

PENGARUH PENYULUHAN DAN ADVOKASI TERHADAP REPUTASI LEMBAGA PERKUMPULAN KELUARGA BERENCANA INDONESIA (PKBI) Daerah Riau (PKBI Riau)

Agung Ardianto
agung_ardianto@ymail.com

Rifki Suwaji,S.Mn.,MM
rifki@stieyapan.ac.id

Nurul Huda
nurulhuda3458@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi kesehatan melalui penyuluhan dan advokasi terhadap reputasi Lembaga Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Daerah Riau, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif-verifikatif, teknik pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner kepada masyarakat yang mengikuti kegiatan konseling dan surveilanse dengan jumlah populasi sejumlah 480 orang dan penetapan sampel sejumlah 90 orang dengan menggunakan teknik sampling aksidental. Teknis analisa data kuesioner dengan bantuan SPSS versi 26, dilakukan menggunakan skala likerts yang di kemudian di uji menggunakan teknik uji validasi dengan metode pearson correlation dan teknik uji reliabilitas menggunakan metode Alpha Cornbach's. pengujian model regresi dilakukan melalui uji asumsi klasik dengan teknik uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas. Pengujian regresi dilakukan dengan uji analisis regresi berganda yang menghasilkan persamaan $Y = 10,052 + 0,485 X1 + 0,133 X2 + e$ dan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji simultan (uji-F) dan uji koefisien determinasi (R^2) yang menghasilkan uji simultan (F) dengan nilai signficance (Sig) sebesar 0.000 dimana signficance (Sig) < 0,05 sehingga menghasilkan kesimpulan terdapat pengaruh penyuluhan dan advokasi terhadap reputasi lembaga PKBI Daerah Riau atau hipotesa di terima.

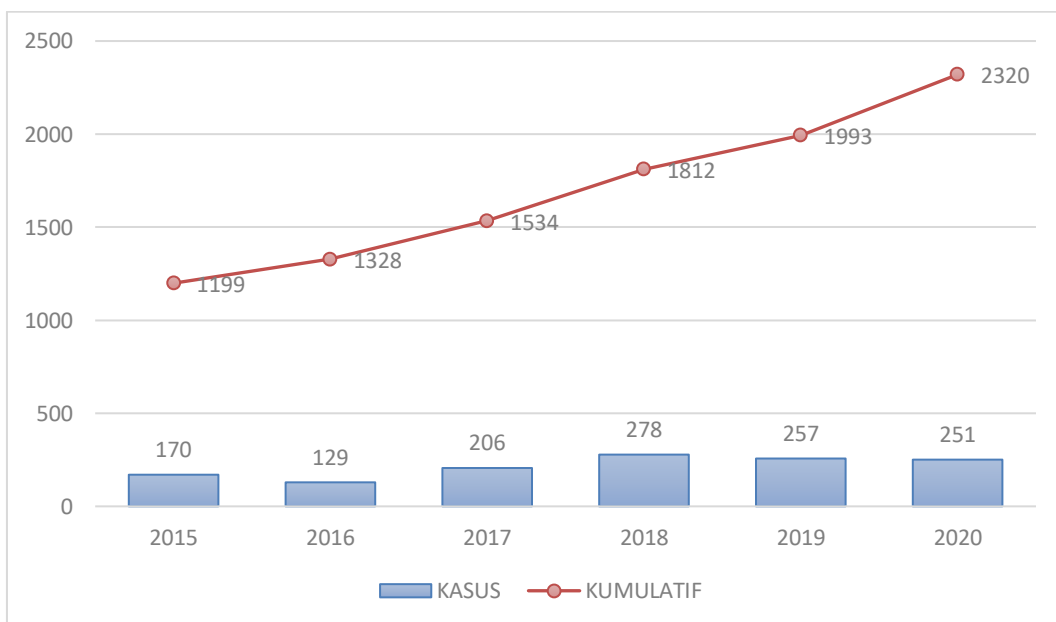
Kata Kunci: *Penyuluhan, Advokasi dan Reputasi Lembaga.*

1. PENDAHULUAN

Pada dasarnya pemasaran adalah suatu strategi yang dilakukan oleh suatu lembaga untuk memperkenalkan, mengingatkan, dan membujuk masyarakat agar mau membeli barang dan jasanya. Pemasaran merupakan suatu proses yang dilakukan oleh lembaga yang didalam salah satu usahanya adalah untuk memenuhi permintaan yang ada di pasar dan untuk mendapatkan laba demi kelangsungan hidup lembaga tersebut. Selain itu pemasaran juga bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen. Oleh karena itu kita harus dapat memahami keinginan dan kebutuhan konsumen agar tujuan dari pemasaran itu dapat tercapai atau lebih dikenal sebagai konsep pemasaran. Konsep Pemasaran adalah sebuah filosofi bisnis yang menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasional yang ditetapkan adalah suatu lembaga tersebut harus menjadi lebih efektif dibandingkan para

pesaing dalam menciptakan, menyerahkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran yang terpilih (Kotler,2018).

Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Daerah Riau merupakan salah satu Lembaga Swadaya Masyarakat atau *Non Government Organization* (NGO) yang bertujuan untuk mewujudkan keluarga bertanggung jawab, yaitu keluarga yang memenuhi dimensi kelahiran, pendidikan, kesehatan, kesejahteraan dan masa depan anak. Di dalam perkembangannya Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Daerah Riau bersama – sama dengan lembaga – lembaga internasional seperti *United Nations Fund For Populations Activities* (UNFPA), *United Nations Programe On HIV/AIDS* (UNAIDS), *Australians AID* (AusAID), instansi pemerintah baik Pemerintah Republik Indonesia, Pemerintah Propinsi Jawa Barat maupun Pemerintah Daerah Daerah Riau melalui Dinas Kesehatan Daerah Riau beserta dengan Komisi Penanggulangan AIDS (KPA) Daerah Riau melaksanakan salah satu program pemerintah untuk mengendalikan dan mengurangi laju pertumbuhan dan penyebaran penyakit *Acquired Immune Deficiency Syndrome* (AIDS) yang disebabkan oleh *Virus Human Immunodeficiency Virus* (HIV). *Virus Human Immunodeficiency Virus* (HIV) adalah virus yang menyerang sistem kekebalan tubuh yang selanjutnya melemahkan kemampuan tubuh melawan infeksi dan penyakit. Berikut ini penulis gambarkan laju pertumbuhan kasus dan jumlah penderita penyakit AIDS di Daerah Riau sebagai berikut :



GAMBAR 1
PERKEMBANGAN JUMLAH KASUS AIDS DAN KUMULATIF AIDS
RIAU TAHUN 2015 - 2020

(Sumber data : Dinas Kesehatan Riau Tahun 2015 -2020)

Berdasarkan pada gambar 1 dapat kita lihat bahwa perkembangan jumlah temuan kasus penderita penyakit AIDS di Daerah Riau mengalami trend yang selalu berubah - rubah, akan tetapi tetap memunculkan suatu fenomena yang di kenal dengan fenomena

gunung es yang mungkin akan meledak atau meningkat suatu waktu tanpa bisa dikendalikan.

Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Daerah Riau melaksanakan program dan kegiatan dalam rangka penanggulangan penyebaran penyakit HIV/AIDS, sebagai berikut :

1. Program Kesehatan Reproduksi Remaja sebagai salah satu bentuk penanggulangan penyebaran penyakit HIV/AIDS di Wilayah Riau dan pendidikan dasar kepada remaja tentang kesehatan alat reproduksi, pencegahan kehamilan yang tidak diinginkan serta pernikahan dini, bekerja sama dengan *United Nations Fund for Populations Activities* (UNFPA) sebagai lembaga donatur.
2. Program Pengurangan Dampak Buruk Penggunaan Narkoba Suntik (*Harm Reduction*) sebagai salah satu bentuk penanggulangan penyebaran penyakit HIV/AIDS di Wilayah Riau, bekerja sama dengan *Australians AID* (AusAID) sebagai lembaga donatur.
3. Program pelayanan sosialisai dan konseling HIV/AIDS bagi kelompok - kelompok rawan atau beresiko tinggi terhadap penyebaran penyakit HIV/AIDS di Wilayah Riau, bekerja sama dengan *Australians AID* (AusAID) sebagai lembaga donatur.

2. LANDASAN TEORI

2.1. Advokasi

Pengertian umum dari kegiatan advokasi adalah, “strategi untuk memengaruhi para pengambil keputusan khususnya pada saat mereka menetapkan peraturan, mengatur sumber daya dan mengambil keputusan-keputusan yang menyangkut khalayak masyarakat”. Hal tersebut menunjukkan bahwa Advokasi diartikan sebagai upaya pendekatan terhadap orang lain yang dianggap mempunyai pengaruh terhadap keberhasilan suatu program atau kegiatan yang dilaksanakan. Oleh karena itu yang menjadi sasaran advokasi adalah para pemimpin atau pengambil kebijakan (*policy makers*) atau pembuat keputusan (*decision makers*) baik di institusi pemerintah maupun swasta. Sedangkan ahli lain menyatakan bahwa Advokasi secara harfiah berarti pembelaan, sokongan atau bantuan terhadap seseorang yang mempunyai permasalahan. Istilah advokasi mula-mula digunakan di bidang hukum atau pengadilan. Menurut Johns Hopkins dalam Victor Trismanjaya Hulu Dkk (2020) advokasi adalah usaha untuk memengaruhi kebijakan publik melalui bermacam-macam bentuk komunikasi persuasif. Tujuan Advokasi dalam Promosi kesehatan untuk memengaruhi para pengambil keputusan khususnya yang menyangkut keputusan terhadap masyarakat. Tujuan dari Advokasi meliputi hal - hal berikut ini :

- a) Komitmen politik (*Political commitment*) dengan komitmen dari para pembuat keputusan atau penentu kebijakan sangat penting untuk mendukung atau mengeluarkan peraturan-peraturan yang berkaitan dengan kesehatan masyarakat, misalnya untuk penanggulangan penyebaran penyakit HIV/AIDS, Pelaksanaan PPKM Mandiri untuk penanggulangan penyebaran penyakit COVID-19, pembatasan peredaran minuman beralkohol dan lain - lain.
- b) Mendapatkan dukungan kebijakan (*Policy Support*) dengan adanya komitmen politik dari para eksekutif, maka perlu ditindaklanjuti dengan advokasi lagi agar dikeluarkan kebijakan untuk mendukung program yang telah memperoleh komitmen politik tersebut.

- c) Mendapatkan penerimaan sosial (*Social Acceptance*) artinya diterimanya suatu program oleh masyarakat. Suatu program kesehatan yang telah memperoleh komitmen dan dukungan kebijakan, maka langkah selanjutnya adalah mensosialisasikan program tersebut untuk memperoleh dukungan masyarakat
- d) Mendapatkan dukungan sistem (*System Support*) Agar suatu program kesehatan berjalan baik maka perlunya sistem atau prosedur kerja yang jelas mendukung.

2.2. Reputasi Lembaga

Terdapat banyak sekali penelitian mengenai reputasi lembaga (*Institutional reputation*) yang muncul di jurnal-jurnal akademik meliputi banyak disiplin ilmu seperti psikologi, sosiologi, ekonomi, keuangan, strategi bisnis, dan perilaku organisasi. Sebagian besar definisi sangat luas dan beberapa di antaranya mencakup seluruh persepsi, kognisi, perasaan, dan sikap terhadap sebuah lembaga, yang menjadikannya sulit untuk menentukan asal mula yang sejati dari definisi reputasi lembaga. Menurut Dalton and Croft dalam jurnal V.Mardi Widyadmono (2019), reputasi adalah total penilaian dari atribut-atribut stake holder pada lembaga, berdasarkan pada persepsi-persepsi mereka dan interpretasi-interpretasi pada image/citra lembaga yang dikomunikasikan secara terus menerus. Menurut Walsh dalam jurnal V.Mardi Widyadmono (2019) menyatakan reputasi lembaga adalah evaluasi secara keseluruhan atas lembaga yang dilakukan pelanggan berdasar reaksinya terhadap produk dan jasa, aktifitas komunikasi yang dilakukan lembaga, serta interaksinya dengan lembaga atau perwakilannya (misal karyawan, manajemen) dan dikenal sebagai aktifitas lembaga. Begitu pula menurut Krisprimandoyo dalam jurnal V.Mardi Widyadmono (2019) mengatakan reputasi lembaga adalah suatu cara yang relatif baru untuk mengamati suatu bisnis. Reputasi sebuah lembaga dihasilkan dari akumulasi seluruh kontak yang dilakukan oleh berbagai stake holder-nya dengan organisasi tersebut. Sebuah reputasi lembaga yang baik harus diperoleh dengan hal-hal berwujud yang dilakukan oleh lembaga tersebut yaitu produk atau jasa dengan kualitas yang lebih baik, layanan pelanggan yang lebih baik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pengaruh Penyuluhan Terhadap Reputasi Lembaga Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Daerah Riau

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan oleh penulis menghasilkan pengaruh penyuluhan terhadap reputasi Lembaga Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Daerah Riau adalah sebesar 0,458, ini dapat diartikan apabila setiap kenaikan dari promosi kesehatan melalui penyuluhan sebesar 1 satuan akan meningkatkan reputasi Lembaga Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Daerah Riau sebesar 0,458 dengan asumsi variable advokasi tidak berubah atau tetap. Uji Parsial (Uji-t) yang digunakan oleh penulis untuk menguji sampai seberapa jauh pengaruh Penyuluhan terhadap Reputasi Lembaga Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Daerah Riau dengan hasil Significance (Sig) sebesar 0,000, sehingga dapat disimpulkan bahwa berdasarkan kriteria pengujian Uji Parsial (Uji-t) apabila Significance (Sig) > 0,05 maka terdapat

pengaruh Penyuluhan terhadap reputasi Lembaga Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Daerah Riau atau hipotesis (H_{a1}) di terima. Penulis menganalisa mengapa Penyuluhan berpengaruh secara signifikan terhadap Reputasi Lembaga Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Daerah Riau, dikarenakan metode pelaksanaan Penyuluhan menurut Victor Trismanjaya Hulu Dkk (2020) yaitu sosialisasi, konseling dan surveilanse yang dilakukan oleh Lembaga Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Daerah Riau melalui para *Peer Leader* (PL) maupun *Peer Educator* (PE) yang bertugas untuk melakukan kontak secara langsung baik dengan para penderita penyakit HIV/AIDS maupun orang yang terduga atau terindikasi tinggi (*High Risk*) untuk terjangkit penyakit HIV/AIDS sudah terlaksana sesuai dengan standar operasi dan prosedur (SOP) yang telah ditetapkan oleh Lembaga Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Daerah Riau dan hal tersebut dirasakan sangat membantu bagi para penderita penyakit HIV/AIDS atau orang yang terduga atau terindikasi tinggi (*High Risk*) untuk terjangkit penyakit HIV/AIDS, sehingga berdasarkan hal tersebut pelaksanaan Penyuluhan dapat mempengaruhi secara signifikan terhadap reputasi Lembaga Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Daerah Riau.

3.2 Pengaruh Advokasi Terhadap Reputasi Lembaga Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Daerah Riau

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan oleh penulis menghasilkan Advokasi terhadap reputasi Lembaga Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Daerah Riau adalah sebesar 0,133, ini dapat diartikan apabila setiap kenaikan dari promosi kesehatan melalui advokasi sebesar 1 satuan akan meningkatkan reputasi Lembaga Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Daerah Riau sebesar 0,133 dengan asumsi variable penyuluhan tidak berubah atau tetap. Uji Parsial (Uji-t) yang digunakan oleh penulis untuk menguji sampai seberapa jauh pengaruh Advokasi terhadap Reputasi Lembaga Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Daerah Riau dengan hasil Significance (Sig) sebesar 0,173, sehingga dapat disimpulkan bahwa berdasarkan kriteria pengujian Uji Parsial (Uji-t) apabila Significance (Sig) > 0,05 maka tidak terdapat pengaruh Advokasi terhadap reputasi Lembaga Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Daerah Riau atau hipotesis (H_{02}) di terima. Penulis menganalisa mengapa Advokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap reputasi Lembaga Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Daerah Riau, dikarenakan metode pelaksanaan Advokasi menurut Victor Trismanjaya Hulu Dkk (2020) yaitu konferensi pers, lobi atau audiensi, dan seminar yang dilakukan oleh Lembaga Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Daerah Riau melalui para *Peer Leader* (PL) maupun *Peer Educator* (PE) yang bertugas untuk melakukan kontak secara langsung baik dengan para penderita penyakit HIV/AIDS maupun orang yang terduga atau terindikasi tinggi (*High Risk*) untuk terjangkit penyakit HIV/AIDS tidak terlaksana secara optimal, hal tersebut disebabkan pada kurang perhatiannya dari para penentu kebijakan terhadap upaya penanggulangan penyebaran penyakit HIV/AIDS dengan tidak adanya Peraturan Daerah yang ditetapkan untuk menanggulangi penyebaran penyakit HIV/AIDS, sulitnya merubah perilaku seksual yang menyimpang dan sex bebas tanpa menggunakan kondom serta penggunaan narkotik dan obat terlarang khususnya pengguna jarum suntik (penasun) sebagai salah satu media terjangkitnya atau perebaran penyakit HIV/AIDS di masyarakat sehingga berdasarkan hal tersebut

variabel advokasi tidak berpengaruh terhadap reputasi Lembaga Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Daerah Riau.

3.3 Pengaruh Penyuluhan Dan Advokasi Terhadap Reputasi Lembaga Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Daerah Riau

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan oleh penulis pengaruh Penyuluhan dan Advokasi terhadap Reputasi Lembaga Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Daerah Riau dapat ditetapkan berdasarkan metode Uji Simultan (Uji-F) dan Uji Koefisien Determinasi (R^2). Uji Simultan (Uji-F) dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yaitu penyuluhan dan advokasi yang dimasukkan mempunyai pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat yaitu reputasi Lembaga Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Daerah Riau. Hasil dari Uji Simultan (Uji-F) yang dilakukan oleh penulis menghasilkan nilai Signifikansi (Sig) sebesar 0,000, sehingga apabila nilai Signifikansi (Sig) $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa penyuluhan dan advokasi berpengaruh secara simultan terhadap reputasi lembaga PKBI Daerah Riau.

Uji koefisien determinasi atau koefisien *R Square* (R^2) dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, dalam penelitian ini yaitu variabel Lembaga Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Daerah Riau. Hasil dari uji koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 0,276 atau 27,6%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel reputasi Lembaga Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Daerah Riau yang dapat dijelaskan oleh variabel advokasi dan penyuluhan. Sedangkan sisanya sebesar 0,724 atau 72,4% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar penelitian ini.

Hal ini sesuai dengan Dalton and Croft dalam jurnal V.Mardi Widyadmono (2019), bahwa reputasi lembaga adalah total penilaian dari atribut-atribut (nama baik, dikenal secara luas dan mudah di ingat) pada lembaga, berdasarkan pada persepsi-persepsi mereka dan interpretasi-interpretasi pada image/citra lembaga yang dikomunikasikan secara terus menerus. Untuk menjaga reputasi lembaga salah satunya adalah dengan cara berpromosi, berdasarkan Kotler dan Keller dalam Tengku Firli Musfar (2020) promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (*to inform*), membujuk (*to persuade*), dan mengingatkan (*to remind*) tentang atribut lembaga kepada seluruh masyarakat. Sedangkan dalam promosi tersebut salah satu cabangnya adalah promosi kesehatan, yang berdasarkan ruang lingkupnya promosi kesehatan menurut Victor Trismanjaya Hulu Dkk (2020) adalah pendidikan kesehatan, kampanye sosial, penyuluhan, upaya peningkatan (peningkatan promotif) dan advokasi. Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan oleh penulis di Lembaga Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Daerah Riau, maka Penyuluhan dan Advokasi berpengaruh secara signifikan terhadap reputasi Lembaga Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Daerah Riau.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut.:

1. Berdasarkan hasil uji analisis regresi dapat diketahui bahwa variabel bebas ini dalam mempengaruhi kinerja pegawai sebesar 91,2% ini artinya ada faktor lain sebesar 8,8% yang tidak masuk dalam penelitian ini yang mempengaruhi Kinerja Pegawai di Kantor Bea dan Cukai Kota Bekasi dapat diterima. Jika Lingkungan Kerja ini menurun maka dipastikan target organisasi tidak akan terwujud.
2. Sedangkan dari hasil pengujian secara parsial (uji t) diketahui bahwa variabel bebas Lingkungan Kerja memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kinerja Pegawai dikarenakan kedua variabel memiliki nilai Sig < dari nilai 0,05.
3. Dan dari hasil pengujian hipotesis secara simultan (uji F) diketahui bahwa semua variabel bebas secara bersama-sama memberikan pengaruh yang sangat signifikan terhadap variabel terikat dengan nilai F_{hitung} sebesar 396.559 > dari nilai F_{tabel} 3,96. Artinya variabel Lingkungan Kerja merupakan beberapa faktor yang sangat mempengaruhi Kinerja Pegawai di Kantor Bea dan Cukai Kota Bekasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma H. Buchari., 2016, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, CV. Alfabeta, Bandung.
- Anggraini, Maulidia Wulan, Tin Agustina Karnawati dan Widi Dewi Ruspitasari., 2020, Pengaruh Bauran Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Melalui Kepercayaan Jamaah Umroh Sebagai Variabel Intervening, Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia (JIBEKA), Volume 14 Nomer 2, ISSN-P : 0126-1258 ISSN-E : 2620-87 Halaman 161 – 172.
- Ence Ihlasuyandi., 2019, Pengaruh Kinerja Bauran Pemasaran Jasa Kesehatan & Lingkungan Eksternal Individu Terhadap Citra Rumah Sakit Paru Dr.H.A. Rotinsulu, Jurnal Indonesian Journal of Hospital Administration Volume 2 Nomer 2 ISSN : 2621-2668, Halaman 57 - 69.
- Fatihudin, Didin & Anang Firmansyah., 2019, PEMASARAN JASA (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan), Deepublish Publisher (CV. Budi Utama), Yogyakarta.
- Hurriyati, Ratih., 2018, Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, CV. Alfabeta, Bandung.
- Hulu, Victor Trismanjaya, Dkk., 2020, Promosi Kesehatan Masyarakat, Yayasan Kita Menulis, Medan
- Keputusan Kementrian Kesehatan Republik Indonesia Nomor : 1193/Menkes/SK/X/2004, Tentang Kebijakan Nasional Promosi Kesehatan
- Kotler, Philip And Gary Armstrong., 2018., Principle Of Marketing, 17e Global Edition, Pearson Education Limited, New York.
- Kotler, Philip And Kevin Lane Keller., 2016., Marketing Management, 15e Global Edition. Pearson Education Limited, New York.

- Meliazora, Ayu., 2020, Pengaruh Reputasi, Motivasi, Dan Persepsi Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Bri Syariah Kcp Sudirman Palembang, Tugas Akhir Program Studi D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
- Musfar, Tengku Firli., 2020, Buku Ajar Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran, CV. Media Sains Indonesia, Bandung
- Sugiyono., 2018., Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D, CV. Alfabeta., Bandung.
- Theresa, Ria Maria, Nunuk Nugrohowati dan Andi Pramesyanti., 2019, Promosi Kesehatan Pencegahan Dan Penanggulangan Penyakit Hiv/Aids Di Karang Taruna X Dan Y Cinere Depok, Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia Volume 2 Nomer 2, ISSN 2620-7710, Halaman 55 - 61.
- Tjiptono, Fandy., 2017, Pemasaran Jasa, CV. Bayumedia Publisng, Malang.
- Ulfah, Maria, 2020, Pengaruh Reputasi, Pengetahuan Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Masyarakat Non Muslim Menabung Di Bank Syariah Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Masyarakat Non Muslim Kabupaten Boyolali), Skripsi Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Wahyono, Seno Aji dan Susilawati., 2016, Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Kepercayaan Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah (Studi Kasus Politeknik LPKIA Kota Bandung), Jurnal Indonesia Membangun Volume 15 Nomer 2, ISSN : 1412-6907, Halaman 82 - 100.
- Wahyuni, Eka, Nurmiati Muchlis dan A. Rizki Amelia., 2020, Promotion Mix Terhadap Keputusan Pasien Memilih Pelayanan Kesehatan Di Klinik Physiota Kabupaten Pangkep, Window of Public Health Journal Volume 01 Nomer 02 tahun 2020, E ISSN : 2721-2920, Halaman 79 - 87.
- Widyadmono,V.Mardi, dan Mugi Harsono., 2019, Reputasi Perusahaan Dalam Cara Pandang Ontologi, Jurnal MONEX Volume 8 Nomor. 1, p-ISSN: 2089-6778 e-ISSN: 2549-5054, Halaman 203 - 217.