

PUSTAKA

- [1] D. H. Jayani, "Penetrasi Internet Indonesia Meningkatkan saat Pandemi Covid-19," 06 Oktober 2021. [Online]. Available: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/06/penetrasi-internet-indonesia-meningkat-saat-pandemi-covid-19>. [Diakses 10 Desember 2021].
- [2] I. Mahendra dan N. Septiany, "Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Penggunaan Aplikasi Grab (Studi Kasus : Mahasiswa STMIK Nusa Mandiri Jakarta)," *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer*, vol. 4 No 1, 2018.
- [3] Riyanti dan G. Putri, "Setahun Covid-19, Ini Cerita Grab Indonesia Beradaptasi di Tengah Pandemi," 23 Maret 2021. [Online]. Available: <https://tekno.kompas.com/read/2021/03/23/10140097/setahun-covid-19-ini-cerita-grab-indonesia-beradaptasi-di-tengah-pandemi?page=all>. [Diakses 10 Desember 2021].
- [4] W. Andebar, "Sempat Anjlok Akibat Pandemi Covid-19, Grab Indonesia Sebut Bisnisnya Mulai Pulih," 26 November 2020. [Online]. Available: <https://www.gridoto.com/read/222445105/sempat-anjlok-akibat-pandemi-covid-19-grab-indonesia-sebut-bisnisnya-mulai-pulih>. [Diakses 10 Desember 2021].
- [5] R. Sandy dan Pradana, "'Permintaan GrabCar Protect Melonjak hingga 3 Kali Lipat'," 18 Mei 2020. [Online]. Available: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200518/98/1242019/permintaan-grabcar-protect-melonjak-hingga-3-kali-lipat>. [Diakses 11 Desember 2021].
- [6] Grab, "Grab Berkomitmen untuk Dukung Upaya Vaksinasi COVID-19 yang Terlindungi, Aman dan Merata di Indonesia," 13 Januari 2021. [Online]. Available: <https://www.grab.com/id/en/press/social-impact-safety/grab-berkomitmen-untuk-dukung-upaya-vaksinasi-covid-19-yang-terlindungi-aman-dan-merata-di-indonesia/>. [Diakses 11 Desember 2021].
- [7] Kompas, "Grab Pasang Partisi Plastik, Grab Kini Bisa Narik Penumpang Dengan Aman," 10 Juli 2020. [Online]. Available: <https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/money/read/2020/06/10/182934926/grab-pasang-partisi-driver-ojol-kini-bisa-narik-penumpang-dengan-aman>. [Diakses 14 Desember 2021].
- [8] Sodexo, "Pentingnya Membangun Loyalitas Konsumen di Zaman Sekarang," 09 April 2021. [Online]. Available: <https://www.sodexo.co.id/loyalitas-konsumen/>. [Diakses 14 Desember 2021].
- [9] Saparso dan S. Wahyoedi, *Loyalitas Nasabah Bank Syariah*, Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2019.
- [10] L. O. Almana, I. S. Wekke dan Sudarmanto, *Tata Kelola Perguruan Tinggi Berbasis Akreditasi*, Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2018.
- [11] P. Dunia, "Pengertian Customer Experience (Pengalaman Pelanggan)," 2019. [Online]. Available: <https://www.duniapengertian.com/2019/07/pengertian-customer-experience.html?m=1>.

- [12] R. W. Pinandu, "Kemudahan Kuliner Bareng Grab Bikin Perut Kenyang, Keluarga Senang," Haibunda, 14 Januari 2019. [Online]. Available: <https://www.haibunda.com/moms-life/20190114152940-68-32277/kemudahan-kuliner-bareng-grab-bikin-perut-kenyang-keluarga-senang>. [Diakses 16 April 2022].
- [13] Suparno, "Korban Pemukulan Jadi Kapok Naik Grab," Detik News, 31 Juli 2017. [Online]. Available: <https://news.detik.com/berita/d-3580505/korban-pemukulan-jadi-kapok-naik-grab>. [Diakses 14 Desember 2021].
- [14] E. Wardhana, "Pengaruh Nilai Utilitarian, Nilai Hedonis, Pengalaman Pelanggan, Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Sonny Vaio," *Jurnal Ekonomi dan Industri*, vol. 20, p. 17, 2019.
- [15] T. Hendra, A. H. Djawahir dan A. Djazuli, "Pengaruh Nilai, Kualitas Pelayanan, Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan," *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, vol. 4, p. 13, 2017.
- [16] M. Fattah dan P. Purwanti, *Manajemen Industri Perikanan*, Malang: Penerbit UB Press, 2017.
- [17] S. Hastutik, E. Kartini dan D. J. Suharsono, *Strategi Akuntansi Manajemen*, Jawa Tengah: Penerbit Tahta Media Group, 2021.
- [18] T. Reisha, "Jadi Anak Rantau, Mahasiswi Ini Dimudahkan dengan Adanya Grab," Detik News, 31 Desember 2018. [Online]. Available: <https://news.detik.com/berita/d-4365451/jadi-anak-rantau-mahasiswi-ini-dimudahkan-dengan-adanya-grab>. [Diakses 16 April 2022].
- [19] Z. Rohmawati, "Kualitas, Harga dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan," *Jurnal Riset Entrepreneurship*, vol. 01, p. 11, 2018.
- [20] S. Sume, L. Muniroh dan Lindawati, "Pengaruh Keragaman Produk Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen," *Jurnal Ilmu Manajemen*, vol. 03, p. 11, 2020.
- [21] N. Huda, K. Hudori dan R. Fahlevi, *Pemasaran Syariah Teori & Aplikasi*, Depok: Penerbit Kencana, 2017.
- [22] H. Mustafa, "Grab Marketing Strategies and Challenges for the upcoming era, A detailed Case Study," *Illumination*, 09 September 2021. [Online]. Available: <https://medium.com/illumination/grab-marketing-strategies-and-challenges-for-the-upcoming-era-a-detailed-case-study-a9cdc30d2201>. [Diakses 15 Desember 2021].
- [23] F. Pratiwi, "Grab dan Ovo Maksimalkan Ekosistem Layanan Saat Ramadhan," *Republika*, 15 April 2022. [Online]. Available: <https://www.republika.co.id/berita/raddp9457/grab-dan-ovo-maksimalkan-ekosistem-layanan-saat-ramadhan>. [Diakses 17 April 2022].
- [24] N. Arianto dan F. Kurniawan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Home Industri Produk Pakaian Sablon & Bordir)," vol. 04, p. 15, 2021.
- [25] N. Faradila dan E. Suseno, "Nilai Hedonis, Kualitas Layanan, dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Kuota Internet Indosat di Era New Normal," *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora*, vol. 05 (1), p. 9, 2021.
- [26] D. Prihadi, *Pengenalan Dasar Manajemen Publik Relasi*, Yogyakarta: KBM

- Indonesia, 2020.
- [27] Grab, “Ini 5 Fitur Baru Grab Yang #SelaluBisa Mudahkan Hari-Hari Kamu,” 06 Februari 2020. [Online]. Available: <https://www.grab.com/id/en/press/tech-product/ini-5-fitur-baru-grab-yang-selalubisa-mudahkan-hari-hari-kamu/>. [Diakses 14 Desember 2021].
- [28] Kompas, “Fitur Pertolongan Darurat pada Aplikasi Gojek dan Grab yang Perlu Diketahui Konsumen,” 10 Februari 2020. [Online]. Available: <https://www.kompas.com/tren/read/2020/02/10/190300465/fitur-pertolongan-darurat-pada-aplikasi-gojek-dan-grab-yang-perlu-diketahui>. [Diakses 15 Desember 2021].
- [29] E. Patnistik, “Dugaan Penculikan Ternyata Kesalahpahaman, Sopir Grab dan Penumpang Akhirnya Berdamai,” Kompas, 12 Februari 2020. [Online]. Available: https://megapolitan.kompas.com/read/2020/02/12/09230591/dugaan-penculikan-ternyata-kesalahpahaman-sopir-grab-dan-penumpang?page=all&jxconn=1*1f9vjfn*other_jxampid*NDR3dzJGVWZKNW1PbDFN MnpRQVZqY2xubTRleDNsWDJwZUtIMFZaWjJCbjRGSIJRMXpMelBvRkpnTGlvZ1k2YQ..#pag. [Diakses 16 April 2022].
- [30] A. N. Aziza dan D. K. Sari, “Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction (Studi Pada Pelanggan Go-Jek di Kota Padang),” *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, vol. 21, p. 6, 2019.
- [31] S. B. Putri dan A. F. M. Trenggana, “Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Watsons Di Bandung,” vol. 07, p. 7, 2020.
- [32] H. Iswati, N. Indah dan Lestari, “Pengaruh Display, Promosi Penjualan dan Kualitas Produk pada Toko Online terhadap Loyalitas Konsumen dengan Variabel Intervening Kepuasan Pelanggan,” *Jurnal Manajemen*, vol. 11, p. 21, 2021.
- [33] C. Muchfaidzah dan L. Sa'adah, *Manajemen Pemasaran NU Care - Lazisnu*, Jombang: Penerbit LPPM Universitas KH.A. Wahab Hasbullah, 2021.
- [34] Tokopedia, “Pemasaran,” 2022. [Online]. Available: <https://kamus.tokopedia.com/p/pemasaran/#:~:text=Apa%20itu%20Pemasaran%3F,keuntungan%20dengan%20membuat%20strategi%20penjualan>. [Diakses 02 Februari].
- [35] Hery, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Gramedia, 2019.
- [36] Y. Abdhul, “Manajemen Pemasaran: Pengertian, Fungsi Dan Tujuan,” Deepublish, 21 Oktober 2021. [Online]. Available: <https://penerbitbukudeepublish.com/materi/manajemen-pemasaran/>. [Diakses 16 Desember 2021].
- [37] Sodexo, “Strategi Membangun Customer Experience yang Baik,” 05 Agustus 2019. [Online]. Available: <https://www.sodexo.co.id/pengertian-customer-experience/>. [Diakses 20 Desember 2021].
- [38] M. F. Baehaki, “Customer Experience Adalah: Pengertian, Strategi dan Pentingnya Dalam Sebuah Bisnis,” 22 Oktober 2021. [Online]. Available: <https://cxsense.com/en/articles/customer-experience-adalah-pengertian->

- strategi-dan-pentingnya-dalam-sebuah-bisnis-id. [Diakses 17 Desember 2021].
- [39] D. Wibowo, "Customer Experience: Definisi, Jenis, Faktor yang Mempengaruhi, dan Cara Membangun," 13 Mei 2021. [Online]. Available: <https://www.jojonomic.com/blog/customer-experience-definisi-jenis-faktor-yang-mempengaruhi-dan-cara-membangun/>. [Diakses 28 Desember 2021].
- [40] L. Pebril, M. R. Asep dan A. Samsudin, "Kekuatan Pengalaman Konsumen Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Handphone Addictive," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, p. 14, 2019.
- [41] I. E. Team, "Product Diversification: Definition, Stages, Benefits and Examples," 01 April 2021. [Online]. Available: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/diversify-products>. [Diakses 23 Desember 2021].
- [42] M. C. Wresti, "Banyaknya Variasi Produk Menentukan Pilihan Konsumen," *Kompas*, 21 Juni 2019. [Online]. Available: <https://www.kompas.id/baca/utama/2019/06/21/banyaknya-variasi-produk-menentukan-pilihan-konsumen>. [Diakses 29 Desember 2021].
- [43] M. Irfan dan S. Tengku, "Pengaruh Store Atmosphere, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Resto Kisaran Kabupaten Asahan," *Jurnal Sains Ekonomi*, p. 10, 2021.
- [44] Y. Mahesa, "Pengertian Promosi Dan Jenis Promosi," 23 Januari 2022. [Online]. Available: <https://belajarekonomi.com/promosi/>. [Diakses 15 Februari 2022].
- [45] S.Jaideep, "Top 11 Factors Influencing Promotion Mix," 31 Desember 2021. [Online]. Available: <https://www.yourarticlelibrary.com/marketing/promotional-mix/top-11-factors-influencing-promotion-mix/48640>. [Diakses 23 Februari 2022].
- [46] Sodexo, "5 Strategi Kreatif untuk Meningkatkan Penjualan," 10 Februari 2020. [Online]. Available: <https://www.sodexo.co.id/strategi-promosi-dan-marketing-kreatif-untuk-meningkatkan-penjualan/>. [Diakses 19 Desember 2021].
- [47] Sodexo, "Inilah 6 Tujuan Promosi yang Wajib Dipahami Setiap Pebisnis," 15 Januari 2020. [Online]. Available: <https://www.sodexo.co.id/tujuan-promosi-yang-wajib-dipahami-pebisnis/>. [Diakses 19 Desember 2021].
- [48] A. Fajrin, "Pengaruh Promosi Penjualan Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi OVO," *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, vol. 11 No 2, p. 23, 2020.
- [49] A. Octa, "Literatur Review : Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Di Bengkel Resmi Menggunakan Sistem Manajemen Pelanggan Elektronik," *Jurnal Informatik*, p. 11, 2019.
- [50] Appster, "Faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan CRM dalam bisnis Anda," 27 Oktober 2021. [Online]. Available: <https://appmaster.io/id/blog/faktor-faktor-yang-mempengaruhi-penerapan-crm-dalam-bisnis-anda>. [Diakses 28 Desember 2021].
- [51] M. D. Prihadi, *Pengenalan Dasar Manajemen Publik Relasi*, Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2020.

- [52] G. Ekonomi, "Customer Relationship Management," 18 Februari 2022. [Online]. Available: <https://sarjanaekonomi.co.id/customer-relationship-management/>. [Diakses 25 Februari 2022].
- [53] N. Ikasari, N. Chaerany dan T. Nur, "Pengaruh Implementasi Customer Relationship Management dan Budaya Organisasi Terhadap Peningkatan Kinerja Perusahaan Manufaktur Dengan Pendekatan CRM Scorecard," *Journal Of Industrial Engineering Management*, vol. 01 No 2, p. 9, 2016.
- [54] Ebesha, "Customer Loyalty," Lintas Media Danawa, 2018. [Online]. Available: <https://lintasmediadanawa.com/berita/customer-loyalty/#:~:text=Definisi%20secara%20umum%2C%20Loyalitas%20Konsumen,untuk%20merekomendasikan%20produk%20atau%20jasa.>
- [55] G. Ekonomi, "Loyalitas Pelanggan," 19 Juli 2021. [Online]. Available: <https://sarjanaekonomi.co.id/pengertian-loyalitas-pelanggan/>. [Diakses 27 Desember 2021].
- [56] Sodexo, "Pentingnya Menjaga Loyalitas Pelanggan untuk Meningkatkan Penjualan," 05 Agustus 2019. [Online]. Available: <https://www.sodexo.co.id/pengertian-loyalitas-pelanggan/>. [Diakses 28 November 2021].
- [57] A. Feriyansyah, Y. Maryadi dan Novriansyah, "Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Loyalitas Pelanggan Produk Outdoor Pada Toko Paramount Pagar Alam," *Ekonomia*, vol. 12 No 1, p. 8, 2022.
- [58] F. Hardiansyah, "Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction): Pengertian, Manfaat, Cara Meningkatkan," 27 Agustus 2021. [Online]. Available: <https://belajarekonomi.com/kepuasaan-pelanggan/>. [Diakses 21 Desember 2021].
- [59] Admin LinovHR, "Kepuasan Pelanggan: Pengertian, Manfaat, dan Cara Meningkatkan," 07 September 2020. [Online]. Available: <https://www.linovhr.com/kepuasaan-pelanggan/>. [Diakses 22 Desember 2021].
- [60] Sodexo, "Kepuasan Pelanggan: Definisi dan Faktor Pendukungnya," 31 Juli 2019. [Online]. Available: <https://www.sodexo.co.id/pengertian-kepuasaan-pelanggan/>. [Diakses 04 Januari 2022].
- [61] D. A. Putri, "Customer Satisfaction: Manfaat, Faktor, Cara Meningkatkan," 19 Desember 2021. [Online]. Available: <https://www.tokotalk.com/blog/apaitu-customer-satisfaction/>. [Diakses 01 Februari 2022].
- [62] P. S. C. Devi dan S. Eka, "Peran Customer Satisfaction Memediasi Pengaruh Online Trust Terhadap Repurchase Intention (Studi pada Konsumen Florist Online di Kota Denpasar)," *Jurnal Manajemen*, vol. 7 No 6, p. 31, 2018.
- [63] A. Curatman, A. Suroso dan Suliyanto, Program Loyalitas Pelanggan, Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2020.
- [64] AccountingTools, "Product Diversification Definition," 30 Maret 2022. [Online]. Available: <https://www.accountingtools.com/articles/product-diversification.html>. [Diakses 01 April 2022].
- [65] E. S. Soegoto, Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2014.
- [66] B. T. WIjaya, Lifestyle Marketing, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama,

- 2014.
- [67] A. Rauf, *Digital Marketing : Konsep dan Strategi*, Cirebon: Penerbit Insania, 2021.
- [68] B. Foster, “Pengaruh Pengalaman Belanja Online Produk Fashion Terhadap Kepuasan Dan Niat Beli Ulang Pelanggan Zalora dan Berrybenka,” *Kontigensi*, vol. Vol 5 No 1, p. 9, 2017.
- [69] R. Margiyatni dan S. N. Indriyani, “Pengaruh Keragaman Produk, Harga dan Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Buku Paperclip,” *Jurnal Ekonomi dan Industri*, vol. 21 No 3, p. 9, 2020.
- [70] Korea Distribution Science Association, “The Effect of Service Quality and Product Diversity on Customer Loyalty: The Role of Customer Satisfaction and Word of Mouth,” *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, vol. 7, no. 12, pp. 481-490, 2020.
- [71] A. K. Fathur Rohman, “Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Baskin Robbins TP3 Tunjungan Plaza Surabaya,” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, vol. Vol 9 No 2, p. 7, 2021.
- [72] A. Manampiring, W. Tumbuan dan R. Wenas, “Analisa Produk, Harga, Lokasi, Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Kartu Kredit PT. Bank Mandiri TBK Manado,” *EMBA*, vol. 4 No 02, p. 13, 2016.
- [73] Z. Abidin, N. Harahab dan L. Asmarawati, *Pemasaran Hasil Perikanan*, Malang: UB Press, 2017.
- [74] W. Yuliyanto, “Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Aleea Shopid Kebumen,” *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, Vol. %1 dari %2Vol 1, No 2, p. 5, 2020.
- [75] A. Agarwal, “Importance of CRM for customer satisfaction,” 04 Oktober 2021. [Online]. Available: <https://www.projectguru.in/importance-crm-customer-satisfactionn>. [Diakses November 2022 2021].
- [76] J. J. Livingstone Rompas, L. Mananeke dan F. G. Worang, “Customer Relationship Management dan Customer Value Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Nasabah Kredit Komersil PT. Bank Sulutgo Kantor Cabang Utama Manado,” *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Univesitas San Ratulangi (Jimbi Unsat)*, Vol. %1 dari %2Vol 7, No 3, p. 11, 2020.
- [77] Nuvi, “Use Customer Sentiment To Boost Your Brand Perception With Our Robust Social Media Management Tool,” 23 Oktober 2020. [Online]. Available: <https://www.nuvi.com/blog/how-does-customer-experience-influence-brand-loyalty-2#:~:text=Every%20time%20a%20customer%20has,and%20advocate%20for%20your%20company>. [Diakses 29 November 2021].
- [78] D. Suryana, *Teknik Sablon : Tahapan Dalam Menyablon*, Bandung: CreateSpace Independent Publishing Platform, 2013.
- [79] M. Sayyid, *Strategi Pemasaran Bisnis Farmasi*, Sidoarjo: Zifatama Jawara, 2020.
- [80] R. Rosita, R. S. Budiasningrum, N. G. Karomah dan R. Estiana, “Menganalisis Varian Produk, Promosi, Harga Brand Image Terhadap

- Loyalitas Pelanggan Apotek Rizal Bekasi di Era Pandemi Covid-19,” *Jurnal Lentera Bisnis*, vol. 10 No 3, p. 11, 2021.
- [81] W. Agiesta dan A. Sajidin, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan K.A,” *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi)*, vol. 5 No 2, p. 12, 2021.
- [82] I. O. Lubis dan S. , “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan,” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. %1 dari %2Vol 6, No 5, p. 17, 2017.
- [83] K. P. Pamungkas dan R. Hidayati, “Analisis Pengaruh Pemasaran Berbasis Pengalaman Dan Kualitas Layanan Terhadap Kualitas Pelanggan Mellaui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Matahari Department Store Klaten),” *Jurnal Of Management*, Vol. %1 dari %210, No 3, p. 14, 2021.
- [84] I. B. Nyoman Udayana, A. D. Cahya dan F. A. Kristiani, “Pengaruh Customer Experience dan Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada The Praja Coffee & Resto),” *Economic, Accounting, Management and Business*, Vol. %1 dari %2Vol 5, No 1, p. 7, 2022.
- [85] F. Arinda, B. E. Soetjipto dan A. Hermawan, “The Effect of Product Quality, Brand Image, and Menu Variety on Customer's Loyalty through Customer's Satisfaction as an Intervening Variable,” *European Journal of Business and Management*, vol. Vol 11, p. 10 , 2018.
- [86] Sugiyanto dan R. Aprioman, “Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada Produk Kantong Plastik Tomat,” *Jurnal Papatung*, vol. 4 No 2, p. 14, 2021.
- [87] M. L. M. Jaya, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Yogyakarta: Penerbit Anak Hebat Indonesia, 2020.
- [88] V. Herlina, *Panduan Parktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, Kelompok Gramedia, Anggota IKAPI, 2019.
- [89] Dunia Pendidikan, “Angket Skala Likert : Pengertian dan Cara Mengelolanya,” 28 Januari 2021. [Online]. Available: <https://sebahtutorial.com/skala-likert-pengertian-dan-cara-mengelolanya/>. [Diakses 20 Maret 2022].
- [90] S. Seran, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial*, Yogyakarta: Deepublish (Grup Penerbitan CV Budii Utama), 2020.
- [91] A. A. Hidayat, *Metodologi Keperawatan untuk Pendidikan Vokasi*, Surabaya: Health Books Publishing, 2021.
- [92] S. Riyanto dan A. A. Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2020.
- [93] A. Ahmad dan I. Jaya, *Statistik Dalam Penelitian Kesehatan*, Yogyakarta: Penerbit Kencana, 2021.
- [94] M. Anshori dan S. Iswati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Surabaya: Airlangga University Press, 2017.

- [95] Editorial Team, "9 Jenis Teknik Sampling untuk Riset, Rahasia di Balik Data Statistik," 30 Juli 2021. [Online]. Available: <https://www.idntimes.com/science/experiment/izza-namira-1/macam-teknik-sampling/11>. [Diakses 15 April 2022].
- [96] U. Sumarwan dan DKK, *Metode Riset Bisnis Dan Konsumen*, Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2018.
- [97] B. Sugeng, *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*, Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2022.
- [98] E. Taufiq, *Prosedur Penelitian Pendidikan*, Yogyakarta: Absolute Media, 2020.
- [99] S. M. Rezkia, "4 Jenis Metode Analisis Data Beserta Tahapannya dalam Melakukan Penelitian," 23 September 2021. [Online]. Available: <https://www.dqlab.id/4-jenis-metode-analisis-data-beserta-tahapannya-dalam-melakukan-penelitian>. [Diakses 17 Maret 2020].
- [100] B. Oscar dan D. Sumirah, "Pengaruh Grooming Pada Customer Relations Coordinator (CRC) Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Astra international TBK Toyota Sales Operation (Auto2000) Pasteur Bandung," *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, vol. 9 No 1, p. 11, 2019.
- [101] D. W. Sutha, *Biostatistika*, Malang: Tim MNC Publishing, 2019.
- [102] Sapri, A. Mustanir dan H. Darman, *Pelayanan Publik Implementasi dan Aktualisasi*, Pasuruan, Jawa Timur: CV Penerbit Qiara Media, 2020.
- [103] L. Sa'adah, I. Rahmawati dan T. Nur'aini, *Implementasi Pengukuran Current Ratio, Debt To Equity Ratio dan Return On Equity Serta Pengaruhnya Terhadap Return*, Jombang: Penerbit LPPM Universitas KH.A.Wahab Hasbullah, 2020.
- [104] Mulyono, *Berprestasi Melalui JFP Ayo Kumpulkan Kreditmu*, Yogyakarta: Penerbit Deepublish (Grup Penerbit CV Budi Utama), 2018.
- [105] K. Sandi, R. Habibi dan N. Fauzan, *Tutorial PHP Machine Learning Menggunakan Regresi Linier Berganda Pada Aplikasi Bank Serupa2.0 Berbasis WEB*, Bandung: Kreatif Industri Nusantara, 2020.
- [106] B. Sudaryana dan R. Agusiady, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Yogyakarta: Deepublish (Grup Penerbitan CV Budi Utama), 2022.
- [107] B. University, "Memahami Uji F (Uji Simultan) Dalam Regresi Linier," Binus University, 12 Agustus 2021. [Online]. Available: <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji-f-uji-simultan-dalam-regresi-linear/>. [Diakses 25 April 2022].
- [108] R. A. Sani dan M. Rahman, *Monograf Komunikasi Efektif dan Hasil Belajar*, Bandung: Penerbit Media Sains Indonesia, 2022.