

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT DONOR DARAH:
STUDI PADA UNIT DONOR DARAH PMI KABUPATEN BANGLI PROVINSI BALI**

**Luh Erynayati^{1*}, Made Ayu Desy Geriadi², Made Mulia Handayani³,
Desak Nyoman Nopiyanti⁴**
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ngurah Rai, Bali, Indonesia
luh.erynayati@unr.ac.id *
(* penulis korespondensi)

ABSTRACT

The lack of public interest in blood donation is one of the main causes for not fulfilling the amount of blood needed by PMI as a Blood Donor Unit. The success of achieving these goals is determined by various factors that influence blood donation interest, including service quality and promotion. Similarly, the quality of service and promotion is one of the factors that can influence blood donor interest in the Bangli Regency PMI Blood Donor Unit. Purposive sampling technique was used in this study with the respondents being donors with criteria aged between 17 to 60 years and had never donated blood before, totaling 96 respondents. Multiple linear regression analysis, determination analysis, hypothesis testing using simultaneous test (F-test) and partial test (t-test) are the analytical techniques used. The results of the study show that service quality has a positive and significant effect on people's interest in donating blood. Promotion has a positive and significant effect on people's interest in donating blood. Both the quality of service and promotion both have a positive and significant influence on blood donation interest in the Blood Donor Unit PMI Bangli Regency.

Keywords: Quality of Service, Promotion and Interest in Blood Donation

ABSTRAK

Kurangnya minat donor darah masyarakat menjadi dasar tidak terpenuhinya jumlah darah yang dibutuhkan PMI sebagai suatu Unit Donor Darah. Keberhasilan mencapai tujuan tersebut ditentukan oleh berbagai faktor yang mempengaruhi minat donor darah antara lain kualitas pelayanan dan promosi. Begitu juga pada Unit Donor Darah PMI Kabupaten Bangli, kualitas pelayanan dan promosi merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat donor darah. Teknik purposive sampling digunakan pada penelitian ini dengan responden adalah pendonor dengan kriteria berusia antara 17 sampai dengan 60 tahun dan sudah pernah melakukan donor darah sebelumnya, berjumlah 96 orang responden. Analisis regresi linear berganda, analisis determinasi, uji hipotesis yang menggunakan uji simultan (F-test) maupun uji parsial (t-test) merupakan teknik analisis yang digunakan. Hasil dari penelitian menunjukkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat orang mendonorkan darah. Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat orang mendonorkan darah. Baik kualitas pelayanan dan promosi keduanya memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat donor darah di Unit Donor Darah PMI Kabupaten Bangli. Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Promosi, Minat Donor Darah*

PENDAHULUAN

PMI adalah organisasi yang bergerak dalam bidang kemanusiaan seperti membantu korban bencana. Selain itu PMI merupakan satu-satunya organisasi yang memiliki tugas untuk memberikan pelayanan darah. Donor darah merupakan kegiatan yang penting dilakukan mengingat setiap harinya banyak permintaan dari pihak Rumah Sakit akan darah. Donor darah selain sebagai kegiatan kemanusiaan juga mempunyai manfaat lain salah satunya ialah membuat tubuh semakin sehat sebab dengan mendonorkan darah tubuh akan memproduksi darah yang baru (Sapta, dkk. 2009).

PMI hingga kini konsisten menggalakkan kegiatan donor darah di setiap kantor cabang PMI yang tersebar di seluruh Indonesia termasuk juga PMI Kabupaten Bangli pada provinsi Bali yang siap melayani relawan yang ingin mendonorkan darahnya setiap hari. PMI Kabupaten Bangli merupakan organisasi *non-profit* yang bergerak di bidang kemanusiaan. Salah satu misi PMI ialah menggerakkan generasi muda dan masyarakat dalam tugas-tugas kemanusiaan.

Pengertian minat menurut Sumadi Suryabrata (2002) adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu hal diluar dirinya. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut semakin besar minatnya. Benny dan Yuskar (2006) menyatakan minat adalah keinginan yang didorong oleh suatu keinginan setelah melihat, mengamati dan membandingkan serta mempertimbangkan dengan kebutuhan yang diinginkannya. Data permintaan darah dan pendonor darah di UDD PMI Kabupaten Bangli Tahun 2017 sampai dengan 2019 dari bulan Januari - Desember disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1 Data Jumlah Permintaan Darah dan Jumlah Donor Unit Donor Darah PMI Kabupaten Bangli Tahun 2017 sampai dengan 2019

Tahun	Donor (kantong darah)		Jumlah DS & DP (kantong darah)	Jumlah Permintaan Darah (kantong darah)	Ketercapaian (%)
	Donor Sukarela	Donor Pengganti			
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
2017	612	944	1.556	3.024	51,46
2018	203	1.553	1.756	2.695	65,16
2019	612	855	1.467	2.190	66,99
Total	1.427	3.352	4.779	7.909	

Sumber: Unit Donor Darah PMI Kabupaten Bangli (data diolah, 2021)

Berdasarkan hasil observasi pada PMI Kabupaten Bangli bahwa jumlah kantong darah dari pendonor sukarela dan donor pengganti setiap tahunnya mengalami fluktuasi. Tahun 2017 jumlah kantong darah dari pendonor sukarela dan donor pengganti sebanyak 1.556 kantong darah dengan jumlah permintaan darah sebanyak 3.024 kantong darah dengan ketercapaian sebesar 51,46%. Tahun 2018 jumlah kantong darah dari pendonor sukarela dan donor pengganti sebanyak 1.756 kantong darah dengan jumlah permintaan darah sebanyak 2.695 kantong darah dengan ketercapaian sebesar 65,16%. Sedangkan tahun 2019 jumlah kantong darah dari pendonor sukarela dan donor pengganti sebanyak 1.467 kantong darah dengan jumlah permintaan darah sebanyak 2.190 kantong darah dengan ketercapaian sebesar 66,99%. Hal ini mengindikasikan bahwa PMI Kabupaten Bangli belum mampu memenuhi kebutuhan permintaan darah sesuai dengan kebutuhan Rumah Sakit di Kabupaten Bangli dan sekitarnya.

PMI Kabupaten Bangli sebagai sebuah organisasi tentunya harus memiliki strategi untuk meningkatkan minat donor darah masyarakat. Meningkatkan minat masyarakat untuk donor darah bukanlah hal yang mudah karena tidak sedikit jumlah masyarakat yang apatis terhadap lingkungan sekitar sehingga PMI membutuhkan strategi pemasaran untuk meraih minat donor darah masyarakat. Berdasarkan hasil observasi, faktor minat donor darah masyarakat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan promosi yang dilakukan oleh PMI Kabupaten Bangli. Penelitian oleh Ariandika (2021) juga menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh pada persepsi dan minat masyarakat untuk mendonorkan darah.

Kualitas pelayanan merupakan mutu dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal berdasarkan standar prosedur pelayanan. Kualitas layanan (*service quality*) berarti seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima (Kotler dan Keller, 2016). Menyadari pentingnya kualitas pelayanan, maka hal ini perlu diterapkan pada organisasi yang bergerak di bidang jasa kemanusiaan, tepatnya pada PMI Kabupaten Bangli dituntut untuk tetap memberikan pelayanan/*service* yang sebaik-baiknya kepada setiap masyarakat.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi minat donor masyarakat adalah promosi. Kegiatan promosi terdiri dari semua kegiatan pemasaran yang mencoba mempercepat aksi pembelian suatu produk atau terjadinya pembelian dalam waktu yang singkat (Shimp, 2000). Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan atau meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan bersangkutan (Tjiptono, 2002).

Humas mempunyai andil yang besar dalam suatu organisasi karena menyangkut hubungan yang baik dengan masyarakat. Salah satu upaya Humas PMI Kabupaten Bangli untuk mengajak dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan manfaat donor darah ialah dengan melakukan kegiatan publikasi. Publikasi mencakup di dalamnya kegiatan publisitas yang mana publisitas merupakan salah satu teknik yang sering digunakan dalam program humas untuk tujuan promosi yang kegiatannya memperkenalkan PMI Kabupaten Bangli sehingga masyarakat dapat mengenalnya.

Berdasarkan uraian diatas, maka dijabarkan hipotesis sebagai berikut:

- H₁: Kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat donor darah di Unit Donor Darah PMI Kabupaten Bangli.
- H₂: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat donor darah di Unit Donor Darah PMI Kabupaten Bangli.
- H₃: Promosi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat donor darah di Unit Donor Darah PMI Kabupaten Bangli.

Melalui penjabaran dan terkait adanya beberapa permasalahan berkaitan dengan kualitas pelayanan dan promosi dalam usaha meningkatkan minat donor darah di Unit Donor Darah PMI Kabupaten Bangli, maka penulis melakukan penelitian yang menelaah pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat donor darah, spesifiknya studi pada unit donor darah PMI Kabupaten Bangli Provinsi Bali.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Unit Donor Darah PMI Kabupaten Bangli yang berlokasi di Jalan Brigjen Ngurah Rai No. 99X Komplek Rumah Sakit Umum Bangli. Objek penelitian ini adalah mengenai

kualitas pelayanan, promosi dan minat donor darah di Unit Donor Darah PMI Kabupaten Bangli. Populasi dalam penelitian ini adalah pendonor darah di Unit Donor Darah PMI Kabupaten Bangli yang tidak dapat diidentifikasi (*Infinite Population*). *Purposive sampling* adalah teknik yang digunakan dengan kekhususan serta pertimbangan agar data yang diperoleh lebih representatif (Sugiyono, 2015), dengan jumlah 96 responden. Berarti responden yang diambil sebagai sampel adalah responden yang ditemui pada saat penelitian berlangsung dengan menetapkan kriteria yaitu pendonor yang berusia antara 17 sampai dengan 60 tahun dan sudah pernah donor darah sebelumnya. Teknik pengumpulan data dalam studi penelitian menggunakan observasi, kuesioner, wawancara serta studi dokumentasi. Teknis analisis data yang digunakan berupa analisis regresi linear berganda, analisis determinasi, uji hipotesis yang menggunakan uji simultan (*F-test*) maupun uji parsial (*t-test*).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengukuran terhadap valid tidaknya variabel dilakukan dalam penelitian. Instrumen penelitian (kuesioner) digunakan sebagai alat pengumpul data yang valid. Kuesioner terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Evaluasi model pengukuran dilakukan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas indikator yang mengukur variabel laten. Hal ini disajikan dalam Tabel 2.

Tabel 2 Pengujian Validitas

Variabel	Kode	Koefisien Korelasi	Nilai r-tabel ($\alpha=95\%$)	Keterangan
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Kualitas Pelayanan (X_1)	Kualitas_pelayanan_1	0,847	0,30	Valid
	Kualitas_pelayanan_2	0,874	0,30	Valid
	Kualitas_pelayanan_3	0,864	0,30	Valid
	Kualitas_pelayanan_4	0,840	0,30	Valid
	Kualitas_pelayanan_5	0,850	0,30	Valid
Promosi (X_2)	Promosi_1	0,866	0,30	Valid
	Promosi_2	0,835	0,30	Valid
	Promosi_3	0,862	0,30	Valid
	Promosi_4	0,876	0,30	Valid
Minat Donor Darah (Y)	Minat_donor_darah_1	0,695	0,30	Valid
	Minat_donor_darah_2	0,792	0,30	Valid
	Minat_donor_darah_3	0,812	0,30	Valid
	Minat_donor_darah_4	0,898	0,30	Valid

Sumber: Olah data IBM SPSS Statistics version 22, 2021

Dengan melihat informasi yang ditampilkan berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa variabel-variabel tersebut menunjukkan hasil yang valid dengan nilai lebih besar dari 0,30. Hal ini menunjukkan bahwa (X_1) Kualitas pelayanan dan (X_2) merupakan variabel yang valid dalam sebagai pengukur Minat donor darah (Y).

Sedangkan pada evaluasi yang dilakukan terhadap variabel Minat Donor Darah (Y), ditemukan bahwa nilai dari variabel pengukur tersebut memiliki nilai lebih besar dari 0,30 yang mengindikasikan bahwa variabel tersebut merupakan suatu indikator yang valid. Artinya

semua item pernyataan mampu mengukur variabel kualitas pelayanan, promosi dan minat donor darah.

Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi digunakan dalam penelitian ini untuk membuktikan hipotesis yang dikemukakan. Data diperoleh dengan tabulasi melalui instrumen kuesioner. Hasil analisis regresi linier berganda dengan program *IBM SPSS Statistics version 22* dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 Rangkuman Hasil Analisis Statistik Antara Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Donor Darah

Variabel (1)	Unstandardized Coefficients	
	B (2)	Standard Error (3)
Constant	3,604	0,823
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,285	0,053
Promosi (X_2)	0,392	0,068

Sumber : Olah data *IBM SPSS Statistics version 22*, 2021

Informasi yang ditampilkan pada sajian Tabel 3 dengan *IBM SPSS Statistics version 22* terlihat persamaan garis linier berganda menunjukkan tanda hubungan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya dengan persamaan regresi linier berganda adalah $Y = 3,604 + 0,285 (X_1) + 0,392 (X_2)$ sehingga memberikan informasi bahwa :

- 1) $a = 3,604$ artinya bahwa apabila tidak ada perhatian terhadap kualitas pelayanan dan promosi atau nilainya konstan, maka minat donor darah memiliki nilai sebesar rata-rata 3,604.
- 2) $b_1 = 0,285$ artinya apabila variabel promosi (X_2) dianggap konstan, maka meningkatnya skor kualitas pelayanan (X_1) sebesar satu satuan akan diikuti dengan semakin meningkatnya minat donor darah sebesar rata-rata 0,285.
- 3) $b_2 = 0,392$ artinya apabila variabel kualitas pelayanan (X_1) dianggap konstan, maka meningkatnya skor promosi (X_2) sebesar satu satuan akan diikuti oleh meningkatnya minat donor darah sebesar rata-rata 0,392.

Dengan demikian, dari persamaan di atas maka dapat dijelaskan arah hubungan Kualitas Pelayanan (X_1) dan Promosi (X_2) terhadap Minat Donor Darah adalah positif. Nilai Koefisien regresi yang bertanda positif menunjukkan adanya pengaruh yang searah, dimana apabila *kualitas pelayanan* dan *promosi* ditingkatkan, maka akan diikuti oleh meningkatnya minat donor darah PMI Kabupaten Bangli, begitu juga sebaliknya.

Analisis Determinasi

Persentase besarnya variasi hubungan antara kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat donor darah secara simultan, dapat dilihat pada hasil pengujian determinasi di Tabel 4.

Tabel 4 Model Summary

Model (1)	R (2)	R Squared (3)
1	0,786	0,617

Sumber : Olah data *IBM SPSS Statistics version 22, 2021*

Hasil analisis menunjukkan bahwa besarnya $R^2 = 0,617$. Nilai koefisien determinasi adalah sebesar $D = 61,70\%$. Kemudian ada pengaruh persentase besarnya nilai sumbangan kualitas pelayanan dan promosi di Unit Donor Darah PMI Kabupaten Bangli adalah sebesar $61,70\%$ sedangkan sisanya sebesar $38,30\%$ ini dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Analisis Statistik Uji F (*F-test*)

Analisis statistik uji F (*F-test*) ini bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel bebas kualitas pelayanan (X_1) dan promosi (X_2) secara simultan terhadap variabel terikat minat donor darah (Y). Adapun hasil pengujian hipotesis menggunakan uji F (*F-test*) ditunjukkan pada Tabel 5.

Tabel 5 Hasil Uji Simultan (<i>F-test</i>)			
Model (1)	(2)	F (3)	Sig. (4)
1	Regresion	75,027	0,000
	Residual		
	Total		

Sumber : Olah data *IBM SPSS Statistics version 22, 2021*

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti bahwa variabel kualitas pelayanan dan promosi secara simultan terhadap minat donor darah di Unit Donor Darah PMI Kabupaten Bangli. Terlihat dari Hal ini hasil perhitungan uji F, dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel} maka didapat $F_{hitung} = 75,027$ lebih besar $F_{tabel} = 3,09$ dan nilai signifikansi adalah $0,000$ lebih kecil dari taraf signifikansi $0,05$. Berdasarkan analisa dan data-data diatas menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap minat donor darah, serta dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Patra Rusdianto (2016), memperkuat hasil penelitian dimana menunjukan bahwa promosi, kualitas pelayanan, dan religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat menjadi muzakki pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Dompot Dhuafa. Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Dian dan Hendri (2020), hasil penelitiannya menunjukkan promosi dan kualitas layanan secara parsial dan simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat pembeli di Wendy's.

Analisis Statistik Uji t (*t-test*)

Analisis statistik uji t (*t-test*) dilakukan dalam menguji signifikansi variabel secara parsial. Hasil Uji Signifikansi Parsial (*t-test*) dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6 Hasil Statistik Uji t Parsial (<i>t-test</i>)		
Model (1)	T (2)	Sig. (3)
Konstanta	-	-
Kualitas Pelayanan (X_1)	5,335	0,000
Promosi (X_2)	5,796	0,000

Sumber : Olah data *IBM SPSS Statistics version 22, 2021*

Nilai $t_{1\text{-hitung}}$ diperoleh sebesar 5,335 sedangkan nilai $t_{\text{-tabel}}$ sebesar 1,661. Ternyata nilai $t_{1\text{-hitung}}$ lebih besar dari pada nilai $t_{\text{-tabel}}$ atau $t_{1\text{-hitung}} = 5,335 > t_{\text{-tabel}} = 1,661$. Artinya bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat donor darah di Unit Donor Darah PMI Kabupaten Bangli dan hipotesis diterima. Penelitian ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggreni dan Anggi (2019), yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat relawan donor darah di Unit Donor Darah PMI Kabupaten Gianyar.

Sedangkan nilai $t_{2\text{-hitung}}$ diperoleh sebesar 5,796 dan $t_{\text{-tabel}}$ sebesar 1,661. Ternyata nilai $t_{2\text{-hitung}}$ lebih besar dari pada $t_{\text{-tabel}}$, artinya juga bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi terhadap minat donor darah di Unit Donor Darah PMI Kabupaten Bangli dan hipotesis diterima. Penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Shafira, dkk., (2021), yang menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat beli pada *marketplace Shopee*.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan dari penelitian yang dapat diberikan adalah: 1) Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat orang mendonorkan darah di Unit Donor Darah PMI Kabupaten Bangli 2) Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat orang mendonorkan darah di Unit Donor Darah PMI Kabupaten Bangli 3) Baik kualitas pelayanan dan promosi keduanya memiliki pengaruh positif dan significant terhadap minat donor darah di Unit Donor Darah PMI Kabupaten Bangli.

Pemerintah Daerah Kabupaten Bangli diharapkan dapat mendukung program terkait pelayanan donor darah dan juga membantu pengadaan kelengkapan sumber daya manusia dan fasilitas operasional di Unit Donor Darah PMI Kabupaten Bangli. Selain itu, pengawasan yang baik terhadap program-program yang sudah berjalan juga perlu dilakukan.

Unit Donor Darah PMI Kabupaten Bangli hendaknya lebih meningkatkan iklan donor darah, agar pengetahuan mengenai donor darah semakin tersebar luas dan menjadi suatu kebiasaan bagi masyarakat. Unit Donor Darah PMI Kabupaten Bangli sebaiknya tidak menunggu kerjasama dengan perusahaan, lembaga-lembaga pemerintah atau pendidikan untuk pelaksanaan kegiatan donor darah di Unit Donor Darah PMI Kabupaten Bangli seharusnya bisa melaksanakan kegiatan tersebut di daerah keramaian yang akan mengundang minat masyarakat untuk donor darah.

Unit Donor Darah PMI Kabupaten Bangli perlu meningkatkan kualitas pelayanannya dan lebih gencar dalam melakukan promosi sehingga masyarakat dapat memberikan rekomendasi yang baik mengenai Unit Donor Darah PMI Kabupaten Bangli kepada keluarga, teman dan kerabat dekat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, karena kehendak dan ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan artikel ini. Terima kasih penulis juga disampaikan kepada seluruh narasumber yang telah memberikan informasi yang diperlukan terkait penelitian ini. Penulis banyak menerima petunjuk serta dorongan dari berbagai pihak baik yang bersifat moral maupun material sehingga dapat menyelesaikan tulisan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggreni & Anggi, 2019, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Media Sosial Terhadap Minat Relawan Donor Darah Di Unit Donor Darah PMI Kabupaten Gianyar, *Forum Manajemen*, Vol. 17, No. 2.
- Ariandika, I.D.M.O., 2021. Hubungan Dimensi Mutu Pelayanan terhadap Persepsi Pelayanan yang Diberikan Kepada Pendonor dan Keluarga Pasien pada Unit Transfusi Darah Palang Merah Indonesia (UTD PMI) Kabupaten Klungkung, Skripsi, Repository Universitas Dhyana Pura.
- Benny, Ellya & Yuskar, 2006, Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Untuk Mengikuti Pendidikan Profesi Akuntansi (PPAk), *Simposium Nasional Akuntansi IX*.
- Dian & Hendri. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pembeli Di Wendy's, *Jurnal Akrab Juara*, Vol. 5 No. 3, pp. 134-146.
- Kotler, P & Keller, KL, 2016, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1 & 2, Jakarta: PT. Indeks.
- Rusdianto, P, 2016. Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki Pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Dompot Dhuafa. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Sapta, SA, 2009, *Kenali PMI*, Edisi I Ebook, Jakarta: PMI.
- Shafira, dkk, 2021, Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Pada Marketplace Shopee, *Jurnal Manajemen*, Vol. 13 No. 1, pp. 37-46.
- Shimp, T, 2000, *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Edisi ke-5, Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2015), *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: CV Alfabeta.
- Suryabrata, S, 2002, *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: PT Grafindo Perkasa.
- Tjiptono, F, 2002, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit Andi.