

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Arafah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk* (p. 44). PT Inovasi Pratama Internasional.
- Ariyanto, A. (2023). Manajemen Pemasaran. In U. Saripudin (Ed.), *Widina Bhakti Persada Bandung* (Cetakan Pe). Widina Bhakti Persada.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. guepedia.
- Fachrurazi, Ekowati, D., & Rusiyati, S. (2022). *Pengantar Manajemen*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Idrus, S. Al. (2021). *Kualitay Layanan dan Keputusan Pembelian* (p. 96). Media Nusa Creative.
- Kaniawati, K., Apriadi, D., & Nurlina. (2024). *Manajemen Promosi* (p. 65). Takaza Innovatix Labs.
- Kurniasih, D. (2021). *Kepuasan konsumen : studi terhadap word of mouth, kualitas layanan dan citra merek* (A. Rozi (ed.)). Bintang Sembilan Visitama.
- Pandowo, A., Hasanah, S. U., & Hurdawaty, R. (2023). *Manajemen Pemasaran* (p. 173). Basya Media Utama.
- Sari, D. I., & Esso, A. S. R. (2022). *Manajemen Pemasaran* (M. . Nia Kurnia Lestari (ed.)). PT SADA KURNIA PUSTAKA.
- Sepmady, W. (2021). *Dasar Manajemen* (p. 82). Ahlimedia Book.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Surokim. (2022). Riset Komunikasi Strategi Praktis Bagi Peneliti Pemula. In Surikom (Ed.), *Pusat Kajian Komunikasi Publik* (Vol. 1, p. 285). Pusat Kajian Komunikasi Publik. <http://komunikasi.trunojoyo.ac.id/wp->

content/uploads/2016/01/Buku-Riset-Komunikasi-Jadi.Pdf

Wardhana, A. (2023). *Proses Penelitian Kuantitatif , Masalah , Variabel , & Paradigma* (M. Pradana (ed.); Cetakan Pe). Eureka Media Aksara.

Wardhana, A. (2024). *Operasionalisasi variabel dalam penelitian kuantitatif* (M. Pradana (ed.); Cetakan pe, Issue July). Eureka Media Aksara.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of marketing* (15th ed.). Pearson.

Yulianto, A., & Setiadi, R. (2024). *Manajemen Pemasaran Pemasaran dalam Perspektif: Memahami Perubahan dan Tantangan* (T. U. Pres (ed.)). UMUS Press.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education Limited.

Hadiat. (2023). *Dasar-Dasar Manajemen* (Zulva (ed.); p. 180). CV. Harfa Creative.  
<https://books.google.co.id/books?id=LoG3EAAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

#### **Artikel Jurnal:**

Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>

Amalia, R., & Aprianti, I. (2022). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Dealer Yamaha Deta Group Cabang Merdeka Bandung. *Journal Competency of Business*, 5(02), 27–43. <https://doi.org/10.47200/jcob.v5i02.1088>

Dea Nurita Febriana, & Moh. Gufron. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Pos Durenan Kabupaten Trenggalek. *Economic Reviews Journal*, 3(3), 2344–2354. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i3.376>

- I Made Sukadana, & I Ketut Sudarnaya. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada Perusahaan J&T Express Kubutambahan. *Artha Satya Dharma*, 14(2), 25–30. <https://doi.org/10.55822/asd.v14i2.213>
- Ketut Sudana, I., Luh Putu Yesy Anggreni, N., & Putu Eka Indrawan, i. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan. *Universitas PGRI Mahadewa Indonesia*, 22(2), 555–561. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5574445>
- Kharisma Nawang Sigit, & Arina Hidayati. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada Pt. Pos Indonesia (Persero) Kecamatan Reban Kabupaten Batang. *Journal Economic Insights*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.51792/jei.v1i2.32>
- Marwazi, A. (2021). Pengaruh Promosi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Jasa Kantor Pos. *Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan*, 1–23.
- Ningrum, Lilian Mega Puri, & Eva Ratnasari. (2023). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022. *Journal of Student Research*, 1(1), 394–403. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i1.1067>
- Pratama, K. (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Anggota Pada Koperasi Simpan Pinjam Cakrawala Insan Mandiri Bandung*.
- Putri, L. V. S. (2019). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen Di Pt. Pos Indonesia (Studi Kasus Di PT. Pos Indonesia Cabang Madiun)*. 1–23.
- Rionaldo, D. (2018). *Pengaruh Kualitas Promosi Dan Harga (Biaya Kuliah) Terhadap Minat Kuliah Di Sekolah Tinggi Musik Bandung (STiMB)* (p. 1).
- Rosmalasari, Erwin, Hafid, H., & Syahrir, N. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Melalui Aplikasi E-

- Commerce (Studi Konsumen J&T Express Cabang Majene). *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 8(1), 106.  
<https://doi.org/10.35906/jurman.v8i1.1058>
- Safitri, R. (2021). Analisis Bauran Pemasaran 4p, Kualitas Pelayanan, Citra Merek Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Kurir Pt Pos Indonesia. *Manajemen Bisnis Telekomunikasi Dan Informatika*, 7(2).
- Siregar, I. A. (2021). Analisis Dan Interpretasi Data Kuantitatif. *ALACRITY: Journal of Education*, 1(2), 39–48. <https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.25>
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(1), 63–71.  
<https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1303>
- Soleha, H. A., & Halim, P. A. (2021). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Menggunakan Jasa PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Soreang. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 5(2), 439–448.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.37339/e-bis.v5i2.683>
- Sriwendiah, S., Sopiah, S., & Ekaristy, R. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Brad Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Jasa Pengiriman PT Pos Indonesia Kantor Cabang Purwakarta. 5(3).
- Vanka, M. F., & Ervina, E. (2024). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Tamu Menginap Di Harris Hotel Kota Bandung. 18(1978), 1573–1586.
- Wijayanti, N., & Wicaksana, F. A. (2023). Implementasi Fungsi Manajemen George R Terry Dalam Meningkatkan Mutu Lembaga Pendidikan. *Jurnal Cerdik: Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran*, 3(1), 30–43.  
<https://doi.org/10.21776/ub.jccerdik.2023.003.01.04>
- Wuryantari, H. P. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada PT. Pos Indonesia

Cabang Kediri Miftahul Munir Agung Pambudi Mahaputra. *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 1(5), 156–171.  
<https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i5.2677>

Zai, Y., & Mendrofa, Y. (2024). Analisis Efektivitas Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Umkm Di UD Oya Kota Gunungsitoli. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, 4(November).

**Website:**

Redaksi. (n.d.). *Survei Populix: 88% Gen Z Indonesia Menggunakan Layanan Pengiriman untuk Berbelanja Online*. CSR Indonesia. <https://csr-indonesia.com/survei-populix-88-gen-z-indonesia-menggunakan-layanan-pengiriman-untuk-berbelanja-online/>

[https://www.instagram.com/posind\\_bandung/](https://www.instagram.com/posind_bandung/)

<https://www.posindonesia.co.id/en>

