

DAFTAR PUSTAKA

- Adlani, M. (2021). *Pengaruh Promosi dan Pelayanan terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor Pos*. IAIN Padang Sidimpuan.
- Apriliana, A. D. (2021). *Analisis pengaruh harga, promosi, dan citra perusahaan terhadap keputusan penggunaan jasa Syafi'i Decoration ditinjau dari etika bisnis Islam*. Institut Agama Islam Negeri Metro).
- Auliana, C., & Ameliany, N. (2021). Pengaruh strategi promosi melalui media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Rizky Stamp Lhokseumawe. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*,.
- Elzafran Amazia. (2022). *PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA LAYANAN LION PARCEL DI YOGYAKARTA*. UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Deepublish.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran produk dan merek (planning & strategy)*. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2021a). *Analisis multivariate lanjutan dengan program IBM SPSS 26* (10 ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
https://www.academia.edu/86315138/Ghozali_Imam_2011_Aplikasi_Analisis_Multivariate_Dengan_Program_SPSS_versi_19_Semarang_Universitas_Diponegoro
- Ghozali, I. (2021b). *Aplikasi Analisis Multivariate*. (10 ed.). Universitas Diponegoro.
- Griffin, R. W., & Ebert, R. J. (2010). *Bisnis*. (8 ed.). Erlangga.
- Hasyim, M. L. F. (2023). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY, PROMOSI, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA APLIKASI GRAB DI KABUPATEN KEBUMEN*. UNIVERSITAS PUTRA BANGSA.
- Hermawan Agus. (2013). *Promosi Dalam Prioritas Kegiatan Pemasaran*. PT Buku Seru.
- <https://share.google/mpcA1oE6uk7y9IpXx>, S. P. I. (2025). *Makna Logo PosIND*.
<https://doi.org/Sumber: Pos Indonesia>
<https://share.google/mpcA1oE6uk7y9IpXx>
- Ketut, N., Purnama, M., Made, N., Ariani, D., & Manajemen, P. S. (2021). *Pengaruh Word Of Mouth Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Ekspedisi JNE Express Di Kabupaten Buleleng*. 13(1).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (18th ed). Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba.
- Mahmud, A. (2023). Analisis Pengaruh Promosi Digital Dan Kualitas Layanan Aplikasi Go-Food Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah (JESYA)*, 6(1), 258–271.
<https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.921>
- Mulyono, D. . . (2023). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pos Indonesia di Kantor Pusat Kota Surakarta* [Universitas Diponegoro Semarang].

- <https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/16882/1/Cover.pdf>
- Ramsiah Tasruddin. (2015). Strategi Promosi Periklanan yang Efektif. *Jurnal Al-Khitabah*, II(1).
- Ritonga, N., & Andyna, C. (2025). Pengaruh Nilai Religiusitas pada Brand Switching Konsumen Muslim Aceh Pasca Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Malikussaleh (JSPM)*.
- Riyanto, S. (2020). *Metode penelitian kuantitatif*. Bumi Aksara.
- Safitri.Y.D, & Sugianto. (2022). Pengaruh Promosi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Jasa Pengiriman pada PT.Pos Indonesia (Persero) Kota Medan. 2(2), 403–416.
- Sakdiah, & Sukmawati, C. (2022). Pengaruh promosi penjualan (sales promotion) dan belanja hedonis (hedonic shopping) terhadap impulse buying secara online. 5(1), 1–16. *NEGOTIUM: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 1–16.
- Siagian, S. P. (2014). *Filsafat Administrasi*. Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Wayong, Y. (2004). *Fungsi Administrasi Negara*. Djambatan.
- Wuryantari.H.P, Munir.M, & Mahaputra.A.P. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada PT. Pos Indonesia Cabang Kediri. *Journal of Creative Student Research*, 1(5), 156–171. <https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i5.2677>