

## Analisis Determinan Permintaan Masyarakat Kota Padang Terhadap Jasa Pengiriman Paket Dikala Pandemi

Riri Enjeli<sup>1\*</sup>, Mike Triani<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

\*Korespondensi: [ririenjeli@gmail.com](mailto:ririenjeli@gmail.com)

### Info Artikel

#### Diterima:

20 Januari 2022

#### Disetujui:

28 Februari 2022

#### Terbit daring:

01 Maret 2022

#### Sitasi:

Enjeli, R., & Triani, M. (2022). Analisis Determinan Permintaan Masyarakat Kota Padang terhadap Jasa Pengiriman Paket Dikala Pandemi. JKEP: Jurnal kajian ekonomi dan pembangunan, 4(1),

### Abstract

*This research is intended to interpret and explain the effect of income, price, timeliness of delivery, and quality of service on delivery requests at PT. Pos Indonesia (Persero) Padang during the pandemic. This research is a descriptive and inductive research, the data used are primary data and analyzed using Multiple Linear Regression. The estimation results show that revenue, price, on time delivery and service quality have a positive influence on the demand for package delivery at PT. Pos Padang during the pandemic.*

**Keywords:** demand for postal package, income, price, timeliness of delivery, service quality

### Abstrak

penelitian ini bertujuan untuk melakukan penafsiran dan menjelaskan pengaruh pendapatan, harga, ketepatan waktu pengiriman, dan kualitas pelayanan atas permintaan pengiriman pada PT. Pos Indonesia (Persero) Padang dikala pandemi. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan induktif, data yang digunakan merupakan data primer dan dianalisis menggunakan Regresi Linear Berganda. Hasil estimasi memperlihatkan bahwa pendapatan, harga, ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif atas permintaan pengiriman paket pada PT. Pos Padang dikala pandemi.

**Kata Kunci :** Permintaan Pengiriman Paket, Pendapatan, Harga, Ketepatan Waktu Pengiriman, Kualitas Pelayanan

**Kode Klasifikasi JEL:** D00, D40

## PENDAHULUAN

Globalisasi dan kemajuan teknologi yang semakin pesat menciptakan pola hidup masyarakat yang semakin modern, hal ini dapat terlihat dari aktivitas masyarakat sehari-hari. Berbagai kegiatan yang sebelumnya menuntut banyak waktu dan berbagai peralatan yang rumit bahkan sekarang mampu dikerjakan hanya dengan hitungan menit. Berbagai macam jenis bidang perusahaan didirikan untuk memenuhi keperluan masyarakat yang semakin meningkat.

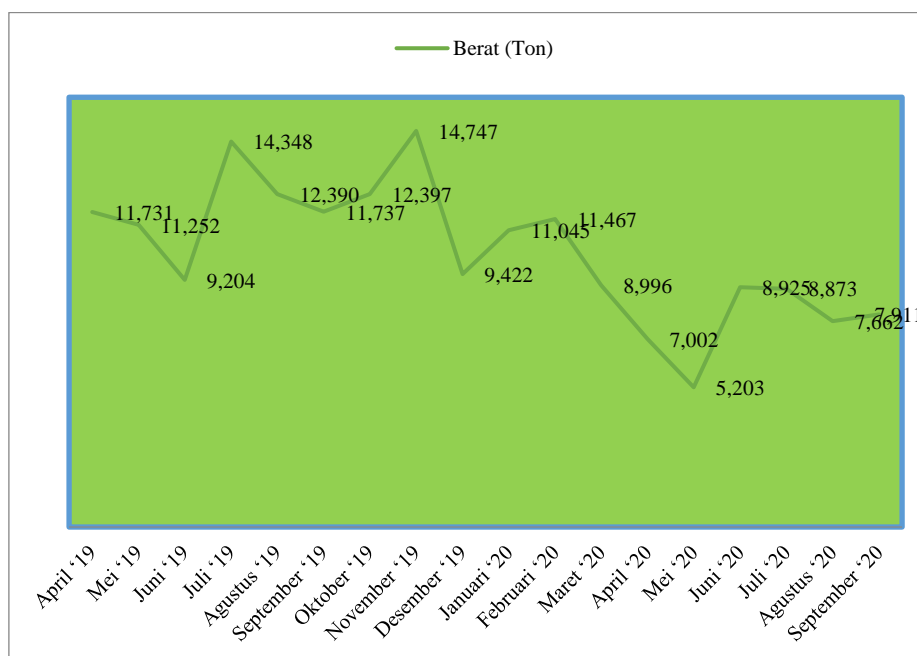
Pola hidup masyarakat yang semakin modern menyebabkan kebutuhan akan jasa pengiriman semakin meningkat. Tingkat pelayanan dan ketepatan waktu yang dijadwalkan menentukan keberhasilan jasa pengiriman barang, disamping itu faktor lain yang juga mempengaruhi keberhasilan jasa pengiriman barang adalah tarif dan tingkat persaingan di pasar.

Kebutuhan masyarakat yang semakin tinggi terhadap jasa pengiriman barang menyebabkan banyak pelaku bisnis melebarkan sayap di bidang jasa pengiriman barang. Sekarang ini calon konsumen dapat dengan mudah mengakses berbagai perusahaan penyedia jasa pengiriman. Semakin banyaknya pelaku bisnis di bidang jasa pengiriman barang, maka semakin banyak pula pilihan yang bisa dijadikan pertimbangan oleh para calon konsumen. Berbagai strategi baru diciptakan masing-masing perusahaan agar mampu menarik minat calon konsumen dan bersaing dengan perusahaan lain.

PT. Pos Indonesia (Persero) dipegang oleh negara dan telah beroperasi puluhan tahun yang lalu. Namun kinerja PT. Pos Indonesia (Persero) selalu mengalami kemunduran setiap tahunnya. Puluhan tahun berdiri PT. Pos Indonesia (Persero) hanya menempati posisi keempat dalam menguasai pasar disetiap tahunnya. Bahkan perusahaan jasa pengiriman J&T yang baru berdiri tahun 2015 menempati posisi kedua dalam penguasaan pasar tiga tahun berturut-turut. Pada tanggal 2 di bulan maret tahun 2020 terdetekdi di indonesia kasus positif Covid-19 setelah sebelumnya tanggal 31 bulan desember tahun 2019 di China untuk pertama kali terdampak penyakit baru ini. Menurut riset Moody's jasa pengiriman memiliki eksposur tinggi disebabkan Covid-19.

Dengan meluasnya penyebaran Covid-19 ini semakin menjadi kendala bagi perusahaan jasa pengiriman terutama PT. Pos dimana sebelum adanya penyebaran Covid-19 perusahaan ini sudah cukup mengalami kesulitan dalam meningkatkan produktivitasnya. Begitu juga dengan PT. Pos Indonesia (Persero) Padang yang keberadaanya sudah sangat dikenal oleh masyarakat Sumatera Barat.

**Grafik 1. Perkembangan Jasa Pengiriman Paket Pos PT. Pos Indonesia (Persero) Padang April 2019-September 2020**



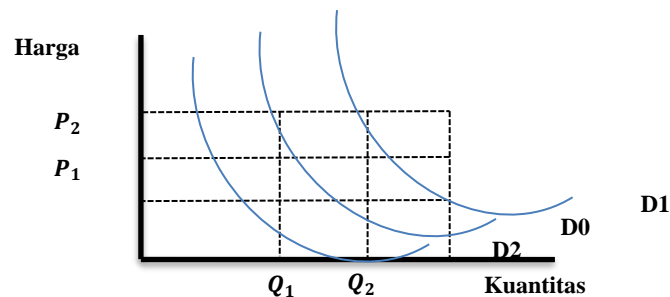
Sumber: PT. Pos Indonesia (Persero) Padang

Dari Grafik 1 dapat dilihat bahwa perkembangan pengiriman paket pada PT. Pos Padang bulan April 2019 sampai Februari 2020 (sebelum penyebaran Covid-19) selalu mengalami fluktuasi setiap bulanya. Namun penurunan yang cukup signifikan mulai terjadi pada bulan Maret 2020. Hal ini kemungkinan terjadi karena pada 26 Maret 2020 dua orang terdampak Covid-19. Dimana total permintaan pengiriman di bulan Maret 2020 hanya sebanyak 8.996 ton. Penurunan yang cukup besar dalam permintaan pengiriman terjadi pada bulan Mei 2020 yaitu sebanyak 5.203 ton. Hal ini kemungkinan terjadi karena pemerintah provinsi Sumatera Barat telah menetapkan kebijakan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) pada tanggal 22 April 2020 .

Riset Moody's (17/3/2020) , sekitar 9% dari 920 perusahaan yang dinilai oleh Moody pada pertengahan Maret memiliki eksposur tinggi, 54% memiliki eksposur sedang dan sisanya memiliki eksposur rendah. Sebagian besar perusahaan dengan eksposur tinggi khususnya produsen mobil dan pemasok, penginapan, ritel dan rekreasi, manufaktur dan transportasi - terutama penerbangan dan pengiriman.

Permintaan merupakan berbagai jumlah produk yang ingin dimiliki konsumen dimana konsumen mau membelanjakan uangnya pada berbagai alternative harga produk (Soeharno, 2009). Dengan kata lain, permintaan dapat terjadi ketika pembeli memerlukan suatu barang atau jasa dan mempunyai kemampuan membeli untuk mendapatkan barang atau jasa tersebut. Permintaan yang didasari oleh kebutuhan saja merupakan permintaan potensial. Permintaan yang didukung oleh kemampuan untuk membeli merupakan permintaan efektif. Harga barang itu sendiri merupakan faktor yang memberikan pengaruh pada permintaan begitupun harga dari barang lain, pendapatan dan kekayaan, selera konsumen dan preferensi konsumen, serta ekspektasi konsumen (Case & Fair, 2007).

Menurut hukum permintaan suatu barang yang mengalami kenaikan harga, maka akan mengakibatkan pada penurunan terhadap banyaknya barang yang diminta (*ceteris paribus*) (Suparmoko & Suparmoko, 2000). Faktor penting terjadinya hukum permintaan ini dikarenakan keterbatasan pendapatan konsumen. Ketika terjadi peningkatan pada satu variabel maka variabel lain akan turun (Sukirno, 2011).



**Gambar 1. Pergeseran Kurva Permintaan**

*Sumber: Putong, 2009*

Diasumsikan jika hanya harga yang mengalami perubahan maka perubahan kuantitas hanya berlangsung sepanjang kurva permintaan itu saja inilah yang disebut sebagai pergerakan dalam kurva permintaan. Tetapi jika yang mempengaruhi permintaan itu merupakan faktor-faktor lain selain harga, maka kemungkinan besar kuantitas barang yang diminta tidak hanya bergerak sepanjang kurva permintaan yang sama, namun kurva permintaannya akan bergeser keatas atau kebawah bergantung terhadap faktor permintaan itu (Putong, 2009).

Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2013) Jasa merupakan seluruh aktivitas yang bisa ditawarkan dan tidak berbentuk serta tidak menciptakan kepemilikan apapun. Loveloceka, Wirtz & Mussry (2011) Jasa yaitu penawaran suatu kegiatan ekonomi dari pemilik jasa kepada pengguna jasa. Umumnya aktivitas yang dilakukan berdasarkan waktu tertentu yang dapat memberikan suatu hasil sesuai harapan konsumen dimana menjadi tanggung jawab pelanggan sebagai bentuk dari pertukaran waktu, uang dan upaya.

Pendapatan rumah tangga merupakan jumlah keseluruhan bentuk dari penghasilan pada suatu waktu yang sudah disepakati (Case & Fair, 2007).

Berikut rumus pendapatan:

$$Pd = TR - TC \quad (1)$$

Dimana TR adalah Total permintaan (*Total Revenue*) dan TC adalah Total Biaya (*Total Cost*)

Saladin (2008) harga merupakan penentu nilai suatu produk atau sejumlah uang yang digunakan sebagai alat tukar agar mendapatkan produk atau jasa. Menurut Pandji Anoraga (2011), harga merupakan variable yang bisa dikendalikan dimana dapat menentukan diterima atau tidak diterimanya suatu produk oleh pelanggan.

Ketepatan waktu pengiriman yaitu jarak waktu pelanggan ketika melakukan pemesanan suatu produk sampai produk tiba ditujukan supaya mendapatkan kepercayaan dan kesetiaan konsumen (Handoko, 2010). Estimasi tiba kedatangan biasanya menjadi patokan setiap pelanggan untuk mengetahui baik atau tidaknya layanan antar tersebut. Ada 3 dimensi ketepatan waktu pengiriman yaitu: ketepatan dalam jasa pengiriman barang, ketepatan dalam menentukan harga dan ketepatan dalam menentukan waktu

Kotler dalam Alma (2007: 286), upaya kerja dari perusahaan untuk meningkatkan produk dan pelayanannya serta selalu memberikan inovasi terbaik terhadap semua aspek perusahaan. kualitas pelayanan yaitu suatu cara perusahaan untuk pemenuhan kebutuhan konsumen dan keinginan konsumen dan interaksi dan komunikasi yang baik dan tepat dengan konsumen dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007).

Dalam menentukan tingkat permintaan pengiriman variabel pendapatan, harga, ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan merupakan faktor yang perlu diperhitungkan. Pendapatan diduga mempengaruhi tingkat permintaan konsumen terhadap permintaan pengiriman paket pos dikarenakan semakin tinggi pendapatan seseorang maka akan meningkatkan konsumsinya. Artinya jika pendapatan masyarakat tersebut meningkat maka permintaan terhadap pengiriman paket pos juga meningkat.

Harga juga diduga mempengaruhi permintaan konsumen terhadap pengiriman paket pos dikarenakan semakin tinggi harga pengiriman maka biaya yang dikeluarkan konsumen bertambah sehingga menurunkan minat konsumen dalam menggunakan jasa tersebut. Artinya jika harga pengiriman paket pos tersebut meningkat maka permintaan konsumen pada pengiriman paket pos menjadi menurun.

Ketepatan waktu pengiriman juga diduga mempengaruhi permintaan konsumen terhadap pengiriman paket pos dikarenakan semakin cepat paket sampai ketempat tujuan maka konsumen akan lebih memilih menggunakan jasa pengiriman paket pos tersebut. Artinya semakin cepat barang sampai ke alamat tujuan maka permintaan pengiriman paket pos juga meningkat.

Kualitas pelayanan juga diduga mempengaruhi permintaan konsumen terhadap jasa pengiriman paket pos dikarenakan semakin bagus kualitas pelayanan yg di berikan maka semakin meningkat pula keinginan konsumen untuk menggunakan jasa pengiriman tersebut. Artinya semakin baik kualitas pelayanan konsumen terhadap jasa pengiriman paket pos maka akan meningkatkan permintaan pengiriman.

## METODE PENELITIAN

Analisis linear berganda digunakan dalam pengujian hiotesis ini. Data pengamatan umumnya disebabkan dari variabel-variabel. Dalam penelitian ini yaitu permintaan pengiriman paket pos terdapat lima faktor yang mempengaruhinya yaitu, pendapatan, harga, ketepatan waktu pengiriman, kualitas pelayanan.

Secara umum variabel terikat dipengaruhi variabel-variabel independen sehingga didapati rumus dari regresi linear berganda:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \mu \quad (2)$$

Dimana Y adalah permintaan pengiriman paket,  $X_1$  adalah pendapatan,  $X_2$  adalah harga dan  $X_3$  adalah ketepatan waktu pengiriman dan  $X_4$  adalah kualitas pelayanan,  $\alpha$  adalah Intercept/Konstanta,  $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$  adalah koefisien regresi dan  $\mu$  adalah term of error (kesalahan pengganggu).

Dari olahan data primer dengan menggunakan program evIEWS 9, sehingga diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = 2,379587 (X_1) + 0,022407 (X_2) + 0,128241 (X_3) + 0,057877 (X_4) \quad (3)$$

Penelitian ini menggunakan data primer yang di ambil langsung dari lapangan dan memiliki variabel bebas dan terikat, dengan variabel terikat yaitu permintaan pengiriman paket pos (Y) yang diukur dalam skala rasio, permintaan paket pos adalah merupakan jumlah permintaan konsumen untuk pengiriman di PT. Pos Indonesia (Persero) Padang disaat pandemi Covid-19. Sedangkan variabel bebasnya yaitu pendapatan ( $X_1$ ), merupakan jumlah pendapatan yang diperoleh oleh konsumen PT. Pos Indonesia (Persero) Padang disaat pandemi Covid-19, diukur dalam rupiah. Harga ( $X_2$ ), Merupakan sejumlah biaya yang harus dikeluarkan oleh konsumen PT. Pos Indonesia (Persero) Padang disaat pandemi Covid-19, diukur dengan skala likert. Ketepatan waktu pengiriman ( $X_3$ ), yaitu pesanan yang terkirim dengan tepat dan lengkap pada waktu yang disepakati oleh konsumen dan PT. Pos Indonesia (Persero) Padang disaat pandemi Covid-19, diukur dengan skala likert. Kualitas pelayanan ( $X_4$ ), Merupakan sebuah hasil yang dicapai PT. Pos Indonesia (Persero) padang disaat pandemi dalam memberikan pelayanan pada konsumen , diukur dengan skala likert.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan olahan data menggunakan sampel sebanyak 100. Melalui estimasi diperoleh tingkat signifikan 0,000 dengan koefisien sebesar 2,379. Hal ini berarti bahwa pendapatan positif signifikan terhadap permintaan pengiriman paket. Harga positif tidak signifikan terhadap permintaan pengiriman paket dengan tingkat signifikan 0,668 dan koefisien 0,022. Ketepatan waktu pengiriman positif signifikan terhadap permintaan pengiriman paket dengan tingkat signifikan 0,119 dan koefisien 0,128. Kualitas pelayanan juga positif signifikan terhadap permintaan pengiriman paket dengan signifikan 0,004 dan koefisien 0,057.

**Tabel 1. Hasil Estimasi Regresi Linear Berganda**

Dependent Variable: Y

Method: Least Squares

Date: 09/19/21 Time: 13:14

Sample: 1 100

Included observations: 100

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-8.519605	1.266097	-6.729029	0.0000
X1	2.379587	0.165457	14.38192	0.0000
X2	0.022407	0.052081	0.430233	0.6680
X3	0.128241	0.081661	1.570410	0.1196
X4	0.057877	0.020059	2.885290	0.0048
R-squared	0.749933	Mean dependent var	5.050000	
Adjusted R-squared	0.739403	S.D. dependent var	3.340523	
S.E. of regression	1.705292	Akaike info criterion	3.954056	
Sum squared resid	276.2620	Schwarz criterion	4.084315	
Log likelihood	-192.7028	Hannan-Quinn criter.	4.006774	
F-statistic	71.22439	Durbin-Watson stat	1.876239	
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber: Data olahan, 2021

Dari hasil estimasi dan pengujian yang sudah dilakukan ditemukan yaitu pendapatan positif signifikan terhadap permintaan pengiriman paket pos, dimana apabila pendapatan meningkat Rp. 1 maka akan meningkatkan permintaan pengiriman paket sebesar 2,3795 pengiriman. Signifikannya pengaruh pendapatan terhadap permintaan pengiriman, mengindikasikan bahwa naik turunnya permintaan pengiriman paket pos ditentukan oleh pendapatan konsumen asumsi *ceteris paribus*. Permintaan pengiriman pada pos meningkat jika adanya dukungan dari pendapatan yang baik contohnya permintaan pengiriman dari kerabat di kota Padang untuk saudara di daerah lain, jika pendapatannya meningkat maka permintaan pengiriman untuk kerabatnya juga ikut bertambah. Namun dikarenakan penyebaran Covid-19 ini pendapatan masyarakat kota padang cenderung menurun sehingga permintaan pengiriman juga ikut menurun. Pendapatan konsumen PT. Pos Indonesia (Persero) juga dapat meningkat apabila adanya dukungan dari permintaan pengiriman yang baik seperti dari usaha konsumen online shop yang sangat membutuhkan jasa pengiriman. Terlebih menurut penelitian Sandra Ayu dan Ahmad Lahmi (2020) pandemi Covid-19 ini meningkatkan permintaan *e-commerce* (*elektronik commerce*).

Menurut Sadono Sukirno (2011) pada permintaan pendapatan mempunyai berpengaruh yang positif. Ketika terjadinya peningkatan pendapatan maka terjadi kecenderungan dalam peningkatan permintaan begitu sebaliknya. Penelitian ini sejalan dengan Nita asriani tahun (2020) hubungan pendapatan dengan jasa pengiriman pada PT.Pos Makassar positif signifikan.

Dari hasil estimasi dan pengujian yang sudah dilakukan ditemukan yaitu harga positif tidak signifikan terhadap permintaan pengiriman paket pos, dimana apabila harga meningkat Rp. 1 maka akan meningkatkan permintaan jasa pengiriman paket pos sebesar 0,0224 pengiriman. Hal ini disebabkan karena harga pengiriman paket pos disaat pandemi Covid-19 yang dikenakan terjangkau bagi konsumen dan cukup efisien. Konsumen tetap menggunakan jasa pos dikarenakan konsumen memiliki keyakinan pada PT. Pos.

Menurut Pandji Anoraga (2011), harga yaitu variable yang bisa dikendalikan dimana dapat menentukan diterima atau tidak diterimanya suatu produk oleh pelanggan. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan Aisyah Nasution (2009). Penelitian ini mengatakan harga mempunyai pengaruh positif atas jasa pengiriman PT.Pos Medan.

Dari hasil estimasi dan pengujian yang sudah dilakukan ditemukan pengaruh yaitu ketepatan waktu pengiriman positif terhadap permintaan jasa pos, dimana apabila ketepatan waktu pengiriman meningkat 1 satuan sehingga akan meningkatkan permintaan jasa pengiriman pos sebesar 0,1282 pengiriman. Dalam penggunaan jasa pengiriman hal yang menjadi perhatian konsumen salah satunya adalah ketepatan waktu pengiriman barang. Dengan sampainya barang di alamat tujuan pada waktu yang ditentukan dan dengan keadaan yang baik maka akan memberikan nilai plus tersendiri oleh konsumen bagi perusahaan jasa pengiriman tersebut. Namun dikarenakan penyebaran Covid-19 konsumen memahami adanya keterlambatan pengiriman barang terlebih di tetapkannya kebijakan PSBB oleh pemerintah sehingga menghambat laju transportasi darat maupun udara.

Handoko(2010:235) ketepatan waktu pengiriman merupakan jangka waktu pelanggan ketika melakukan pemesanan produk hingga produk tersebut tiba sampai pada tempat tujuan supaya mendapatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Teck H Hong & Yu-Sheng Zheng (2004) yang mengatakan bahwa ekspektasi waktu pengiriman yang maksimum akan meningkatkan permintaan dalam penggunaan jasa dalam pengiriman.

Dari hasil estimasi dan pengujian yang sudah dilakukan ditemukan yaitu kualitas pelayanan positif signifikan terhadap permintaan jasa pos, dimana apabila kualitas pelayanan meningkat 1 satuan maka akan meningkatkan permintaan jasa pengiriman sebesar 0,0578 pengiriman.



Signifikannya pengaruh ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan menentukan naik turunnya permintaan jasa pos. Hal ini dikarenakan jasa pos memberikan pelayanan baik dan sangat membantu konsumen dengan menyediakan beberapa atribut seperti antar jemput gratis dimana konsumen cukup menghubungi petugas pos lapangan yang mencakup wilayah alamat konsumen, setelah itu kurir akan datang ke alamat konsumen. Konsumen cukup memberikan ongkos kirim dan pakatnya ke kurir tersebut. Fasilitas ini sangat membantu konsumen dalam melakukan pengiriman paket disaat adanya penyebaran Covid-19 sehingga konsumen tidak perlu keluar rumah untuk melakukan pengiriman paket.

Menurut Handoko (2017:64) kualitas pelayanan adalah cara bisnis yang dilakukan dan dirancang perusahaan sedemikian rupa untuk pemenuhan kebutuhan konsumen dan keinginan konsumen. Pemberian kualitas pelayanan untuk pelanggan bermanfaat bagi perusahaan sebagai penghasil jasa karena dengan keberadaan pelanggan maka pelanggan akan membayar aset perusahaan yang telah digunakannya. Penelitian ini sejalan dengan Aisyah Nasution (2009) yang memperoleh hasil penelitian berupa pengaruh positif tingkat pelayanan terhadap jasa pengiriman PT.Pos Medan.

## SIMPULAN

Penelitian memaparkan kesimpulan sebagai berikut pendapatan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan jasa pos di Padang. Semakin besar pendapatan konsumen maka permintaan jasa pengiriman paket di kantor pos semakin meningkat. Harga mempunyai pengaruh positif terhadap permintaan jasa pos di Padang. Semakin besar harga maka permintaan jasa pengiriman paket di kantor pos semakin meningkat. Ketepatan waktu pengiriman mempunyai pengaruh positif terhadap permintaan jasa pos di Padang. Semakin besar ketepatan waktu pengirimannya permintaan jasa pengiriman paket di kantor pos semakin meningkat. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan jasa pos di Padang. Semakin besar kualitas pelayanan maka permintaan jasa pengiriman paket di kantor pos semakin meningkat.

## DAFTAR RUJUKAN

- Asriani, N. (2020). Analisis Determinan Permintaan Masyarakat Kota Makassar Terhadap Jasa Pengiriman Paket Pada PT. Pos Indonesia (Persero). *Ekonomi Dan Bisnis*, 28(2), 1–43
- Ayu, S., & Lahmi, A. (2020). Peran e-commerce terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2), 114
- Boeroe, G. (2005). *Sejarah Psikologi*. AR Ruzz Media.
- Case, & Fair. (2007). *Prinsip-Prinsip Ekonomi Jilid 1*. Erlangga.
- Ho, T. H., & Zheng, Y.-S. (2004). Setting Customer Expectation in An Integrated Marketing-Operati. *Management Science*, 50(4), 479–488.
- Hong, S. H., & Wolak, F. A. (2008). Relative prices and electronic substitution: Changes in household-level demand for postal delivery services from 1986 to 2004. *Journal of Econometrics*, 145(1–2), 226–242
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Prehalindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *“Manajemen Pemasaran” Edisi ketigabelas, Jilid 2*. Erlangga.
- Lovelock, C. H., Wirtz, J., & Mussry, J. (2011). *Pemasaran Jasa Manusi, Teknologi, Strategi Prespektif Indonesia, Jilid 1*. Erlangga.
- Putong, I. (2009). *Economics Pengantar Mikro dan Makro*. Mitra Wacana Media.
- Rahmawati, A. (2011). *Ekonomi Mikro Islam*. Nora Media Enterprise.
- Saladin, D. (2008). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*. Linda Karya.
- Salemba Empat.
- Sukirno, S. (2011). *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Suparmoko, & Suparmoko, M. R. (2000). *Pengantar Ekonomika Mikro (Edisi Keti)*. BPFE Yogyakarta.

- Talinusa, A. T., Walewangko, E. N., Wauran, P. C., Pembangunan, J. E., & Ekonomi, F. (2019). Analisis Determinan Permintaan Masyarakat Sulawesi Utara Terhadap Jasa Pengiriman Paket Pos Pada Pt. Pos Indonesia (Persero) (Studi Kasus : Kantor Pos Manado). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19(03), 34–44.
- Wahyuningsih, S. (2014). Preferensi Konsumen terhadap Jasa Pos di Yogyakarta. *Jurnal Penelitian Pos Dan Informatika*, 4(1), 23–36.