

REFERENCES

- Adnan et al. (2022). Pengaruh Ketepatan Waktu, Daya Tanggap, Dan Ketelitian Terhadap Kepuasan Masyarakat Dalam Pengurusan Surat Keterangan Domisili Usaha Pada Kantor Camat Bengkong. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 6(1), 223-233.
- Alimin, E. et al. (2022). *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern)*. Lombok: Penerbit Seval Literindo Kreasi.
- Chalil, R. D. et al. (2020). *Brand Islamic Branding & ReBranding “Peran Strategi Merek Dalam Menciptakan Daya Saing Industri Dan Bisnis Global”*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Czinkota, M. R. et.al. (2021). *Marketing Management, 4 edition*. Gewerbestrasse: Springer Nature.
- Dawis, A, M. et al. (2023). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Padang: Get Press Indonesia.
- Deviana, S., & Desitama, F. S. (2023). Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman, Kualitas Pelayanan Dan Sampel Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada Cv Tunas Rimba Di Kabupaten Tulungagung. *Yume: Journal Of Management*, 6(2), 496-514.
- Farese, L. S. (2020). *Essentials of Marketing*. California: McGraw Hill, Inc.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Harinie, L. T. (2023). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Bali: CV. Intelektual Manifes Media.
- Hermawan, I G. N. W. (2023). Pengaruh Promosi Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Membeli Produk Jasa Pada Pandawa Kargo Di Kartasura Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 13(2), 102-112.
- Juju, U. (2023). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN).
- Juniariska, S. et al. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketetapan Waktu, Dan Tarif Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos indonesia (studi kasus pada pelanggan PT. POS INDONESIA Cabang Gempol). *e – Jurnal Riset Manajemen*, 9(12), 143–156.
- Kambalong, M. et al. (2021). *Metode Riset Dan Analisis Saluran Distribusi*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Kapoor, N. (2021). *Principles of Marketing, Second Edition*. India: PHI Learning Private Limited.
- Kirana, E. K. (2018). Pengaruh Ekuitas Merek dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Ekspedisi (Studi pada Konsumen Jalur Nugraha Ekakurir). *Manajemen Bisnis*, 8(1), 37-46
- Kotler, K., & Armstrong, G. (2021). *Principles Of Marketing*. London: Pearson.
- Kotler, P. et al. (2022). *Marketing Management, 16th edition*. London: Pearson Education Limited.

- Kurniawan, A. et al. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dan Minuman Di Ntb Mall. *Muslimpreneur*, 3(1), 66–82.
- Lamb, C. W. (2020). *Marketing*. Ohio : South Western Cengage Learning.
- Mawarni, O, D. (2022). Pengaruh Fasilitas Sistem Pelacakan Online, Ketepatan Waktu Pengiriman, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap KepuasanPelanggan J&T Express(Studi Pada J&T Express Cabang Kota Karanganyar). *E-QIEN Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 445-450.
- Nantigiri, M. H. A. (2021). Brand Image, Harga dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi dan Logistik*, 7(3), 247-256.
- Oktaviano, A. & Gustino, A. (2023). Pengaruh Program Promosi dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus: Layanan Pesan Antar Makanan Aplikasi ShopeeFood di Kota Semarang). *ETNIK: Jurnal Ekonomi - Teknik*, 2(6), 562-575
- Perreault, W. D., et al. (2021). *Essentials Of Marketing: A Marketing Strategy Planning Approach*. New York: McGraw-Hill Education.
- Polonsky, M. (2020). *Designing and Managing a Research Project*. London: Sage Publications.
- Purba, E. et al. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi* (Cetakan 1). Medan: Penerbit Yayasan Kita Menulis.
- Rabbani, D. B. et al. (2023). *Komunikasi Pemasaran*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.

- Rachmad, Y. E. et al. (2023). *Psikologi Pemasaran Society 5.0 (Strategi Penjualan Maksimal Era Society 5.0)*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rohman, S., & Abdul, F. W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Ninja Express Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Logistik Indonesia*, 5(1), 73–85.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia
- Setiawan, W. & Muhajirin. (2023). Pengaruh Kepercayaan Dan Ketepatan Waktu Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Grab: Studi Pada Konsumen Kota Bima. *Jurnal Riset Dan Inovasi Manajemen*, 1(4), 81–98.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Mandiri*, 4(1), 38 - 51.
- Todingbua, M. A. (2022). *Merebut Peluang Melalui Intellectual Capital*. Makassar: Penerbit Nas Media Pustaka.
- Widodo, S. et al. (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian* (Cetakan 1). Pangkal Pinang: CV Science Techno Direct.
- Zahara, R. & Sembiring, N. (2020). Effect on the Promotion and Price on Decision To Purchase of Railway Airport Transport Tickets. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 1(2), 224–231.