

# PENGARUH PROMOSI DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT MENGGUNAKAN JASA KANTOR POS

MARWAZI ADLANI

UIN SYAHADA Padangsidempuan

## Abstrak

Jasa pengiriman saat ini sangat diperlukan oleh berbagai pihak baik perorangan maupun organisasi. Kantor Pos merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa yang menawarkan produk seperti, perangko, materai, pos ekspor, paket pos biasa, paket pos kilat, logistik, kargo, wesel pos, giro pos dan masih banyak lagi. Di Kantor Pos yang berada di kecamatan Muarasipongi masih sedikit masyarakat yang menggunakan jasa kantor Pos, hal ini disebabkan promosi dan pelayanan dari kantor Pos yang kurang baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan pelayanan terhadap keputusan masyarakat untuk menggunakan jasa kantor Pos di kecamatan Muarasipongi.

Pengambilan keputusan merupakan proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya. Promosi merupakan suatu tindakan yang bertujuan untuk membujuk, mendesak, dan meyakinkan orang lain terhadap produk yang ditawarkan dengan tujuan untuk menarik perhatian dan minat calon pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan. Dan pelayanan merupakan kegiatan dalam bentuk jasa yang diberikan kelompok atau perseorangan kepada pelanggan, yang sifatnya tidak berbentuk dan tidak dapat dimiliki. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori keputusan, promosi dan pelayanan.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis uji regresi berganda. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dengan sampel 25 orang dengan teknik pengambilan sampel adalah rumus Isac Michale. Pengolahan data dilakukan spss 22.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan peneliti, terdapat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat dilihat dari uji ( $R^2$ ). Hasil penelitian secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor Pos. Dan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor Pos. Di lihat dengan uji F promosi dan pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor Pos.

**Kata Kunci:** Keputusan, Pelayanan, Promosi

## PENDAHULUAN / INTRODUCTION

Di zaman moderen sekarang ini, jasa pengiriman sangat diperlukan oleh berbagai pihak baik perorangan atau organisasi. Jasa pengiriman barang sekarang telah menjadi kebutuhan penting untuk para pebisnis. Setiap konsumen memerlukan jasa pengiriman produk (barang) secara cepat dan aman agar barang kiriman sampai tepat waktu ketangan konsumen. Dengan adanya kemajuan yang terjadi di semua bidang, jumlah konsumen dibidang jasa semakin meningkat. Dengan adanya gambaran dari apa yang terjadi pada keadaan saat ini, jasa pengiriman sangat dibutuhkan terutama yang berhubungan dengan pengiriman barang atau paket, dan tidak akan tergantikan dengan teknologi seanggih apapun.

Keputusan masyarakat untuk menggunakan jasa kantor pos dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya yaitu promosi dan pelayanan. Pelayanan yang baik akan mendorong masyarakat untuk menggunakan jasa kantor pos, dan promosi juga merupakan faktor penting agar masyarakat mengetahui produk dan jasa yang ditawarkan oleh kantor pos.

Berdasarkan pengamatan peneliti di kantor pos menunjukkan bahwasanya masyarakat menggunakan jasa kantor pos mengalami fluktuasi setiap tahunnya, hal ini dibuktikan dari tabel di bawah ini:

Tabel I.1

Jumlah Masyarakat Yang Menggunakan Jasa Kantor Pos Di Kecamatan Muarasipongi Mandailing Natal Tahun 2018-2020

No	Tahun	Jumlah Pengguna
1	2018	240 Orang
2	2019	265 Orang
3	2020	195 Orang

Sumber : Kantor Pos Kecamatan Muarasipongi Mandailing Natal

Berdasarkan tabel diatas pada tahun 2019 kantor pos kecamatan Muarasipongi mengalami peningkatan jumlah pengguna jasa kantor pos, namun kenyataannya pada tahun 2018 dan 2020 mengalami penurunan.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Masyarakat yang menggunakan jasa kantor pos sedikit.
2. Pelayanan kantor pos kurang memuaskan.
3. Promosi kantor pos belum maksimal.

Untuk memperjelas penelitian ini peneliti hanya membahas tentang promosi dan pelayanan terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa kantor pos. Kantor pos yang dimaksud yaitu Kantor pos yang berada di kecamatan Muarasipongi.

## **TINJAUAN TEORITIK / *LITERATURE REVIEW***

Persoalan pengambilan keputusan ialah pemilihan dari berbagai pilihan tindakan yang mungkin dipilih, dengan tujuan untuk memperoleh sebuah keputusan yang terbaik. Setiap keputusan ialah keluaran dari proses dinamis yang dipengaruhi oleh kekuatan yang banyak.

Schiffman dan Kanuk mendefinisikan keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Seorang konsumen yang hendak memilih harus memiliki pilihan alternatif. Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya. Hasil dari proses pengintegrasian ini adalah suatu pilihan yang disajikan secara kognitif keinginan berperilaku.

Promosi ialah suatu tindakan yang bertujuan untuk membujuk, mendesak, dan meyakinkan orang lain terhadap produk yang di tawarkan dengan tujuan untuk menarik perhatian dan minat calon pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan. Meskipun promosi dilakukan, masih ada juga sebagian orang dilingkungan perusahaan yang belum mengetahui tentang produk apa saja yang ada di perusahaan. Hal ini

diakibatkan oleh frekuensi promosi yang terlalu singkat dan promosi tidak sampai pada semua daerah sasaran.

Di samping promosi lewat iklan, promosi lainnya dapat dilakukan melalui promosi penjualan. Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik masyarakat untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Promosi penjualan dapat dilakukan melalui pemberian diskon, kontes, kupon, atau sampel produk.

Pelayanan ialah kegiatan dalam bentuk jasa yang diberikan oleh kelompok atau perseorangan kepada pelanggan (yang dilayani), yang sifatnya tidak berbentuk dan tidak dapat dimiliki.

Penelitian ini dilaksanakan di kecamatan Muarasipongi Kabupaten Mandailing Natal. Penelitian ini direncanakan dilakukan pada bulan September sampai Januari 2021.

Jenis penelitian yang dilakukan ialah jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menerapkan hubungan atau pengaruh yang terukur, meramalkan, dan mengontrol. Data kuantitatif adalah data berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik.

Populasi ialah keseluruhan yang menjadi objek penelitian yang ditentukan peneliti untuk di pelajari dan ditarik kesimpulan. Populasi tidak hanya tentang jumlah yang terdapat pada objek dan subjek yang di pelajari, tetapi meliputi semua ketentuan-ketentuan dan sifat yang dimiliki oleh objek dan subjek tertentu. Populasi dalam penelitian ini ialah masyarakat yang menggunakan jasa kantor pos di kecamatan Muarasipongi.

## **METODE PENELITIAN / METHODS**

Teknik untuk menentukan jumlah sampel dikelompokkan menjadi dua yaitu untuk jumlah populasi diketahui dan tidak diketahui. Dalam penelitian ini, jumlah populasinya tidak diketahui, sehingga penentuan ukuran sampel dari populasi menggunakan teori yang dikembangkan dari Isac Michael, yaitu:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

*Keterangan:*

$n$  = sampel

$Z$  = tingkat signifikan (1,96)

$p$  = proporsi populasi (0,07)

$q$  = 1-p

$e$  = perkiraan tingkat kesalahan (10%)

*Jadi besarnya sampel yang digunakan adalah:*

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,07 \cdot (1 - 0,07)}{0,1^2} = \frac{0,2500}{0,01} = 25$$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka jumlah sampel yang digunakan peneliti adalah 25 orang. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah sampel aksidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu sesuai dengan sumber data.

Analisis Regresi Berganda adalah suatu model persamaan linear dengan variabel bebas lebih dari satu. Analisis regresi berganda akan dilakukan apabila jumlah variabel independen dua atau lebih. Adapun regresi linear berganda dalam penelitian ini untuk mengetahui promosi ( $X_1$ ), pelayanan ( $X_2$ ) terhadap keputusan. Bentuk persamaan linear berganda antara lain :

$$K = a + b_1 Pr + b_2 Pl + e$$

Dimana:

$K$  = Keputusan

$Pr$  = Promosi

$Pl$  = Pelayanan

$a$  = Konstanta

$b_1$  = Koefisien untuk Promosi

$b_2$  = Koefisien untuk Pelayanan

$e$  = Standard Error

Sehingga persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah:

$$K = a + b_1 Pr + b_2 Pl + e$$

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat dipergunakan untuk mengetahui persentasi sumbangan dari variabel  $X$  terhadap Variabel  $Y$  yang menunjukkan keragaman nilai variabel  $X$  yang bisa dijelaskan oleh variabel  $Y$ .  $R^2$  ialah 0, maka tidak ada sedikitpun persentasi sumbangan pengaruh yang diberikan variabel  $X$  terhadap variabel  $Y$ , atau variasi variabel  $X$  yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel  $Y$ . Sebaliknya  $R^2$  ialah sama dengan 1, maka persentasi sumbangan pengaruh yang diberikan variabel  $X$  terhadap variabel  $Y$  ialah sempurna, atau variasi variabel  $X$  yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel  $Y$ .

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial (individu) diukur dengan menggunakan uji  $t$ -statistik. Uji parsial (Uji  $t$ ) sampel ini tergolong hipotesis deskriptif. Uji signifikansi koefisien korelasi pasrial digunakan untuk menguji apakah hubungan yang terjadi itu berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasi). Ketentuannya adalah:

- 1) Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} > + t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- 2) Jika  $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

## HASIL DAN PEMBAHASAN / *DISCUSSION*

Penelitian ini berjudul pengaruh promosi dan pelayanan terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor pos. Setelah peneliti melakukan penyebaran angket yang ditujukan kepada

masyarakat yang menggunakan jasa kantor pos di kecamatan Muarasipongi yang digunakan untuk mengetahui pengaruh promosi dan pelayanan terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor pos. Hasil penelitian ini diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 22.

Berdasarkan hasil Hasil analisis diketahui nilai R sebesar 0,630 artinya kolerasi antara variabel promosi dan pelayanan terhadap keputusan terjadi hubungan yang kuat. Nilai R Square sebesar 0,397 atau 39,7 persen. Variabel promosi dan pelayanan mempengaruhi keputusan. Sedangkan sisanya 0,603 atau 60,3 persen dipengaruhi oleh variabel lain yaitu variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Selanjutnya hasil interprestasi dari hasil regresi tersebut terhadap signifikansi masing-masing variabel yang diteliti dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh promosi terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor Pos.

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa thitung untuk variabel promosi sebesar -148 dan untuk ttabel diperoleh dari rumus  $df = (n-k-1)$ ,  $df = (25-2-1) = 22$  hasil yang diperoleh dari ttabel sebesar 1,71714 yang artinya  $thitung > ttabel$  ( $-0,148 < 1,71714$  dan  $(0,464 > 0,1)$ ) jadi dapat disimpulkan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor pos di kecamatan muarasipongi.

Berdasarkan Michael Ray “Promosi adalah kordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan. Promosi pada umumnya bertujuan untuk menyampaikan informasi tentang produk yang ditawarkan agar diminati oleh calon konsumen.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Dewi Mei Anggraini (2019) yang berjudul Pengaruh pelayanan dan Promosi terhadap minat kunjung kembali wisatawan dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening pada wisata pemancingan dewandaru kecamatan Gunung Pati Semarang. Hasil penelitian menyatakan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap minat kunjung kembali wisatawan. Promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor pos. Hal ini karena masyarakat pengguna jasa kantor pos tidak melihat dari segi promosi, masyarakat lebih mementingkan aspek lain seperti kebutuhan, dan keperluan dan hal lainnya.

2. Pengaruh pelayanan terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor Pos.

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa thitung untuk variabel pelayanan sebesar 0,669 dan untuk ttabel diperoleh dari rumus  $df = (n-k-1)$ ,  $df = (25-2-1) = 22$ , hasil yang diperoleh dari ttabel sebesar = 1,71714 yang artinya  $thitung < ttabel$  ( $0,669 > 1,71714$ ) dan  $(0,02 < 0,1)$ , jadi dapat disimpulkan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor pos di kecamatan muarasipongi.

Teori Kotler dalam buku Fazar Laksana “Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan tentu berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk memilih produk yang diberikan.

Semakin baik pelayanan yang diberikan maka, masyarakat akan merasa puas dan memilih produk yang diberikan.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Nizar Alam Hamdani dan Maulida Agustianus Zaman (2017) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pizza Express. Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan konsumen.

Sesuai hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan merupakan salah satu faktor penentu keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor pos. Hal ini dikarenakan pelayanan yang baik dan sesuai harapan konsumen akan meningkatkan keputusan masyarakat untuk menggunakan jasa kantor pos di kecamatan Muarasipongi, dan sebaliknya jika pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan konsumen maka keputusan masyarakat untuk menggunakan jasa kantor pos di kecamatan muarasipongi akan menurun.

### 3. Pengaruh promosi dan pelayanan terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor pos

Berdasarkan uji signifikansi simultan (uji f) di atas dapat dijelaskan bahwa nilai Fhitung sebesar 7,246 dan Ftabel dapat dilihat bahwa pada tabel statistik dengan derajat kebebasan  $df = n-k-1$  atau  $df = 25-2-1 = 22$  yang diperoleh nilainya sebesar 2,26 sehingga dapat disimpulkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $7,246 > 2,26$ ) dengan nilai signifikan  $0,04 < 0,1$ . Artinya diterima. Dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama promosi dan pelayanan mempunyai pengaruh terhadap keputusan. Promosi yang efektif dan pelayanan yang baik akan mempengaruhi masyarakat dalam mengambil keputusan untuk menggunakan produk dan jasa yang diberikan. Semakin baik promosi dan pelayanan yang dilakukan, maka semakin tinggi minat konsumen terhadap produk dan jasa yang ditawarkan.

Penelitian ini sejalan dengan teori Schiffman dan Kanuk keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Seorang konsumen yang hendak memilih harus memiliki pilihan alternatif.

## **KESIMPULAN / CONCLUSION**

Bagian kesimpulan harus memuat secara jelas mengenai hasil yang diperoleh. Bagian ini harus menjawab pertanyaan penelitian dan merangkum tujuan penelitian. Penulisan simpulan dibuat dalam bentuk paragraf, tanpa menggunakan poin-poin *bullets and numbering*.

1. Promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor Pos di kecamatan muarasipongi. Ini dapat dibuktikan dengan melihat nilai thitung  $>$  ttabel ( $-148 < 1,71714$  dan  $(0,464 > 0,1)$  maka  $H_{a1}$  diterima  $H_{o1}$  ditolak.
2. Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor pos. Ini dapat dibuktikan dengan melihat thitung  $<$  ttabel ( $669 > 1,71714$ ) dan  $(0,02 < 0,1)$ , maka  $H_{o2}$  ditolak  $H_{a2}$  diterima.

- Promosi dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa kantor pos.  $F_{hitung} > F_{tabel} (7,246 > 2,26)$  dengan nilai signifikan  $0,04 < 0,1$ .  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima.

## DAFTAR PUSTAKA / REFERENCES

- Abrista Devi, Hendri Tanjung. Metodologi Penelitian EkonoMo Islam. Jakarta: Gramata Phublisng, 20013.
- Anastasi Diana, Fandi Tjiptono. Total Quality Managemen. Yogyakarta: Andi, 2006.
- Departemen Agama RI, Syammil Al-Quran Miracle. Bandung: SYGMA PUBLISHING, 2010.
- Dewi Mei Angraini. "Pengaruh pelayanan dan promosi terhadap minat kunjung kembali wisatawan dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening pada wisata pemancingan dewandaru kecamatan Gunung Pati Semarang. Tahun 20019." Skripsi, Universitas Negeri Walisongo, 2019. <http://eprints.walisongo.ac.id>.
- Dkk, Dwi Richa Farokha. "Kualitas Pelayanan Pengiriman Pos Express Di PT. Pos Indonesia Cabang Baratajaya Surabaya" 03, no. 01 (2015).
- George R. Terry. Dasar Dasar Manajemen. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005.
- Hamidah, Roni Ika Setiawan. "Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian untuk meningkatkan penjualan motor merek honda tipe Vario. Tahun 2014." Tesis, STIE Kesuma Negara, 2014. <http://jurnal.stieken.ac.id>.
- H.B Siswanto. Pengantar Manajemen. Jakarta: Bumi Aksar, 2005.
- Husein Umar. Studi Kelayakan Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997.
- Juliansyah Noor. Metodologi Penelitian, skripsi, tesis, dan karya ilmiah. Jakarta: kencana, 2012.
- Junedi, Alant. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Logistik JNE" VI, no. 2 (2014). [www.neliti.com](http://www.neliti.com).
- Kasmir. Pemasaran Bank. Jakarta: Kencana, 2010.
- . Pemasaran Bank. Jakarta: Raja Wali Pers, 2014.
- Krisnawati, Imilda. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di J&T Ekspres Cabang Nganjuk" 01, no. 02 (2017). <http://simki.unpkediri.ac.id>.
- M. Mursid. manajemen pemasaran. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008.
- M. Nur Rianto Al Arif. Dasar-dasar pemasaran bank syariah. Bandung: Alfabeta, 2010.
- M. Quraish Shihab. Tafsir Al-Misbah. Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Masyhuri, Nur Aswani. "Metodologi Riset Manajemen Pemasaran." Riset, UIN-Maliki Press, 2011.
- Maulida Agustinus Zaman, Nizar Alam Hamdani. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pizza Express Jakarta" 16, no. 02 (2017). <http://docplayer.info.com>.
- Mudjarat kuncoro. Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi. Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 2003.

- Narlan, Abdul, dan Dicky Tri Juniar. *Statistic Dalam Aplikasi Praktis Dalam Penelitian Pendidikan Jasmani*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- Nasser Hasibuan, Abdul. "Strategi Pemasaran Produk Funding Di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Padangsidempuan" 2, no. 1 (2018).
- Nasution, Khoirul. Wawancara Pengguna Jasa Kantor POS kecamatan Muarasipongi, 19 September 2020. Pasar Muarasipongi.
- Parlaungan. Wawancara Pimpinan Kantor Pos Kecamatan Muarasipongi, 15 September 2020. Pasar Muarasipongi.
- "Pengaruh Kualitas, Promosi, Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di J&T Cabang Nganjuk." *Jurnal Manajemen* 01, no. 02 (2017).
- Philip Kotler. *Managemen Pemasaran*. Jakarta: Macan Jaya Cemerlang, 2007.
- Riyanto, Slamet, dan Andhita Hatmawan Aglis. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.
- Rosady Ruslan. *Metodologi Penelitian Publik dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.
- Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: kencana, 2013.
- Sistem pendukung keputusan. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2008.
- Sugiyono, dan Agus Santoso. *Cara Mudah Belajar SPSS Dan Lisrel*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Ujang Samarwan. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Pos Indonesia, 2020. <http://www.posindonesia.co.id>.