



Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung *Event* MTQ Ke-56 di Kota Medan pada PT JA Production Indonesia

Mutiara Iryanda

Politeknik Negeri Medan

Jamardua Haro

Politeknik Negeri Medan

Abstract. Religious events are a combination of dogma and information, rituals and appearances, piety and politics, and become habits of religious value which are framed as public spectacles. One of the religious events is the MTQ event. MTQ (Musabaqah Tilawatil Qur'an) is a competition for reading the Qur'an with mujawwad readings, namely reciting the Al-Qur'an following the legal rules of tajwid, the art of song and sound, and reading with adab recitations. In organizing an event, the important thing that must be considered by the organizers is promotion in order to notify, invite, and remind people about the event being held. The excellence of an event is not only determined by the promotion and also the type of event, but also must be supported by the quality of service. Service quality plays a very important role because it is assessed based on visitor satisfaction. If the service quality is good, the visitors who come will be happy, satisfied, and will revisit the next MTQ event. The purpose of this study was to determine whether there is an influence of promotion and service quality on visitor satisfaction. This study uses associative quantitative research with a sample of 100 respondents. The analytical method in this study is multiple linear regression with partial hypothesis testing (*t* test) and simultaneous testing (*f* test). From the test results of this study it was found that partially the promotion variable had an insignificant effect on visitor satisfaction while the service quality variable had a significant effect on visitor satisfaction. Simultaneously promotion and service quality variables have a significant influence on visitor satisfaction.

Keywords: Promotion, Service Quality, Satisfaction

Abstrak. Event keagamaan merupakan perpaduan antara dogma dan informasi, ritual dan penampilan, kesalehan dan politik, serta menjadi kebiasaan yang bernilai religius yang dibingkai sebagai tontonan publik. Salah satu event keagamaan adalah event MTQ. MTQ (Musabaqah Tilawatil Qur'an) adalah bidang lomba membaca Al-Qur'an dengan bacaan mujawwad, yaitu bacaan Al-Qur'an yang mengikuti kaidah-kaidah hukum tajwid, seni lagu dan suara, serta membaca dengan adab tilawah. Dalam penyelenggaraan suatu event hal penting yang harus diperhatikan pihak penyelenggara yaitu promosi guna untuk memberitahukan, mengajak, dan mengingatkan orang banyak tentang event yang dilaksanakan. Keunggulan suatu event tidak hanya ditentukan dari promosi dan juga jenis acara saja tetapi juga harus didukung dengan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan menjadi peranan yang sangat penting karena dinilai berdasarkan kepuasan pengunjung. Jika kualitas pelayanan baik maka pengunjung yang datang pun senang, puas, dan akan mengunjungi kembali event MTQ selanjutnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif asosiatif dengan sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan uji hipotesis secara parsial (uji *t*) dan uji secara simultan (uji *f*). Dari hasil uji penelitian ini diperoleh bahwa secara parsial variabel promosi memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung sedangkan variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Secara simultan variabel promosi dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Kata Kunci: Promosi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan

LATAR BELAKANG

Indonesia memiliki beragam agama ada 6 agama yang diakui di Indonesia, yaitu Islam, Kristen Protestan, Katolik, Hindu, Buddha, dan Konghucu. Yang dimana setiap agama akan melaksanakan perayaan dihari-hari tertentu dengan dilakukannya sebuah *event* keagamaan mengenai agama yang dianut. *Event* keagamaan merupakan perpaduan antara dogma dan informasi, ritual dan penampilan, kesalehan dan politik, serta menjadi kebiasaan yang bernilai religius yang dibingkai sebagai tontonan publik. Salah satu *event* keagamaan adalah *event* MTQ.

MTQ merupakan singkatan dari Musabaqah Tilawatil Qur'an. Musabaqah Tilawatil Qur'an (MTQ) telah ada di Indonesia pada tahun 1940-an, sejak berdirinya Jami'iyatul Quro Wal Huffadz yang didirikan oleh Nahdiatul Ulama, ormas terbesar di Indonesia, Musabaqah Tilawatil Qur'an (MTQ) pertama diselenggarakan di Makassar pada bulan Ramadhan tahun 1968. Kala itu, hanya melombakan cabang tilawah dewasa saja dengan melahirkan Qari Ahmad Syahid dari Jawa Barat dan Muhammadong dari Sulawesi Selatan. Musabaqah Tilawatil Qur'an (MTQ) adalah bidang lomba membaca Al-Qur'an dengan bacaan mujawwad, yaitu bacaan Al-Qur'an yang mengikuti kaidah-kaidah hukum tajwid, seni lagu dan suara, serta membaca dengan adab tilawah. Tujuan diadakannya *event* Musabaqah Tilawatil Qur'an (MTQ) ini adalah untuk memelihara, mengembangkan dan meningkatkan pengetahuan, pemahaman, penghayatan, pengalaman, dan penyebarluasan Al-Qur'an sebagai semangat pembangunan nasional berdasarkan pendekatan agama. Oleh karena itu, dengan melalui *event* MTQ ini dapat menjadi pendorong semangat dan minat baca masyarakat terhadap Al Qur'an, sehingga kedepan semua umat islam, khususnya di Kota Medan tidak ada lagi yang buta huruf Al Qur'an, bahkan bisa memahami isi kandungan Al Qur'an secara mendalam.

Pemerintah Kota (pemko) Medan kembali hadir secara resmi mengadakan Musabaqah Tilawatil Qur'an ke-56 tingkat Kota Medan yang dilaksanakan pada hari minggu 25 Februari hingga hari sabtu 04 Maret 2023 di Stadion Mini Universitas Sumatera Utara. MTQ Tahun 2023 ini merupakan kegiatan perdana yang dilaksanakan setelah pandemi Covid-19 dan berlangsung sangat meriah menyusul digelarnya pawai taaruf. Peserta pada MTQ Ke-56 ini memiliki peningkatan sebanyak 685 orang peserta yang diutus melalui 21 kecamatan Kota Medan dan masyarakat dapat menghadiri langsung kegiatan MTQ ini dengan disediakan bazar dan juga stand-stand dari perkecamatan se-Kota Medan. Medan Baru menjadi tuan rumah untuk *event* MTQ ke-56 di Kota Medan Tahun 2023. Logo dari MTQ ke-56 ini diambil dari miniatur atau bentuk masjid *Islamic Center* yang akan mulai dibangun Pemko Medan pada tahun ini. Pemerintah Kota (pemko) tidak akan dapat melaksanakan *event* MTQ tanpa bantuan

event organizer (EO) yang dimana pada *event* MTQ ke-56 ini dibantu oleh salahsatu *event organizer* (EO) medan yaitu PT. JA Production Indonesia. PT JA Production Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang *Event Organizer* di Kota Medan. PT JA Production Indonesia mampu menyelesaikan berbagai *event* yang dikelola secara profesional dapat memprioritaskan upaya sinkronasi dan koordinasi pemangku kepentingan terkait dengan bisnis investasi dan industri pariwisata antara Pemetintah Daerah, Pemerintah Pusat, dan masyarakat.

Adapun kegiatan-kegiatan yang terdapat pada *event* MTQ ke-56 yaitu: pawai ta'aruf yang diikuti seluruh kafilah utusan dari 21 kecamatan di ibu kota Provinsi Sumatera Utara, Upacara pembukaan *event* MTQ ke-56 serta pembukaan stan pameran, dan juga bazar produk pelaku UMKM kota Medan, penampilan tarian, dan berbagai perlombaan antara lain 14 cabang lomba, sebagai berikut: Majelis anak-anak dan tuna netra (Mengaji Al-Qur'an berkelompok), Majelis Tilawah remaja dan dewasa (Membaca Al-Qur'an dengan lagu atau irama), Majelis Khat Naskah dan Hiasan Mushaf (kaligrafi), Majelis Khat dekorasi dan kontemporer (kaligrafi dibidang hiasan), Majelis Qiro'at Mujawwad dewasa dan Tartilul Qur'an (membaca Al-Qur'an dengan baik dengan tajwid), Majelis Qiro'at Al- Qur'an Murottal remaja (membaca Al-Qur'an dengan menghafal dan dinyanyikan), Majelis 1 Juz Tilawah dan 10 Juz (menghafal Al-Qur'an 10 Juz), Majelis Karya Tulis Ilmiah Al-Qur'an (membuat makalah/karya ilmiah), Majelis 5 Juz Tilawah dan 20 Juz, Majelis 30 Juz (membaca Al-Qur'an dengan baik dan benar) dan Tafsir Bahasa Arab Majelis Tafsir Bahasa Indonesia (menjelaskan bahasa arab), dan Bahasa Inggris (menjelaskan dalam bahasa inggris), Majelis Syarhil Al-Qur'an (pidato kelompok), Majelis Fahmil Al-Qur'an (cerdas cermat kelompok), Majelis Hafalan Hadis (hafalan hadis). Tidak hanya itu terdapat juga perlombaan desain antar stand dari masing-masing Dinas Kota Medan serta perkecamatan yang nantinya akan dinilai oleh bapak Walikota Medan. Dengan keunggulan-keunggulan tersebut pihak penyelenggara harus menginformasikan berbagai keunggulannya kepada pengunjung dengan melalui promosi.

Promosi yang dilakukan oleh pihak penyelenggara dibagi menjadi dua yaitu media cetak dan media *online*. Adapun cara panitia mempromosikan *event* MTQ ke-56 di kota Medan untuk dapat mendatangkan orang banyak yaitu, dengan membuat Spanduk, Banner, Baliho, T-banner, yang disebar luaskan di daerah-daerah yang telah ditentukan. Karena *event* yang dibuat dilingkungan kampus, maka pihak penyelenggara juga menyebar luaskannya didaerah kampus tersebut. Namun, tidak lengkap jika promosi yang dibuat hanya menggunakan media cetak, dengan berkembangnya zaman penggunaan teknologi saat ini tidak pernah lepas dari kehidupan sehari-hari, dan untuk mendukung kegiatan promosi pihak penyelenggara juga membuat akun

media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *youtube*. Untuk informasi yang lebih lengkap dan akurat pihak penyelenggara membuat situs resmi acara melalui *website*. Pihak penyelenggara menggunakan format foto atau poster, beserta video di *Instagram*, *Facebook*, dan *Youtube*. Yangdimana pada saat acara berlangsung pihak penyelenggara tidak berhenti untuk terus melakukan promosi dengan meng-*update* kegiatan-kegiatan, keseruan acara, serta suasana acara di akun media sosial yang dibuat. Dari berbagai media promosi yang dilakukan, pengunjung lebih mudah mengetahui *event* MTQ ke-56 di kota Medan tersebut, sehingga pengunjung bisa merasakan kepuasan dari berbagai media promosi.

Kepuasan pengunjung dapat diartikan sebagai kinerja yang dapat dirasakan oleh pengunjung setelah memperoleh pelayanan yang diberikan oleh penyelenggara *event*. Dengan kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung, maka pengunjung akan menghadiri kembali *event* tersebut sehingga jumlah pengunjung di *event* MTQ ke-56 di kota Medan bertambah disetiap tahunnya. Seperti yang diketahui MTQ ke-56 ini merupakan MTQ pertama di kota Medan yang diselenggarakan setelah *covid* selesai dengan menargetkan kehadiran pengunjung yang lebih banyak lagi, lebih berwarna dan meriah. Maka dari itu, penulis memiliki ketertarikan untuk meneliti Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung yang hadir dalam *Event* Musabaqah Tilawatil Qur'an ke-56 Di Kota Medan.

KAJIAN TEORITIS

Promosi

Promosi merupakan sebuah upaya bujukan yang digunakan untuk membujuk atau mendorong pengunjung untuk mau menghadiri suatu *event* maupun memakai jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan (Praestuti, 2020:22). Santosa (2021:292) menyatakan bahwa promosi adalah kegiatan perusahaan untuk meningkatkan mutu produknya dan membujuk/merayu konsumen agar membeli produknya. Menurut William dalam Sunyoto (2022:151) promosi adalah unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan. Sedangkan Menurut Syahputra(2019:84) Promosi adalah suatu akitivitas komunikasi yang dilakukan oleh seseorang atau suatu perusahaan dengan masyarakat luas, dimana tujuannya adalah untuk memperkenalkan sesuatu (barang/ jasa/ merek/ perusahaan) kepada masyarakat dan sekaligus mempengaruhi masyarakat luas agar membeli dan menggunakan produk tersebut.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Menurut Kotler dan

Armstrong dalam Indrasari (2019:61) kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Tjiptono dalam Indrasari (2019:61) kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Sedangkan pengertian Kualitas Pelayanan menurut Rambat dalam Indrasari (2019:62) *service quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. *Service quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas pelayanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Berdasarkan pengertian kualitas pelayanan yang telah dikemukakan dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan atau *service quality* adalah suatu keadaan yang berhubungan erat dengan produk, jasa, maupun sumber daya manusia yang diharuskan dapat menarik perhatian konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang baik agar semakin banyak pula pelanggan yang merasa puas.

Kepuasan Pengunjung

Menurut Tjiptono dalam Indrasari (2019:90), kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Menurut Kotler dan Keller dalam Indrasari, (2019:90) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Menurut Annisa (2020:5) Konsumen merupakan mitra sekaligus rekan yang perlu dijaga hubungan baiknya demi keberlangsungan perusahaan dalam yang optimal, yaitu beberapa langkah untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan harapan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang maksimal guna tercapai kepuasan pelanggan, menjaga kepercayaan dan kepuasan pelanggan secara konstan. Sedangkan menurut Suda dalam Putra (2018:14) menjabarkan bahwa kepuasan konsumen tidak hanya menggambarkan rasa senang seorang pelanggan terhadap sebuah produk, tetapi bagaimana produk tersebut mampu memuaskan ekspektasi mereka. Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa sesuatu yang diharapkan konsumen sesuai dengan hasil yang didapat maka, akan timbul lah perasaan senang ataupun kecewa dari seseorang yang telah membandingkan hasil dengan harapannya sehingga konsumen merasa puas dengan hasil yang didapatkan. Sebaliknya, bila produk atau layanan yang ditawarkan tidak sesuai dengan harapannya, pelanggan tidak akan puas.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian merupakan tempat di mana situasi sosial tersebut berkaitan dengan sasaran atau permasalahan yang akan diteliti (Sugiyono,2019). Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Stadion Mini USU yang beralamat di Jl. Almamater, padang bulan, Kec. Medan Baru, Kota Medan. Penelitian akan dimulai pada Mei 2023 – Agustus 2023. Pendekatan penelitian ini melalui beberapa tahapan yakni mengumpulkan data melalui kuesioner, menganalisis data, dan pengujian hipotesis yang bertujuan untuk menguraikan atau menggambarkan tentang Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada *Event* MTQ ke-56 Kota Medan Tahun 2023.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung *event* MTQ di Kota Medan

Hasil dari penelitian yang dilakukan pada pengunjung *event* MTQ ke-56 di Kota Medan tahun 2023 dengan jumlah responden 100 orang menunjukkan bahwa promosi secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung *event* MTQ ke-56 di Kota Medan dapat dilihat pada tabel 4.12 dimana diperoleh nilai t-hitung (1,932) yang lebih kecil dari t-tabel ($1,932 < 1,988$) dengan tingkat signifikansi sebesar $0,56 > 0,05$. Hal ini berarti bahwa promosi secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung *event* MTQ ke-56 di Kota Medan. Promosi tidak terlalu berpengaruh kepada mahasiswa Politeknik Negeri Medan karena tanpa adanya promosi pun mereka sudah mengetahui bahwa di lokasi tersebut ada sebuah *event* karena selalu melewati lokasi tersebut pada saat mahasiswa berpergi pulang ke kampus. Kecuali jika diberikan kepada masyarakat luas promosi akan berpengaruh. Dari segi tanggapan responden promosi yang ada tidak terlalu mempengaruhi kepuasan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung *event* MTQ di kota Medan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Hasil menunjukkan bahwa pada tabel diperoleh nilai t-hitung sebesar (3,630) lebih besar dari nilai t-tabel ($3,630 > 1,988$) dan nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil $0,000 < 0,05$ yang artinya bahwa kualitas pelayanan pada *event* MTQ ke-56 di Kota Medan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Kualitas pelayanan adalah landasan utama yang sangat penting untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung, seperti kenyamanan pengunjung, dan kesesuaian pelayanan dengan harapan pengunjung, jika pelayanan yang diberikan memenuhi persyaratan, maka akan menghasilkan kepuasan pengunjung. Bagaimanapun juga kualitas pelayanan yang diberikan pada *event* MTQ ke-56 di

Kota Medan kepada pengunjung sangat mempengaruhi kepuasan. Dari segi tanggapan responden kualitas pelayanan yang ada sudah cukup bagus.

Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung *event* MTQ di kota Medan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan pengunjung *event* MTQ ke- 56 di Kota Medan. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian uji F simultan pada tabel 4.13 nilai F-hitung sebesar (12,685) lebih besar dari F-tabel yaitu (12,685 > 3,091). Yang berarti bahwa promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengunjung *event* MTQ ke-56 di Kota Medan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan mengenai pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung *event* MTQ ke-56 di Kota Medan, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji t atau secara parsial variabel promosi diketahui nilai t-hitung (1,932) lebih kecil dengan nilai t-tabel (1,988) yaitu (1,932 < 1,988) dengan nilai signifikansi $0,56 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pengunjung *event* MTQ ke-56 di Kota Medan
2. Berdasarkan uji t secara parsial variabel kualitas pelayanan diketahui nilai t- hitung (3,630) lebih besar dengan nilai t-tabel (1,988) yaitu (3,630 > 1,988) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung *event* MTQ ke-56 di Kota Medan.
3. Berdasarkan hasil penelitian uji f menunjukkan bahwa nilai f-hitung (12,685) lebih besar dari nilai f-tabel (3,091) yaitu (12,685 > 3,091) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_{03} ditolak dan H_3 diterima, artinya promosi dan kualitas pelayanan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung.
4. Koefisien Determinasi besarnya pengaruh diketahui dari analisis regresi linier berganda dengan koefisien determinasi R^2 yaitu (0,191) 19,9% menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas yang terdiri dari promosi (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan pengunjung tidak cukup erat, sedangkan sisanya 80,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR REFERENSI

- Anggara, Rhama. (2021). “Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *Helipad.Id Promotion Effect On Product Purchase Decisions Helipad.Id*”. https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/5145/8/UNIKOM_Rhama%20Anggara_BAB%20II.pdf. Diploma thesis, Universitas Komputer Indonesia.
- Annisa, Siti Yumna., & Rudiansyah. (2020). “Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung *Event Indonesia Building Technology Expo 2019*”, https://www.researchgate.net/publication/343481075_Pengaruh_Kualitas_Jasa_Pelayanan_Terhadap_Kepuasan_Pengunjung_Event_Indonesia_Building_Technology_Expo_2019_PT_Debindo_Jakarta. PT. Debindo Jakarta. Jurnal Nasional Pariwisata Vol 12, No (1) : 51-67.
- Aceh Tenggara, Pemkab. (2020). “Musabaqah Tilawatil Qur’an (MTQ) Tingkat Kecamatan”, <https://acehtenggarakab.go.id/agenda/musabaqah-tilawatil-quran-mtq-tingkat-kecamatan>, diakses pada 10 Maret 2023.
- Aprianto, Ronal, S.E., M.Si. (2019). “Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko BNJ Elektronik Kota Lubuklinggau”, <https://media.neliti.com/media/publications/58277-ID-pengaruh-promosi-dan-pelayanan-terhadap.pdf>, Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol 2, No (1).
- Fajar, Muhammad Ibnu., dkk. (2021). “Pengaruh Penyelenggaraan Event Kebudayaan terhadap Keputusan Berkunjung ke Kota Palembang”. <https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/jtiemb/article/view/3448>, Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis Vol 1, No (5) : 222-231.
- Farrel, Leonard. (2019). “Pengaruh Promosi Terhadap Tingkat Kepuasan Pengunjung Pada *Event Pesona Minuman Fermentasi Nusantara* di Podomoro”. <http://repository.podomorouniversity.ac.id/159/>, Skripsi. Universitas Agung Podomoro.
- Fernando, Simon., dkk. (2018). “Harga, Kualitas Layanan, Promosi dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengunjung *Suroboyo Carnival Night*”. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1069/1084>, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol 6, No (9) : 1-17.
- Gozali, Hellen. (2021). “Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian *Merhandise K-pop* Melalui *E- Commerce*” <http://repository.untag-sby.ac.id/8077/>, Thesis. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Indrasari, Meithiana. (2019). “*Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*”. <http://repository.unitomo.ac.id/2773/1/PEMASARAN%20DAN%20KEPUASAN%20PELANGGAN.pdf> Surabaya: Unitomo Press.