

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh penulis mengenai pengaruh *place* dan *service quality* terhadap niat beli PT POS Indonesia Bandung yang dilakukan kepada 200 responden, maka penulis menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penilaian responden atas dimensi *place* (X_1) secara keseluruhan dapat dikatakan masih kurang baik. Berdasarkan hasil dari nilai rata-rata hitung analisa deskriptif pada bagian ini, didapatkan hasil sebesar 2.42. Hal ini dapat disimpulkan bahwa persepsi konsumen atas *place* dari PT POS Indonesia masih buruk. Mayoritas dari responden merasa bahwa letak gerai tidak terlalu strategis, kesulitan untuk menjangkau gerai, merasa sulit untuk menemukan lokasi gerai, dan juga merasa bahwa gerai yang ada di Bandung masih sedikit sehingga banyak dari konsumen lebih memilih untuk menggunakan jasa ekspedisi lainnya yang lebih dekat dari rumahnya dan yang lebih mudah untuk dijangkau.
2. Penilaian responden atas dimensi *service quality* (X_2) secara keseluruhan dapat dikatakan masih kurang baik. Berdasarkan hasil dari nilai rata-rata hitung analisa deskriptif pada bagian ini, didapatkan hasil sebesar 2.78 dan masuk ke dalam kategori biasa saja. Mayoritas dari responden merasa bahwa ada beberapa layanan yang dijanjikan namun belum bisa memberikan ketepatan dalam layanannya. Hal itu dibuktikan dengan keluhan konsumen yang merasa bahwa pengiriman paket dilakukan terlalu lama, karyawan yang tidak komunikatif, tidak adanya pertanggungjawaban ketika ada barang konsumen yang rusak, kesan yang kurang baik yang diberikan oleh karyawan, konsumen tidak dapat mengandalkan layanan yang sudah dijanjikan. Meskipun begitu, ada beberapa responden yang merasa netral ketika ditanyakan persepsinya mengenai garansi yang diberikan oleh PT POS Indonesia atau bahkan merasa

bahwa layanan yang diberikan PT POS Indonesia sudah baik karena perusahaan sudah mengirimkan jaminan garansi, karyawan menggunakan pakaian yang rapi, dan karyawan dapat menanggapi kebutuhan konsumen.

3. Niat beli konsumen atas PT POS Indonesia di Bandung dapat dikatakan masih kurang baik. Sebagian besar dari konsumen merasa bahwa mereka memiliki probabilitas yang kecil ketika akan mempertimbangkan untuk menggunakan jasa PT POS Indonesia, tidak tertarik untuk mencoba menggunakan, tidak tertarik untuk memilih PT POS Indonesia dibandingkan jasa ekspedisi lainnya, dan tidak ingin untuk menggunakannya untuk waktu kedepan. Berdasarkan dari nilai rata-rata hitung dari analisa deskriptif juga, didapatkan nilai sebesar 2.38 yang menyatakan bahwa konsumen masih memiliki tingkat yang rendah untuk melakukan pembelian terhadap layanan jasa ekspedisi PT POS Indonesia. Walaupun dari kebanyakan responden ada yang sering dan rutin menggunakan jasa ekspedisi untuk mengirimkan barang, mereka tetap memilih untuk menggunakan jasa ekspedisi yang lainnya.
4. Dalam penelitian ini, dilakukan analisa kuantitatif untuk mengetahui pengaruh variabel independen (*place* dan *service quality*) terhadap variabel dependen niat beli PT POS Indonesia Bandung dengan menggunakan analisis linear berganda. Untuk kedua variabel *place* dan *service quality*, memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat beli yang didapatkan dari hasil uji F dan uji t. Didapatkan juga nilai *adjusted R square* dengan model yang paling fit yaitu model 2 dengan kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 74.6% dan sisanya sebesar 25.4% dijelaskan oleh variabel lain yang belum dijelaskan dalam penelitian ini. Artinya, variabel-variabel tersebut berpengaruh besar, dan apabila konsumen memiliki persepsi yang baik mengenai *place* dan *service quality*, dapat meningkatkan niat beli PT POS Indonesia Bandung.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisa dan kesimpulan yang telah diperoleh, penulis mengajukan beberapa saran yang dapat menjadi masukan bagi pihak PT POS Indonesia Bandung, yaitu sebagai berikut:

1. Perusahaan menambahkan gerai PT POS Indonesia yang ada di Bandung. Saat ini, beberapa titik gerai dianggap kurang strategis dikarenakan berada di jalan yang susah untuk di akses dan lokasi yang biasanya dekat dengan jasa ekspedisi. Lokasi strategis yang dapat dipertimbangkan adalah daerah yang mudah dijangkau, memiliki jalan yang luas, dan perlu memperhatikan keramaiannya di sekitar lokasi tersebut. Hal-hal yang perlu diperhatikan selain dari lokasi juga, adalah bagaimana ketersediaan dari tempat parkir, atau papan nama yang terlihat dengan jelas. Apabila konsumen merasa bahwa lokasi dari gerai sudah strategis, mudah diakses, mudah untuk dijangkau dan dicapai, akan lebih memudahkan konsumen ketika akan menggunakan layanan ini.
2. Perusahaan melakukan survei kepada masyarakat mengenai lokasi dari PT POS Indonesia. Survei tersebut dapat mencakup daerah masyarakat mana yang membutuhkan jasa ekspedisi, seperti masyarakat-masyarakat yang memiliki pekerjaan yang membutuhkan layanan ini. Selain itu, perusahaan dapat melakukan survei untuk mengetahui daerah-daerah yang sudah memiliki kompetitor dari jasa layanan ini karena saat ini masih ada beberapa gerai PT POS Indonesia yang memiliki lokasi yang berdekatan dengan pesaingnya.
3. PT POS Indonesia perlu memperhatikan layanan yang sudah ditawarkan, apakah sudah memenuhi ketentuan yang dijanjikan. Salah satu dampak yang terjadi adalah banyaknya keluhan dari konsumen mengenai pengiriman yang lambat dan barang yang terlambat sampai. Hal tersebut perlu diperbaiki kedepannya, karena faktor kecepatan merupakan salah satu faktor utama bagi mayoritas oleh konsumen dalam memilih jasa ekspedisi untuk mengirimkan barang. Selain itu, perlu adanya perhatian juga mengenai keamanan barang, agar barang yang dikirimkan tidak rusak karena apabila ada barang yang rusak, akan merugikan konsumen.

4. Kesigapan karyawan dalam merespon konsumen juga merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan. Khususnya untuk konsumen yang menyampaikan keluhan, sebaiknya langsung ditanggapi dan dihubungi secara personal dan samapai masalahnya terselesaikan.
5. Perlu adanya peningkatan mengenai layanan *pick-up*. Saat ini, PT POS Indonesia sudah menyediakan layanan *pick-up* bagi konsumen yang ingin mengirimkan barang. Namun beberapa konsumen belum mengetahui hal ini dan memiliki persepsi bahwa layanan ini masih kurang baik, mulai dari ketanggapan karyawan yang melakukan layanan *pick-up* sampai kecepatannya dalam melayani konsumennya. Mengingat banyak dari masyarakat yang memiliki usaha atau bisnis online yang mengharuskan untuk mengirimkan barang, layanan *pick-up* merupakan salah satu faktor utama dalam memilih sebuah jasa ekspedisi karena layanan ini akan sangat memudahkan konsumennya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Di Witel Telkom Depok. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32-39.
- Adnyana, I Made Dwi. (2021). Metode penelitian pendekatan kuantitatif.
- Ardhianti, M. P., Hermawan, M. A., & Suryawan, R. F. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman Jne Express Cabang Bekasi Tahun 2021. *Jurnal Transportasi, Logistik, Dan Aviasi*, 1(2), 157-163.
- Alharthey, D. B. (2019). Impact Of Service Quality On Customer Trust, Purchase Intention And Store Loyalty, With Mediating Role Of Customers' Satisfaction On Customer Trust And Purchase Intention: Study Of Grocery Shopping. *British Journal Of Marketing Studies*, 7(2), 40-61.
- Anastasya, A. M. (2014). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Niat Beli di Zalora Online Shop. Skripsi diterbitkan. Surabaya: Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Widyakala: Journal Of Pembangunan Jaya University*, 3, 49-56.
- Bakhtiar, M. R., & Sunarka, P. S. (2019). Keamanan, Kepercayaan, Harga, Kualitas Pelayanan Sebagai Pemicu Minat Beli Customer Online Shop Elevenia. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 10(2), 203-218.
- Dahlioni, Y., & Ahwal, R. H. (2021). Kajian Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Gieselin Food Sukser Makmur Di Jember. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(1), 181-190.
- Darojat, H. A. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Pada Perusahaan Jasa Ekspedisi Mitra Utama.
- Dihni, Vika. (2022). Kantor Pos Makin Berkurang, Ini Sebaran Provinsi dengan Jumlah Kantor Pos Terbanyak. Retrieved January 6, 2023, from Katadata.co.id website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/21/kantor-pos-makin->

- berkurang-ini-sebaran-provinsi-dengan-jumlah-kantor-pos-terbanyak
- Donoriyanto, Dwi S. (2009). Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Barang Dengan Metode Servqual Dan Qfd Di PT. Apas. *Jurnal Tekmapro*, vol. 4, no. 1
- Eman, C., Pangemanan, S., & Rumokoy, F. S. (2018). Analyzing the effect of service quality and perceived risk on purchase intention in the multimart convenience store Tomohon City. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(4).
- Fahmi, S. (2018). Pengaruh Persepsi Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Konsumen Dalam Melakukan Transaksi E-Commerce, Melalui Sikap Sebagai Variabel Intervening. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 1(1), 86-96.
- Farida, N., & Apriliyani, D. S. (2018). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Memilih Jasa Pengiriman Barang Pada Pt. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (Jne Express) Gresik.
- Fure, H. (2013). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3).
- Haro, A., Oktaviana, D., Trimulia Dewi, A., Anisa, W., & Suangkupon, A. (2020). The Influence of Brand Image and Service Quality towards Purchase Intention and Its Impact on the Purchase Decision of Samsung Smartphone. *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v4i6.6609>
- Huang, C. C., Yen, S. W., Liu, C. Y., & Huang, P. C. (2014). The relationship among corporate social responsibility, service quality, corporate image and purchase intention. *International Journal of Organizational Innovation*, 6(3).
- Imalia, I., & Aprileny, I. (2020). Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembelian Rumah Di Grand Nusa Indah Blok J, Cileungsi Pada PT. Kentanix Supra Internasional)/The Influence Of Price, Facilities, And Location To Purchase Decision (Case Study Of Property Purchase In Grand Nusa Indah Block J, Cileungsi At PT. Kentanix Supra International). Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan

- Pembelian (Studi Kasus Pembelian Rumah Di Grand Nusa Indah Blok J, Cileungsi Pada PT. Kentanix Supra Internasional).
- Jarocka, M., & Wang, H. (2018). Definition and classification criteria of logistics services for elderly. *Engineering Management in Production and Services*, 10(4).
- Jufrizen, J., Daulay, R., Sari, M., & Nasution, M. I. (2020). Model Empiris Peningkatan Kepuasan Dan Niat Beli Konsumen Dalam Pemilihan Online Shop Instagram. *Mix Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(2), 249.
- Kilibarda, M., Nikolicic, S. and Andrejic, M. (2016), "Measurement of logistics service quality in freight forwarding companies: A case study of the Serbian market", *The International Journal of Logistics Management*, Vol. 27 No. 3, pp. 770-794. <https://doi.org/10.1108/IJLM-04-2014-0063>
- Kotler, Philip, dan Gary Amstrong. (2014). *Principles of Marketing*. 15th Edition. Global Edition. Pearson Hall, New Jersey.
- Kulathunga, Dushyantha & Athapaththu, Jayani. (2018). Factors Affecting Online Purchase Intention: A Study Of Sri Lankan Online Customers. *International Journal of Scientific & Technology Research*. 7. 120-128.
- Kwek, C. L., Lau, T. C., & Tan, H. P. (2017). Education quality process model and its influence on students' perceived service quality. *International Journal of Business and management*, 5(8), 154.
- Lontoh, J. K., Tumbel, A. L., & Kawet, R. C. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bagi Pengembangan Pemasaran Wisata Danau Linow Di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(4).
- Lovelock, C., & Gummesson, E. (2004). Whither services marketing? In search of a new paradigm and fresh perspectives. *Journal of service research*, 7(1), 20-41.
- Mahmudah, Ayu Khofifatul. (2021). Pengaruh Minat Beli Ulang, Popularitas Merek, Kepercayaan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman (Studi Pada Pengguna Jasa J&T Express Di Blitar) . Tulungagung: FEBI IAIN Tulungagung.

- Mahadi, A. & Sukati, I. (2012). The Effect of External Factors on Purchase Intention amongst Young Generation in Malaysia. *International Business Research*, Vol. 5, No. 8
- Mambu, E. (2015). The Influence Of Brand Image, And Service Quality Toward Consumer Purchase Intention Of Blue Bird Taxi Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(4).
- Mardani, A. D., Yani, A., & Napisah, S. (2020). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Subsidi Kota Pangkalpinang. *JEM Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 6(1), 96-104.
- Mardhiyah, A., & Safrin, F. A. (2021). Persaingan usaha warung tradisional dengan toko modern. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(1), 91-99.
- MSP, A. (2018) Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Domestik ke Pantai Parangtritis. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(8), 151-158.
- Munadi, C., & Ibrahim, M. (2017). Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Minat Konsumen Membeli Perumahan (Pada Perumahan Arengka Resident Pekanbaru) (Doctoral dissertation, Riau University).
- Nugraha, B. (2022). Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik. Pradina Pustaka.
- Nurlina, Milasari, & Dewi Rosa Indah. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang PT. Citra Van Titipan Kilat Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 3(1), 1-8. <https://doi.org/10.1234/jse.v3i1.1292>
- Nourma Farida, O. (2019). Analisis Pengaruh Harga Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa Pengiriman Barang (Doctoral Dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).
- Novandy, M. I., & Rastini, N. M. (2018). Peran Kepuasan Pelanggan dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studikasu: Usaha Ekspedisi Tiki Di Kota Denpasar) (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Pongajouw, C. J. C., Tumbel, A. L., & Arie, F. V. (2022). Analisis SWOT Sebagai

- Landasan Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Relasional (Studi Kasus Bengkel Bro Auto Care). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(2).
- Pujiyanti, D. Y., Prasetyo, V. W. T., & Windyaningrum, T. L. (2022). Analisis Peluang Dan Perancangan Usaha Korean Café Di Kota Madiun. *Waluyo Jatmiko Proceeding*, 15(1), 38-42.
- Purwianti, L., & Ricarto, T. (2018). Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi Purchase Intention pada pengguna smartphone di Batam. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(1), 41-56.
- Rahmi Yati. (2021, August 14). Selama PPKM, JNE Catat Pengiriman Naik hingga 30 Persen. Retrieved May 21, 2022, from *Bisnis.com* website: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210814/98/1429705/selama-ppkm-jne-catat-pengiriman-naik-hingga-30-persen>
- Randi. (2016). Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Makanan Fast Food Ayam Goreng (Studi pada Konsumen Texas Chicken Pekanbaru). *Jurnal JOM FISIP*.
- Riley, J. M., & Klein, R. (2019). How logistics capabilities offered by retailers influence millennials' online purchasing attitudes and intentions. *Young Consumers*, 22(1), 131–151. <https://doi.org/10.1108/YC-12-2018-0889>
- Rivai, A. R., & Wahyudi, T. A. (2017). Pengaruh persepsi kualitas, citra merek, persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepercayaan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 4(1), 29-37.
- Rizal, Nia Firstya (2019) Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi dan Keputusan Pembelian Jasa di Indah Logistik Cargo Pasar Merah Medan. Skripsi thesis, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Santoso, S. (2002). *Buku Latihan Spss Statistik Multivariat*. Elex Media Komputindo.
- Saragih, Ezekiel Alvaro and Pane, Saut (2021) Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Pada Pt. Pos Indonesia Distribution Center Cibinong. *Jurnal Manajemen Diversitas*, 1 (2). pp. 66-117. ISSN 27465764

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. Wiley.
- Sriyanto, A., & Utami, D. A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dadone Di Jakarta. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 5(2), 163-175.
- Subagiyo, R., & Adlan, M. A. (2017). Pengaruh Service Quality, Marketing Mix dan Kepuasan Mahasiswa terhadap Customer Loyalty. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 13(1), 1–15. <https://doi.org/10.21067/jem.v13i1.1567>
- Sugiharto, H. T., Zein, S. R., Setiawan, E. B., & Lesmini, L. (2019). Increasing purchase intention through delivery and brand reputation in E-commerce. *Advances in Transportation and Logistics Research*, 2, 51-58.
- Sulistiyawati, S. (2021). Pengaruh Media Sosial, Lokasi, Store Atmosphere terhadap Niat Beli di Cafe. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 1173–1183. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p1173-1183>
- Tarmazi, S. A. A., Wan Ismail, W. R., Noor Azmin, N. A. S., & Abu Bakar, A. R. (2021). Consumer Purchase Intention toward Online Food Delivery Service: The Implication for Future Research. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 6(9), 347–354. <https://doi.org/10.47405/mjssh.v6i9.972>
- Triannah, L., Pranitasari, D., & Marichs, S. Z. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 26(01), 105-122.
- Widana, I. W., & Muliani, N. P. L. (2020). Uji persyaratan analisis.
- Widiyattama, Agung (2021) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman (Studi Kasus Pada Masyarakat Cilincing Jakarta Utara). Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Windi, Wulandari (2021) Pengaruh Layanan Sistem Pelacakan Online, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Penggunaan Jasa Ekspedisi Sebagai Variabel Intervening (Studi pada JNE Cabang Bekasi). Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi

Indonesia Jakarta.

- Wirawan, A. A., Sjahrudin, H., & Razak, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Lamuna Coffee di Kabupaten Bone.
- Wu, C. S. (2015). A Study On Consumers'attitude Towards Brand Image, Athletes'endorsement, And Purchase Intention. *International Journal of Organizational Innovation*, 8(2).
- Yusup, F. (2018). Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1).
- Zeithaml L., Valerie A., A. Parasuraman., Leonardo L. Berry. (1998). Servqual a multiple item scale for measuring consumer perception of service quality, *Journal of Retailing*, 64 (1), 12-37.
- Zhu, L., Li, C. ., & Phongsatha, S. (2021). Factors Influencing Purchase Intention Toward Online Food Delivery Service: A Case Study Of Experienced Consumers In Hunan Province, China. *AU EJournal of Interdisciplinary Research (ISSN: 2408-1906)*, 6(2), 103-112. Retrieved from <http://www.assumptionjournal.au.edu/index.php/eJIR/article/view/5569>

SUMBER INTERNET

Bisnis.com website: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210814/98/1429705/selama-ppkm-jne-catatan-pengiriman-naik-hingga-30-persen> diakses pada 21 Mei 2022

Facebook website:

https://www.facebook.com/posindonesia/posts/4139782472732137/?paipv=0&eav=AfZkPeFu7bH5IF6rp2V0DbrXbuFBhZy1la8e4LJx1kPS7vNJic5quwdTC_A3zvgv2SGU&_rdr diakses pada 6 Januari 2023

from Google Trends website:

<https://trends.google.com/trends/explore?geo=ID&q=Ongkir%20POS%20Indonesia,Ongkir%20JNE,Ongkir%20J%26T> diakses pada 6 Januari 2023

Paketmu website: <https://paketmu.com/data-alamat-pos-indonesia-di-bandung/> diakses pada 7 Januari 2023

Posindonesia.co.id. <https://www.posindonesia.co.id/id> diakses pada 6 Desember 2022

Katadata.co.id website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/21/kantor-pos-makin-berkurang-ini-sebaran-provinsi-dengan-jumlah-kantor-pos-terbanyak> diakses pada 6 Januari 2023