

DAFTAR PUSTAKA

- Aliana, N. D. (2020). *Branding Q9 Sameday Service Pt Pos Indonesia (Persero)* [Bandung, Universitas Komputer Indonesia]. https://doi.org/10/UNIKOM_41816072_Novia%20Dinda%20Aliana_BAB%204.pdf
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arifin, I. (1996). *Penelitian Kualitatif dalam Ilmu-ilmu Sosial dan Keagamaan*. Malang: Kalimasada.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asy-syathiby, A. I. (2014). *Al-Muwafaqot Fi Ushul As-Syariah*. Beirut: Dar Al-Mar'ifah.
- Bastiar, Z. (2010). Service Excellent Dalam Rangka Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal MANAJERIAL*, 9 (1), 54–65. <https://doi.org/10.17509/manajerial.v9i1.1211>
- Departemen Agama RI. (2012). *Al-Quran Dan Terjemahannya*. Jakarta: Duta Surya.
- Ellitan, L., & Anatan, L. (2009a). *Manajemen Inovasi*. Bandung: Alfabeta.
- Ellitan, L., & Anatan, L. (2009b). *Manajemen Inovasi Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia*. Bandung: Alfabeta.
- Frestywi, H. M. (2022). *Peran Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Ditinjau Dari Manajemen Syariah (Studi Kasus Home Industri Pia Latief Kediri)* [Undergraduate, IAIN Kediri]. https://doi.org/10/931338515_prabab.pdf
- Gri, U. A. (2013). *Kepuasan Konsumen Di Pt. Pos Indonesia (Persero) Bojonegoro* [Thesis, Faculty of Economics]. <http://eprints.upnjatim.ac.id/4726/>
- Gunawan, I. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori & Praktik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Gunawan, L. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Di Toko Bintang Terang. *Agora*, 4(1), 424–434.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Indrawan, R. (2014). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Refika Aditama.
- Irawan D., H. (2002). *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*. PT. Elex Media Komputindo.

- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Bes, F. T. D. (2004). *Leteral Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R., & Ramdani. (2006). *Rambat dan Hamdani, Manajemen Pemasaran Jasa Edisi ke Dua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Milles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI Press.
- Moleong, L. J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rodakarya.
- Muhammad. (2004). *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: BPFPE.
- Muri, Y. (n.d.). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Nisa, C. (2018). *Peran Inovasi Produk Cokelat Ibuke Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Cv Frenzy Mojoroto Kota Kediri*. 17.
- Noer, M. (1996). *Penelitian Kualitatif*. Rake Sakarin.
- Nurbuko, C., & Ahmad, A. (2002). *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Panjaitan, J., & Yuliati, A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung [The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at JNE Branch in Bandung]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 11, 265. <https://doi.org/10.19166/derema.v11i2.197>
- M. Soleh Mauludin, Dewi Ratnawati, Ninik Arianti, Melina Dwi Pryastara, Vivi Adelia Novitawati, (2022). “Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Jasa Gojek”, *Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam* Volume 3, Nomor 1, e-ISSN: 2721-7078
- Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- PT Pos Indonesia (Persero). (2019, September 4). *Pos Indonesia*.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta atas kerja sama dengan Bank Indonesia. (2008). *Ekonomi Islam*. PT. Grafindo.
- Sari, I. D. (2009). *Manajemen Pemasaran Usaha Kesehatan*. Nuha Medika.

- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Sugiarta, I. P., & Widagda, I. N. J. A. (2013). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Subak Denpasar*. *E-Jurnal Manajemen*, 2(11).
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/5823>
- Sukirno, S. (2002). *Pengantar Teori Mikroekonomi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Supranto. (1997). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Ineka Cipta.
- Sutedja, W. (2007). *Panduan Layanan Konsumen*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Tanzeh, A. (2009). *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras.
- Titissari, A. T. A. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Pos Indonesia (Persero) Kediri* [Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta].
<https://eprints.uny.ac.id/47275/>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2000). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Service, Quality, and Satisfaction (ed 3)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, H. (2005). *Manajemen Riset dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Wahjono, S. I. (2010). *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

