

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT RELAWAN DONOR DARAH DI UNIT DONOR DARAH PMI KABUPATEN GIANYAR

Putri Anggreni¹, Kadek Anggi Puspita Yanti²

^{1,2}Universitas Mahendradatta

Email: gekcay@gmail.com

Abstract: *This study aims to determine and analyze how much influence the quality of service and social media to interest of blood donor volunteers at Unit Donor Darah PMI Kabupaten Gianyar. Results of data processing with SPSS For Windows Version 24 obtained the results of multiple linear regression results obtained results of multiple linear regression analysis $Y = 4,982 + 0,088X_1 + 0,439X_2$. The result of the analysis of multiple correlation is 0,730, lies between 0.60 to 0.799 which means there is a positive and strong correlation. Based on the result of determination analysis, the value of R^2 stated that 55,1% of blood donor volunteer interest is influenced by both variables, service quality and social media, the rest 44,9% volunteer donor blood interest influenced by other variables outside of research. Simultaneously the quality of service and social media influence on the real interest of blood donor at Unit Donor Darah PMI Kabupaten Gianyar. Partially, the service quality (X_1) and social media (X_2) have positive and significant effect on interest of blood donor volunteer in Unit Donor Darah PMI Kabupaten Gianyar. Thus the quality of service and social media is not only important for the company or profit organization but for non profit organization both of them give a positive effect. Especially for Unit Donor Darah PMI Kabupaten Gianyar engaged in community services, especially blood transfusion.*

Keywords: *Service Quality, Social Media, Interest of Blood Donor Volunteers.*

PENDAHULUAN

Semua organisasi publik diharapkan dapat mengedepankan kualitas pelayanan, kualitas merupakan inti kelangsungan hidup organisasi artinya bahwa kelangsungan hidup sebuah organisasi sangat ditentukan oleh kualitas pelayanannya, dikarenakan sebuah organisasi yang bergerak dan berhubungann dengan masyarakat luas akan senantiasa mendapat perhatian yang lebih dari masyarakat. Hal ini dapat berfungsi sebagai kontrol atas apa yang dilakukan oleh organisasi tersebut dan juga dapat sebagai pendorong bagi organisasi untuk dapat memberikan pelayanan yang berkualitas kepada seluruh masyarakat.

Menurut Sari, Yulisetiari dan Sudaryanto (2016), dengan penelitian yang berjudul Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Serta Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dan Kepuasan Pelanggan *Online Shopping* Pada Mahasiswa Universitas Abdurachman Saleh Situbondo, bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelaggan, kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian ulang dan harga

tidak berpengaruh signifikan kepuasan pelanggan.

Menurut Indika dan Jovita, (2017) dengan judul penelitian Media Sosial Instagram Sebagai sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. dengan alat analisis menggunakan SPSS. Dari hasil pengolahan data yang dilakukan, diketahui bahwa nilai korelasi antara media sosial instagram dengan minat beli sebesar 70,9%. Nilai korelasi bertanda positif yang berarti hubungan antara dua variabel searah dimana semakin efektif media sosial instagram, maka semakin tinggi minat beli konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan mutu dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal berdasarkan standar prosedur pelayanan. Untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan perlu adanya komunikasi dan interaksi antar pengguna dan pemberi jasa layanan, salah satunya melalui media sosial. Kotler dan Keller (2016), mendefinisikan media sosial sebagai alat atau cara yang dilakukan oleh konsumen untuk membagikan informasi berupa teks, gambar, audio, dan video kepada orang lain dan perusahaan atau sebaliknya.

Palang Merah Indonesia (PMI) yang kita kenal sebagai sebuah organisasi sosial kemanusiaan dituntut pula dapat memberikan pelayanan yang memuaskan, terutama dalam pelayanan transfusi darah karena PMI merupakan satu-satunya organisasi yang mempunyai wewenang untuk memberikan pelayanan transfusi darah berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 18 Tahun 1980 tentang Transfusi Darah.

Pada hakekatnya usaha donor darah merupakan bagian penting dari tugas pemerintah di bidang pelayanan kesehatan masyarakat, akan tetapi dalam pelaksanaannya tanggung jawab penyediaan darah bagi kebutuhan masyarakat dipercayakan kepada Unit Donor Darah (UDD) PMI. Dimana di setiap Kabupaten/Kota dibentuk UDD PMI untuk dapat memenuhi kebutuhan darah.

Pentingnya ketersediaan akan darah di UDD PMI mengharuskan PMI untuk selalu menjaga jumlah dan kualitas darah yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan akan transfusi darah. Jika UDD PMI tidak dapat memenuhi ketersediaan stok darah di Kabupaten/Kota maka Pemerintah berhak menutup UDD PMI dan membentuk UDD RS Kabupaten/Kota (Peraturan Pemerintah No. 18 Tahun 1980 tentang Transfusi Darah).

Pada tahun 2017 jumlah pendonor di Kabupaten Gianyar hanya sebanyak 1.762 orang dari jumlah penduduk mencapai 528.974 jiwa dan jumlah permintaan darah mencapai 8.755 kantong darah. Dari total jumlah penduduk membuktikan masih kurangnya minat masyarakat Gianyar dalam mendonorkan darah. UDD PMI Kabupaten Gianyar ingin meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat dan relawan donor, hal ini perlu dilakukan karena seringkali masyarakat dan pendonor tidak mengetahui informasi kegiatan donor darah, stok darah yang tersedia, cara menyelenggarakan donor darah, dan dimana tempat-tempat penyelenggaraan donor darah. Melalui media sosial dapat mempermudah penyampain informasi

mengenai donor darah antara UDD PMI Gianyar dengan masyarakat guna meningkatkan minat terhadap donor darah.

Dari urian di atas dapat dilihat bahwa adanya faktor – faktor kualitas pelayanan dan media sosial yang

berpengaruh terhadap minat donor masyarakat.

Berikut adalah data permintaan darah dan donor darah di UDD PMI Kabupaten Gianyar dari bulan Januari – Desember 2015-2017.

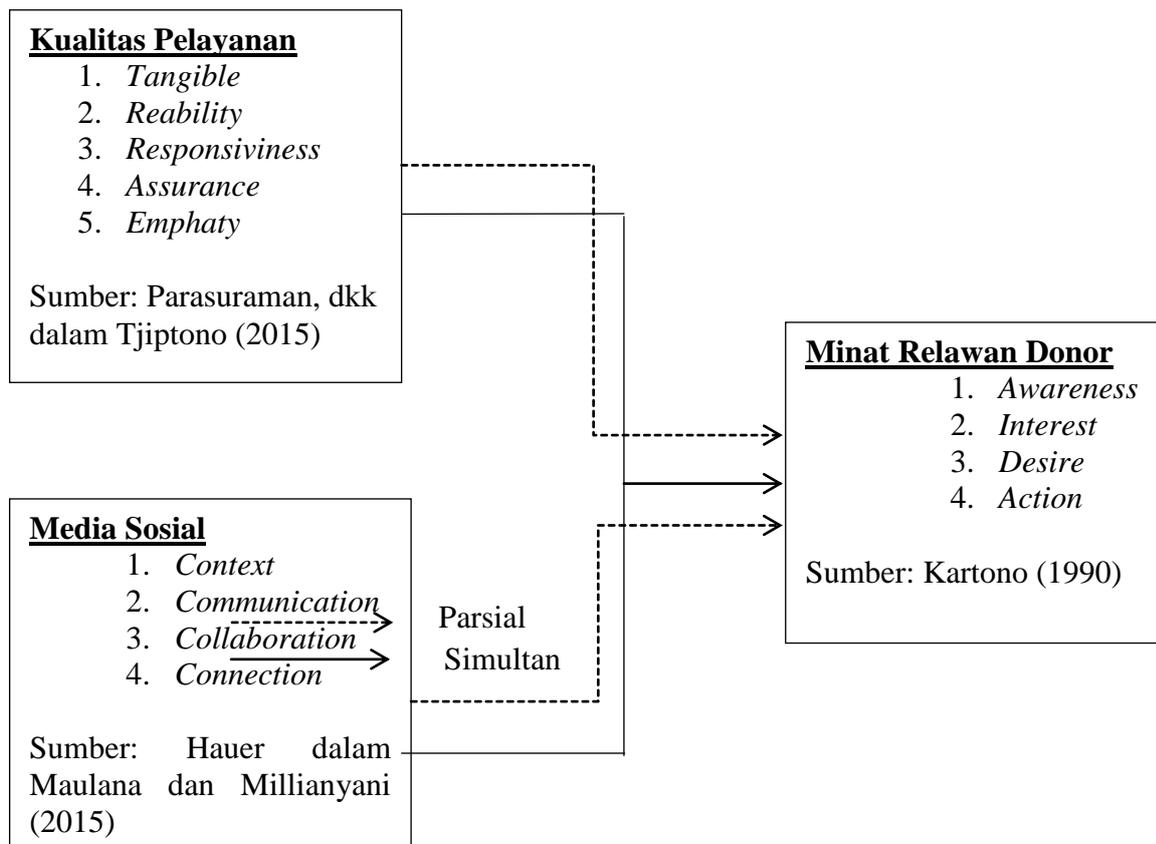
Tabel 1. Data Jumlah Permintaan Darah dan Jumlah Donor UDD PMI Kabupaten Gianyar Tahun 2015-2017

TAHUN	JUMLAH PERMINTAAN DARAH	DONOR		Jumlah DS & DP
		Donor Sukarela	Donor Pengganti	
2015	6.471	1.876	1.378	3.254
2016	8.274	2.598	1.314	3.912
2017	8.755	3.680	1.411	5.091
TOTAL	23.500	8.154	4.103	12.257

Sumber: Unit Donor Darah PMI Kabupaten Gianyar

Tabel 1, dapat dilihat perbandingan antara permintaan darah dan jumlah donor. Dimana jumlah permintaan darah lebih tinggi dibandingkan jumlah masyarakat yang donor, dikarenakan minat donor yang rendah di Kabupaten Gianyar. Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap minat relawan donor darah di Unit Donor Darah PMI Kabupaten Gianyar; 2) Untuk mengetahui pengaruh media sosial secara parsial terhadap minat relawan donor darah di Unit Donor Darah PMI Kabupaten Gianyar; 3) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan media sosial secara simultan terhadap minat relawan donor darah di Unit Donor Darah PMI Kabupaten Gianyar.

Pada penelitian ini, penulis akan meneliti tentang keterkaitan antara kualitas pelayanan dan media sosial terhadap minat relawan donor darah di Unit Donor Darah PMI Kabupaten Gianyar. Untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh dan hubungan antara variabel tersebut. Dapat digambarkan di bawah variabel kualitas pelayanan secara parsial atau sendiri mempengaruhi minat relawan donor darah. Variabel media sosial secara parsial juga mempengaruhi minat relawan donor darah. Dan kedua variabel bebas yakni kualitas pelayanan dan media sosial secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi minat relawan donor di Unit Donor Darah PMI Kabupaten Gianyar.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian

KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Menurut Kotler (2004), pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial didalam individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Menurut Boyd, dkk (2000), “Pemasaran adalah suatu proses yang melibatkan kegiatan-kegiatan penting yang memungkinkan individu dan perusahaan mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran dengan pihak lain”.

Dari definisi pemasaran tersebut dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan suatu sistem dari kegiatan bisnis yang saling berhubungan dan ditujukan untuk merencanakan, mendistribusikan dan mempromosikan barang dan jasa yang dilakukan oleh perusahaan yang bertujuan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan bagi pihak yang terlibat.

Menurut Kotler (2013) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat

dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.

Media sosial (*Social Media*) terdiri dari dua kata: media dan sosial. Menurut KBBI media sosial adalah alat atau sarana komunikasi masyarakat untuk bergaul. Maoyan, *et al* (2014) mendefinisikan media sosial merupakan jaringan teknologi yang digunakan untuk menciptakan berita melalui pengguna internet dan mengkomunikasikan informasi, sedangkan pemasaran media sosial merupakan suatu jenis model pemasaran internet untuk mencapai tujuan pemasaran dengan berpartisipasi dalam lingkup jaringan media sosial.

Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut. Menurut Suryabrata (2002) definisi minat 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. Minat dapat diartikan sebagai “Kecenderungan yang tinggi

terhadap sesuatu, tertarik, perhatian, gairah dan keinginan”.

Hipotesis adalah suatu proporsi, kondisi atau prinsip yang dianggap benar agar bisa ditarik suatu konsekuensi yang logis, dengan cara ini kemudian diadakan pengujian tentang kebenarannya dengan menggunakan fakta-fakta yang ada. Berdasarkan latar belakang dan permasalahan, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut: 1) H₁: Adanya pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap minat relawan donor darah di Unit Donor Darah PMI Kabupaten Gianyar; 2) H₂: Adanya pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara media sosial terhadap minat relawan donor darah di Unit Donor Darah PMI Kabupaten Gianyar; 3) H₃: Adanya pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan media sosial terhadap minat relawan donor darah di Unit Donor Darah PMI Kabupaten Gianyar.

METODE PENELITIAN

Secara umum operasional variabel perlu didefinisikan karena bertujuan untuk menjelaskan makna variabel penelitian itu sendiri. Variabel-variabel penelitian terbagi atas dua kelompok yaitu variabel yang mempengaruhi/bebas (*independent variabel*) dan variabel yang dipengaruhi/terikat (*dependent variabel*). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah minat relawan donor darah dan yang menjadi variabel bebas adalah kualitas pelayanan dan media sosial.

Dalam penelitian ini populasi yang akan diteliti adalah relawan donor darah di Unit Donor Darah PMI Kabupaten Gianyar pada tahun 2015-2017 sebanyak 12.257 orang. Menurut Sugiyono (2007), sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, sedangkan menurut Hadi

$$n = \frac{N}{(1 + N \cdot e^2)}$$

Dimana :

n : Jumlah sampel

N : Ukuran Populasi

e : Nilai kritis / persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang tidak dapat ditolerir.

Dalam penelitian ini tingkat ketelitian sampel sebesar 90% dengan persentase ketidaktelitian (e) sebesar 10% dari populasi sebanyak 12.257

$$n = \frac{N}{(1 + N \cdot e^2)}$$

$$n = \frac{12.257}{1 + 12.257 \cdot (0,10)^2} = 99,6 \text{ dibulatkan } 100$$

Berdasarkan hasil perhitungan, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang responden. Responden dalam penelitian ini adalah pendonor di Unit Donor Darah PMI Kabupaten Gianyar maupun masyarakat Gainyar. Adapun pengambilan sampelnya dilakukan secara *accidental sampling*. Hal ini dimaksudkan bahwa responden yang diambil sebagai sampel adalah responden yang ditemui pada saat penelitian dilakukan.

Untuk mendapatkan data dan informasi yang akurat dan memadai, digunakan metode-metode pengumpulan

(2001) menyatakan bahwa sampel merupakan contoh individu atau orang atau benda yang menjadi bagian dari populasi.

Jumlah sampel dalam penelitian ditentukan berdasarkan rumus Slovin dikutip oleh Husein (2003), dengan rumus sebagai berikut:

orang/pendonor Unit Donor Darah PMI Kabupaten Gianyar dalam kurun waktu tiga tahun (2015-2017). Maka jumlah sampel yang diteliti sebanyak:

data sebagai berikut: 1) Metode Observasi; 2) Kuesioner; 3) Wawancara; 4) Studi Pustaka; 5) Dokumentasi.

Agar suatu data yang dikumpulkan dapat bermanfaat, maka harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan. Tujuan metode analisa data adalah untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul. Pengolahan data dalam penelitian ini dengan menggunakan program *SPSS (Statistical Package for Social Science) for Windows* versi 24.

Uji instrumen yang digunakan antara lain: 1) Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah (valid) atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai r_{hitung} (*correlated item-total correlation*) dengan nilai r_{tabel} . Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai positif maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2013); dan 2) Uji Reliabilitas adalah data untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliabel* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Keandalan yang menyangkut kekonsistenan jawaban jika diujikan berulang pada sampel yang berbeda. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel

dikatakan *reliabel* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ (Ghozali, 2013).

Dalam penelitian ini untuk mengolah data dari hasil penelitian menggunakan analisis *inferensial* (kuantitatif). Dimana dalam analisis tersebut dengan menggunakan program SPSS. Analisis data dilakukan dengan bantuan metode Regresi Linier Berganda, tetapi sebelum menggunakan analisis regresi linier berganda digunakan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heterokedastisitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

Uji validitas dipakai untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu instrumen dalam suatu penelitian. Uji validitas dilakukan terhadap hasil tabulasi distribusi jawaban responden. Agar hasil perhitungan lebih akurat maka digunakan bantuan komputer dengan program SPSS *For Windows Version 24* dalam pengolahan data. Adapun instrumen yang diujikan validitasnya adalah:

Tabel 2. Validitas Butir Pada Variabel X₁

Butir	Kualitas Pelayanan			
	Korelasi/r hitung	r tabel n=100/5%	Kritik Pengujian	Ket
Butir 1	0,685	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,315	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,349	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,420	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 5	0,595	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 6	0,685	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir7	0,471	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 8	0,445	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 9	0,538	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 10	0,487	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 11	0,665	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 12	0,532	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 13	0,478	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 14	0,601	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 15	0,399	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Dari Tabel 2, diketahui bahwa koefisien korelasi seluruh butir pertanyaan di atas mempunyai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{tabel} = 0,196$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir

pertanyaan pada X₁ (Kualitas Pelayanan) yang ada pada instrumen penelitian layak digunakan sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian.

Tabel 3. Validitas Butir Pada Variabel X₂

Butir	Media Sosial			
	Korelasi/r hitung	r tabel n=100/5%	Kritik Pengujian	Ket
Butir 1	0,518	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,508	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,386	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,651	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 5	0,563	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 6	0,455	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir7	0,478	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 8	0,493	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 9	0,341	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 10	0,578	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 11	0,558	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 12	0,571	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Dari Tabel 3, diketahui bahwa koefisien korelasi seluruh butir pertanyaan di atas mempunyai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{tabel} = 0,196$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir

pertanyaan pada X_2 (Media Sosial) yang ada pada instrumen penelitian layak digunakan sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian.

Tabel 4. Validitas Butir Pada Variabel Y

Butir	Minat Relawan Donor Darah			
	Korelasi/ r_{hitung}	r_{tabel} $n=100/5\%$	Kritik Pengujian	Ket
Butir 1	0,407	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,492	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,672	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,408	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 5	0,578	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 6	0,477	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 7	0,503	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 8	0,475	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Dari Tabel 4, diketahui bahwa koefisien korelasi seluruh butir pertanyaan diatas mempunyai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{tabel} = 0,196$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan pada Y (Minat Relawan Donor Darah) yang ada pada instrumen penelitian layak digunakan sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui reliabel atau tidaknya instrumen yang ada pada setiap variabel untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan alat uji *cronbach alpha*. Dengan bantuan program SPSS for Windows Version 24.

**Tabel 5.
Hasil Uji Reliabilitas Cronbach Alpha**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.931	35

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Dari Tabel 5, dapat diketahui bahwa melalui uji reliabilitas terhadap masing – masing responden, instrumen penelitian, variabel kualitas pelayanan, media sosial dan minat relawan donor darah reliabel karena berada diatas 0,60

dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residu memiliki distribusi normal.

Berdasarkan uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh dari *Asymp.sig* diketahui nilai signifikansi sebesar 0,09 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan data yang diuji berdistribusi normal.

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model dalam regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya., yaitu *Variance Inflation Factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menjelaskan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* < 0,10 atau sama dengan nilai VIF > 10 (Ghozali, 2013).

Gejala heteroskedastisitas menggunakan *scatterplot*. Melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada *scatterplot* dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual (Y prediksi-Y sesungguhnya) yang telah distandarisasi. Dasar pengambilan keputusan pada diagram *scatterplot* adalah jika terdapat pola tertentu, seperti titik –

titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, menyebar kemudian menyempit) artinya terjadi gejala heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas dari titik-titik yang menyebar diatas atau dibawah sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini memperlihatkan gambar titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Media Sosial Terhadap Minat Relawan Donor Darah

Adapun model analisis regresi Linier Berganda yang dipakai untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel dalam kualitas pelayanan (X_1) dan media sosial (X_2) terhadap minat relawan donor darah (Y) adalah sebagai berikut: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan bantuan komputer dengan program SPSS *For Windows Version 24* untuk memperoleh hasil analisis regresi berganda yang akurat dengan tingkat signifikan $\alpha = 0,05$ atau 5%. Adapun hasil analisis perhitungan berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	t _{hitung}	Signifikan t	Ket
Konstanta	4,982	1,972	0,051	Signifikan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0,088	1,989	0,049	Signifikan
Media Sosial (X ₂)	0,439	7,917	0,000	Signifikan

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan *output* tersebut pada Tabel 6, maka dapat diperoleh persamaan garis linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,982 + 0,088X_1 + 0,439X_2$$

Keterangan:

Y = Minat Relawan Donor Darah

X₁ = Kualitas Pelayanan

X₂ = Media Sosial

Untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh setiap variabel yang diteliti, yaitu antara kualitas pelayanan dan media sosial terhadap variabel terikat minat relawan donor darah, maka

$$D = r^2 \times 100\%$$

$$D = 0,551 \times 100\%$$

$$D = 55,1\%$$

Koefisien determinasi 55,1% berarti kualitas pelayanan dan media sosial secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat relawan donor darah sebesar 55,1%, sedangkan sisanya 44,9% dipengaruhi oleh factor-faktor lain yang tidak diteliti.

Pengujian Hipotesis

Untuk menguji signifikansi atau benar tidaknya pengaruh variabel bebas kualitas pelayanan dan media sosial terhadap variabel terikat minat relawan donor darah di atas, maka dilakukan pengujian dengan menggunakan uji F (*F*-

digunakan koefisien determinasi R². Dari hasil perhitungan SPSS dapat diketahui dari nilai R² yaitu 0,551. Karena besarnya R² = 0,551 maka besar koefisien determinasinya adalah: *test*) yang langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut:

Dari data di atas dapat diketahui nilai F_{hitung} = 59,538 lebih besar dibandingkan dengan nilai F_{tabel} = 3,09. Oleh karena itu H₀ ditolak dan H_a diterima. Serta dengan tingkat signifikansi 0,000 yang nilainya 0,000 yang nilainya lebih kecil dari kriteria signifikan α = 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan media sosial secara simultan terhadap minat relawan donor darah. Sehingga hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat relawan donor darah di Unit Donor Darah PMI Kabupaten Gianyar diterima.

Berdasarkan keseluruhan hasil pengujian dari tabel, ternyata dengan taraf kepercayaan 5% dan pada derajat bebas = 97 maka diperoleh besarnya $t_{hitung} = 1,989$ dan besarnya $t_{tabel} = 1,661$ dengan nilai signifikansi 0,049. Dijelaskan bahwa apabila nilai $t_{hitung} = 1,989$ dan nilai $t_{tabel} = 1,661$, maka nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} serta nilai signifikan $0,049 < 0,05$ dan t_{hitung} berada pada daerah penolakan H_0 , berarti secara statistik maka kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat relawan donor darah di Unit Donor darah PMI Kabupaten Gianyar.

Dijelaskan bahwa apabila nilai $t_{hitung} = 7,917$ dan nilai $t_{tabel} = 1,661$, maka nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} serta nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan t_{hitung} berada pada daerah penolakan H_0 , oleh karena itu H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat disimpulkan media sosial berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat relawan donor darah di Unit Donor darah PMI Kabupaten Gianyar.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan dan saran-saran ini dikemukakan berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dibahas sebelumnya.

Simpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya maka disimpulkan bahwa:

1. Secara parsial kualitas pelayanan (X_1) dan media sosial (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat relawan donor darah di Unit Donor Darah PMI Kabupaten Gianyar. Untuk kualitas pelayanan diperoleh nilai t_{hitung}

= 1,989 dan nilai $t_{tabel} = 1,661$ dimana nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} , dengan nilai signifikansi $0,049 < 0,05$. Dan untuk media sosial nilai $t_{hitung} = 7,917$ lebih besar dibandingkan nilai $t_{tabel} = 1,661$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.

2. Secara simultan (bersama-sama) kualitas pelayanan dan media sosial berpengaruh terhadap minat relawan donor darah di Unit Donor Darah PMI Kabupaten Gianyar dengan nilai $F_{hitung} 59,538$ lebih besar dibandingkan dengan nilai $F_{tabel} = 3,09$ dengan tingkat signifikansi 0,000 yang nilainya lebih kecil dari kriteria signifikan $\alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan media sosial secara simultan terhadap minat relawan donor darah. Sehingga hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat relawan donor darah di Unit Donor Darah PMI Kabupaten Gianyar diterima.

Saran

1. Unit Donor Darah PMI Kabupaten Gianyar hendaknya lebih meningkatkan kualitas pelayanan terhadap donor baik dalam segi kebersihan, kenyamanan dan tata ruang bangunan dan gedung organisasi, kejelasan penyampaian informasi donor darah, keramahan dan kesopanan dalam pelayanan serta penanganan pelayanan keluhan yang cepat dan tepat, sehingga nantinya dapat meningkatkan minat relawan donor darah untuk mendonorkan

- darahnya serta mengajak orang sekitarnya untuk melaksanakan donor darah.
2. Instagram @donordarahgianyanyar milik Unit Donor Darah PMI Kabupaten Gianyar hendaknya lebih aktif, kreatif dan inovatif dalam penyampaian informasi donor darah baik tempat-tempat kegiatan donor darah, informasi stok darah yang ada maupun interaksi dengan *follower* (pendonor). Serta lebih banyak meng-*upload* postingan mengenai figur pendonor dan penginformasian dini mengenai donor darah dan dapat menghilangkan stigma negatif mengenai donor darah melalui sosial media yang dimiliki.
 3. Unit Donor Darah PMI Kabupaten Gianyar lebih memperhatikan pendonor laki-laki dengan usia 18 sampai dengan 30 tahun, karena karakteristik pendonor ini lebih banyak memperhatikan kualitas pelayanan maupun media sosial Unit Donor Darah PMI Kabupaten Gianyar.
 4. Karena determinasi dari penelitian ini sebesar 55,1% minat relawan donor darah dipengaruhi oleh kedua variabel yaitu kualitas pelayanan (X_1) dan media sosial (X_2), sisanya 44,9% minat relawan donor darah dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian. Diharapkan penelitian berikutnya meneliti variabel di luar kualitas pelayanan dan media sosial seperti edukasi. Untuk penyampaian informasi dini mengenai donor darah. Sehingga nantinya dapat meningkatkan minat donor darah.

DAFTAR PUSTAKA

- Boyd, W dan Larrenche. 2000. *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Edisi Kedua. Erlangga, Jakarta.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Badan penelitian Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hadi, S. 2001. *Metodelogi Research Jilid III*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Husein, U. 2003. *Riset pemasaran dan Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Indika, D.R dan C. Jovita. 2017. Media Sosial Instagram Sebagai sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis*. 01 (01): 25-31.
- Kartono, K. 1990. *Psikologi Perkembangan Anak*. CV. Mandar. Bandung.
- Kotler, P. 2004. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Edisi Sebelas. Alih Bahasa, Hendra Teguh. PT. Prenhallindo, Jakarta. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-12. Erlangga, Jakarta.
- Kotler and Keller. 2016. *Marketing Management*. Prentice Hall. Pearson.
- Maoyan, Zhujunxuan, Sangyang. 2014. Customer Purchase Intention Research Based on Social Media Marketing. *International Journal of Business and Social Science*. 5 (10): 92-97.

- Maulana, A dan H. Milliyani. 2015. Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Sugar Tribe. *Jurnal e-Proceeding of Management*. 2 (3): 2581-2587.
- Peraturan Pemerintah No. 18 Tahun 1980 tentang Transfusi Darah.
- Sari, R.K, D. Yuli Setiarini dan Sudaryanto. 2016. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pembelian Ulang dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Mahasiswa Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. 10 (2): 115-126.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. CV. Alfabeta. Bandung.
- Suryabrata, S. 2002. *Psikologo Pendidikan*. PT Grafindo Perkasa Rajawali. Jakarta.
- Tjiptono, F. 2015. *Service Manajemen Mewujudkan Pelayanan Prima*. CV. Andi Offset, Yogyakarta.