

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyiyah. (2019). *Pemanfaatan aplikasi iPusnas dalam meningkatkan minat baca di era digital*. 10(3), 727.
- Alma, B. (2007). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amanda, R. (2019). *Pemasaran dan loyalitas pelanggan*. Jakarta: Penerbit Ekonomi Indonesia.
- Arini, A., et al. (2023). *Analisis emosional menggunakan Kansei Engineering*. 5(2), 102–110.
- Chen, K., Lin, R., & Ma, Y. (2015). Kansei engineering and its application in product design: A review. 47, 441–452.
- Fahreza, R. (2020). *iPusnas dan transformasi digital Perpustakaan Nasional*. Jakarta: Perpustnas Press.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS* (ed. 5). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Analisis multivariate lanjutan dengan program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- GoodStats. (2025). *Data preferensi pembaca Indonesia tahun 2025*. Diakses dari <https://goodstats.id>
- Griffin, J. (2019). *Customer loyalty: How to earn it, how to keep it*. Jakarta: Erlangga.
- Guo, F. (2012). Four essential elements of user experience. *UX Magazine*. <https://uxmag.com/articles/four-essential-elements-of-user-experience>

Hartono, M. (2012). *Kansei Engineering approach for enhancing user experience*. 14(2), 101–108.

Irawan, H. (2002). *10 prinsip kepuasan pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

ISO. (2009). *ISO 9241-210: Ergonomics of human-system interaction — Part 210: Human-centred design for interactive systems*. Geneva: International Organization for Standardization.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2003). *Manajemen pemasaran* (Jilid 1 & 2). Jakarta: Indeks.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen pemasaran* (ed. 12). Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Lokman, A. M. (2010). Kansei Engineering: A review. *International Journal of Applied Sciences*, 10(19), 93–98.

Mardiyanto, E. (2018). Analisis user experience aplikasi iPusnas. 6(2), 87–92.

Mu'alim, & Hidayat, R. (2014). *Penerapan Kansei Engineering dalam desain produk*. Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh Nopember.

Nagamachi, M. (1986). *Kansei Engineering: A new consumer-oriented technology for product development*. Tokyo: Japanese Standards Association.

Needham, R., & Mills, J. (2009). Digital libraries and mobile access. 1(2), 15–26.

Puspita, M., & Irwansyah, D. (2018). Inovasi perpustakaan digital iPusnas. 10(1), 15–20.

- Schütte, S. (2002). *Designing feeling into products: Integrating Kansei Engineering methodology in product development* [Disertasi, Linköping University]. Linköping University Electronic Press.
- Shieh, M. D., & Yeh, T. M. (2013). Reducing Kansei words for product design. *Applied Mechanics and Materials*, 284–287, 1294–1299.
- Soesana, I., et al. (2023). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: CV Pustaka Sains.
- Syifauzakia, A., et al. (2021). Pengelompokkan kata Kansei berdasarkan hierarki Maslow. 13(1), 55–63.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2015). *Pemasaran strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Zeithaml, V. A. (1996). Consumer perceptions of price, quality and value: A means–end model and synthesis of evidence. 52(3)