikan nilai 5, 4, 3, 2, dan 1. Skala Likert sendiri digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Tabel 3. 2 Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3

4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Dengan menggunakan skala likert, peneliti bertujuan untuk memahami persepsi pemustaka terhadap promosi *e-library* (V1) dan minat akses *e-library* (V2) di Unit Pelaksana Teknis Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang.

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai alat utama pengumpulan data terkait persepsi responden, yang selanjutnya dianalisis secara deskriptif. Kuesioner tersebut dirancang berdasarkan indikator-indikator dari masing-masing variabel yang diteliti, dan disusun dalam bentuk kisi-kisi instrumen yang sistematis, dengan kisi-kisi kuesioner sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Kisi-Kisi Kuesioner

No	Variabel	Indikator	Pernyataan
1.	Persepsi Pemustaka Terhadap Promosi <i>E-Library</i> (Variabel 1) (Bauran Promosi Menurut Kotler dan Keller, 2012).	1. Periklanan (<i>Advertising</i>)	1. Saya mengetahui keberadaan <i>e-library</i> UIN Imam Bonjol Padang dari media sosial. 2. Informasi promosi <i>e-library</i> melalui media cetak atau online mudah saya temukan. 3. Desain dan pesan dalam iklan <i>e-library</i> menarik perhatian saya untuk mengaksesnya. 4. Tampilan visual promosi <i>e-library</i> terlihat menarik dan mudah dipahami.
		2. Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	1. Adanya promosi terkait koleksi tertentu membuat saya lebih tertarik mengakses <i>e-library</i> .

			2. Promosi yang ditawarkan perpustakaan mampu meningkatkan minat saya terhadap <i>e-library</i>. 3. Saya termotivasi membaca lebih banyak karena adanya penghargaan pembaca terbaik pada aplikasi <i>e-library</i>
		3. Penjualan Pribadi (<i>Personal Selling</i>)	1. Pustakawan secara langsung pernah menyarankan saya menggunakan <i>e-library</i>. 2. Saya merasa lebih tertarik mengakses <i>e-library</i> setelah mendapat penjelasan langsung dari pustakawan. 3. Komunikasi langsung dengan staf perpustakaan membuat saya lebih memahami manfaat <i>e-library</i>.
		4. Hubungan Masyarakat (Humas)	1. Saya mengetahui <i>e-library</i> melalui kegiatan literasi atau seminar dari perpustakaan. 2. Kegiatan promosi <i>e-library</i> yang dilakukan perpustakaan meningkatkan citra positif perpustakaan. 3. Saya merasa <i>e-library</i> semakin dikenal luas berkat kegiatan kerja sama promosi yang dilakukan Unit

			Pelaksana Teknis Perpustakaan. 4. Informasi publikasi resmi perpustakaan membantu saya memahami manfaat <i>e-library</i>.
		5. Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>)	1. Saya pernah menerima pesan langsung (seperti whatsapp atau email) dari perpustakaan tentang <i>e-library</i>. 2. Informasi <i>e-library</i> yang dikirimkan langsung kepada saya bermanfaat dan relevan. 3. Saya lebih memperhatikan informasi <i>e-library</i> yang dikirimkan langsung dibanding promosi umum.
2.	Minat akses <i>E-Library</i> (V2) (Menurut Djamarah, 2008)	1. Ketertarikan	1. Saya tertarik untuk mengakses koleksi digital yang tersedia pada <i>e-library</i> Unit Pelaksana Teknis (UPT) Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang. 2. Saya merasa penasaran untuk mencoba fitur-fitur layanan <i>e-library</i> Unit Pelaksana Teknis (UPT) Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang. 3. Saya terdorong untuk mencari dan membaca bahan pustaka baru melalui <i>e-library</i> Unit

			Pelaksana Teknis (UPT) Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang.
		2. Perasaan Senang	1. Saya merasa senang setiap kali menggunakan <i>e-library</i> Unit Pelaksana Teknis Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang untuk menunjang kebutuhan belajar. 2. Saya merasa puas ketika berhasil menemukan koleksi digital yang saya perlukan di <i>e-library</i> Unit Pelaksana Teknis Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang. 3. Saya lebih nyaman menggunakan <i>e-library</i> Unit Pelaksana Teknis Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang dibandingkan mencari sumber belajar di luar kampus.
		3. Perhatian	1. Saya memberikan perhatian penuh saat mengakses informasi melalui <i>e-library</i> Unit Pelaksana Teknis Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang. 2. Saya lebih fokus mencari bahan bacaan di <i>e-library</i>

			Unit Pelaksana Teknis Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang dibandingkan platform digital lain. 3. Saya selalu mengikuti informasi terbaru mengenai layanan <i>e-library</i> Unit Pelaksana Teknis Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang.
		4. Keterlibatan	1. Saya berusaha menggunakan <i>e-library</i> Unit Pelaksana Teknis Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang secara aktif tanpa harus diminta. 2. Saya terdorong untuk mencoba berbagai layanan yang tersedia di <i>e-library</i> Unit Pelaksana Teknis Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang. 3. Saya memiliki kesadaran untuk terus memanfaatkan <i>e-library</i> Unit Pelaksana Teknis Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang secara berkelanjutan.

3.5 Validitas dan Reliabilitas Instrumen

3.5.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2022), validitas menunjukkan sejauh mana data yang dikumpulkan benar-benar mencerminkan kebenaran dan relevansi dengan apa yang diteliti. Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur indikator variabel yang dimaksud. Uji validitas ini bertujuan untuk menilai kelayakan instrumen sebelum data dianalisis secara deskriptif, bukan untuk menguji hipotesis penelitian.

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan terhadap responden uji coba yang berada di luar sampel utama, dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 23. Hasil pengujian validitas akan menunjukkan butir-butir pernyataan yang valid serta dapat dipergunakan dalam pengumpulan data penelitian.

Adapun kriteria penilaiannya adalah sebagai berikut:

- Butir pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung $> r$ tabel.
- Butir pernyataan dinyatakan tidak valid, apabila r hitung $<$ dari r tabel.
- Nilai r hitung dapat ditemukan pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* dalam output SPSS.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2019), Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Instrumen yang reliabel akan menghasilkan data yang stabil dan dapat dipercaya ketika digunakan pada kondisi yang serupa. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan setelah seluruh butir pernyataan dinyatakan valid. Uji ini digunakan untuk memastikan keandalan instrumen sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian kuantitatif deskriptif, bukan untuk menguji hubungan atau pengaruh antarvariabel.

Dalam pengujian ini menggunakan rumus koefisien *Cronbach's Alpha* dengan bantuan SPSS versi 23. Penelitian ini menggunakan ambang batas sebesar 0,60 sebagai tolok ukur reliabilitas. Kriteria yang digunakan dalam menginterpretasikan hasil uji ini adalah:

- a) Jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60, maka instrumen dikatakan reliabel atau dapat dipercaya;

- b) Sebaliknya, jika nilai Cronbach's Alpha kurang dari 0,60, maka instrumen tersebut dianggap tidak reliabel.

3.6 Prosedur Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2022), terdapat berbagai teknik yang dapat digunakan dalam proses pengumpulan data penelitian. Pada penelitian berjudul persepsi pemustaka terhadap promosi *e-library* dan minat akses di UPT Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang, peneliti menggunakan tiga teknik utama, yaitu kuesioner, wawancara, dan observasi.

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner digunakan sebagai instrumen utama dalam memperoleh data. Instrumen ini berbentuk angket tertutup, di mana seluruh opsi jawaban telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti sehingga responden hanya memilih jawaban yang paling sesuai dengan pengalaman atau pandangannya (Sugiyono, 2019). Kuesioner ditujukan kepada mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang yang aktif menggunakan *e-library*, dengan tujuan untuk menggali tanggapan mereka mengenai persepsi pemustaka terhadap promosi *e-library* dan minat aksesnya.

2. Wawancara

Menurut Sugiyono (2019), wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk melengkapi data dari kuesioner dengan penjelasan yang lebih mendalam. Dalam hal ini, peneliti mewawancarai mahasiswa yang sering memanfaatkan layanan *e-library* di Unit Pelaksana Teknis Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang. Selain itu, wawancara juga dilakukan dengan Kepala Perpustakaan untuk mendapatkan informasi mengenai latar belakang, tujuan, serta strategi yang diterapkan dalam promosi *e-library*.

3. Observasi

Menurut Sugiyono (2019), observasi adalah metode pengumpulan data yang memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan metode lain seperti wawancara dan kuesioner. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung, agar peneliti dapat memahami situasi di lokasi penelitian. Teknik ini membantu peneliti melihat secara nyata bagaimana mahasiswa menggunakan aplikasi *e-library*, sekaligus menilai sejauh mana strategi promosi yang diterapkan mampu menarik

minat akses. Observasi ini menjadi data pendukung untuk memperkuat temuan penelitian.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, yaitu menganalisis data numerik yang diperoleh dari kuesioner untuk menggambarkan kondisi dan kecenderungan variabel penelitian tanpa melakukan pengujian hubungan maupun sebab-akibat antarvariabel. Analisis ini bertujuan memberikan gambaran empiris mengenai persepsi pemustaka terhadap promosi *e-library* dan minat akses di Unit Pelaksana Teknis (UPT) Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang.

Menurut Sugiyono (2022), analisis data merupakan proses mengolah dan menyusun data yang diperoleh dari responden secara sistematis sehingga data tersebut mudah dipahami dan dapat ditarik maknanya. Sejalan dengan pendekatan penelitian yang digunakan, analisis data dilakukan dengan statistik deskriptif, yaitu teknik statistik yang digunakan untuk menyajikan data apa adanya sesuai dengan kondisi nyata, tanpa melakukan generalisasi atau pengujian hipotesis inferensial.

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Editing Data

Editing data merupakan tahap pemeriksaan awal terhadap data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner. Pada tahap ini, peneliti memeriksa kelengkapan dan konsistensi jawaban responden untuk memastikan bahwa data yang digunakan layak dianalisis.

2. Coding Data

Coding data dilakukan dengan memberikan kode atau skor pada setiap alternatif jawaban dalam kuesioner. Pemberian kode ini bertujuan untuk memudahkan proses pengolahan data secara kuantitatif sesuai dengan indikator masing-masing variabel penelitian.

3. Tabulasi Data

Data yang telah diberi kode selanjutnya disusun ke dalam bentuk tabel sesuai dengan variabel dan indikator penelitian. Tabulasi data dilakukan untuk

memudahkan peneliti dalam melihat distribusi jawaban responden secara sistematis.

4. Penyajian Data

Data yang telah ditabulasi kemudian disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi, persentase, dan diagram. Penyajian data ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai persepsi pemustaka terhadap promosi *e-library* dan minat akses berdasarkan tanggapan responden. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 23 sebagai alat bantu penghitungan.

5. Penafsiran Data

Tahap terakhir adalah penafsiran data, yaitu memberikan makna terhadap hasil analisis deskriptif yang telah disajikan. Penafsiran dilakukan dengan mengaitkan hasil persentase dan kecenderungan data dengan indikator masing-masing variabel, sehingga dapat menjawab rumusan masalah penelitian secara deskriptif.

Dalam penelitian ini, data dianalisis menggunakan statistik deskriptif yang mencakup penyajian data dalam bentuk tabel, grafik, dan diagram, serta perhitungan ukuran pemusatan data seperti rata-rata (*mean*) (Sugiyono, 2022). Perhitungan skor rata-rata untuk setiap indikator dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i}{n}$$

Keterangan:

$\bar{x}$ = rata-rata skor tiap indikator

$\sum x_i$ = jumlah total skor dari butir pernyataan pada indikator yang sama

N = jumlah butir pernyataan pada indikator tersebut

Untuk mengetahui persentase frekuensi jawaban, digunakan rumus:

$$P = \left(\frac{F}{N} \right) \times 100$$

Keterangan:

P = persentase

F = jumlah jawaban responden per kategori

N = jumlah total responden

Dalam penelitian ini digunakan skala Likert 5 poin, dengan skor terendah 1 dan tertinggi 5. Maka, rentang antar skala dapat dihitung dengan:

$$\text{Skala Interval} = \frac{a(m-n)}{b}$$

Keterangan:

a = jumlah item

m = skor tertinggi

n = skor terendah

b = jumlah kategori penilaian

$$\begin{aligned} \text{Skala Interval} &= \frac{a(m-n)}{b} \\ &= \frac{1(5-1)}{5} \\ &= \frac{1(4)}{5} \\ &= 0,80 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh rentang nilai sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Rentang Nilai Skala Interval

Kategori Skor	Rentang Nilai
Sangat Baik	4,24 – 5,00
Baik	3,43 – 4,23
Cukup	2,62 – 3,42
Kurang Baik	1,81 – 2,61
Sangat Kurang Baik	1,00 – 1,80

Rentang kategori ini digunakan sebagai dasar interpretasi hasil penelitian. Apabila skor rata-rata persepsi pemustaka terhadap promosi *e-library* berada pada kategori **baik**, maka dapat diartikan bahwa strategi promosi yang diterapkan perpustakaan telah berjalan secara optimal. Sebaliknya, apabila minat akses mahasiswa berada pada kategori **cukup** atau **kurang baik**, maka diperlukan evaluasi dan pengembangan strategi promosi agar pemanfaatan layanan *e-library* dapat ditingkatkan. Dengan demikian, analisis deskriptif ini memungkinkan peneliti menilai secara objektif terkait persepsi pemustaka terhadap promosi *e-library* dan minat akses di UPT Perpustakaan UIN Imam Bonjol Padang.