DAFTAR PUSTAKA

Abu-Salih, B., Alweshah, M., Alazab, M., Al-Okaily, M., Alahmari, M., Al-Habashneh, M., & Al-Sharaeh, S. (2024). Natural language inference model for customer advocacy detection in online customer engagement. *Machine Learning*, *113*(4), 2249–2275. https://doi.org/10.1007/s10994-023-06476-w

Afifah, M. N., Abizar, A., Sutopo, H., & Albab, U. (2024). Pengaruh Gerakan Boikot Produk Pro Israel Di Media Sosial Terhadap Minat Beli Masyarakat Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, *9*(02), 426–435. https://doi.org/10.37366/jespb.v9i02.1918

Agustin, I. N., Purwianti, L., Ana, Danielson, Hernando, Marcella, K., & Rusiana, N. (2023). Pengaruh Perceived Quality, Brand Satisfaction, Brand Awareness, Brand Love dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty. *Jurnal Minfo Polgan*, *12*(2), 662–678. https://doi.org/https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.12487

Aini, T. N. (2020). Pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan dengan komitmen sebagai variable intervening. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, *1*(2), 88–98. https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i2.194

Al-Shukry, B. S. A. H. (2025). THE ROLE OF RELATIONSHIP MARKETING IN CONSUMER PURCHASE DECISION: AN EXPLORATORY STUDY. *International Journal of Professional Business Review*, *10*(1), 1–19. https://doi.org/10.26668/businessreview/2025.v10i1.5268

Anora, A., Setiadi, S., Maulana, R., & Ginanjar, N. S. (2024). Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Komitmen Konsumen Terhadap Niat Beli Produk Elektronik di Bandung, Jawa Barat. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi (EMT) KITA*, *8*(1), 9–17. https://doi.org/10.35870/emt.v8i1.1705

Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, *1*(2), 1–9. https://doi.org/https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57

Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *7*(3), 26320–26332. https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.10836

Ayang, T., & Sugiat, M. (2022). Analisis Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Trzy Coffee Bogor. *INOBIS:*

Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia, *6*(1), 46–57. https://doi.org/https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i1.256

Banowati, F. A. (2024, November 11). *2 Penyebab KFC Rugi hingga Tutup 47 Gerai*. Okezone Finance. https://economy.okezone.com/read/2024/11/10/320/3083976/2-penyebab-kfc-rugi-hingga-tutup-47-gerai?page=all

Bao, Z., & Wang, D. (2021). Examining consumer participation on brand microblogs in China: perspectives from elaboration likelihood model, commitment–trust theory and social presence. *Journal of Research in Interactive Marketing*, *15*(1), 10–29. https://doi.org/10.1108/JRIM-02-2019-0027

BDS National Committee. (2024, June 12). *Guide to BDS Boycott & Pressure Corporate Priority Targeting*. BDS Movement. https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://translate.google.com/translate%3Fu%3Dhttps://bdsmovement.net/Guide-to-BDS-Boycott%26hl%3Did%26sl%3Den%26tl%3Did%26client%3Dsrp&ved=2ahUKEwiHtIzYv7eTAxVgUGcHHa92Ks4QFnoECBcQAQ&usg=AOvVaw2CnVblC0WjLrIQQANZCRF1

Caniago, A. (2022). ANALISIS KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *JURNAL LENTERA BISNIS*, *11*(3), 219–231. https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i3.652

Clarissa, M. I., & Ellitan, L. (2023). Peran Brand Equity dan Kepuasan Pelanggan dalam Membangun Brand Loyality. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, *2*(2), 249–262. https://doi.org/https://doi.org/10.56799/jceki.v2i2.1431

Darmayana, H. (2024, August 20). *Keliru, Boikot Terhadap KFC Karena Tuduhan 'Pro Israel'*. Independensi.Com. https://independensi.com/2024/08/20/keliru-boikot-terhadap-kfc-karena-tuduhan-pro-israel/

Dewi, S. M. (2020). *ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada KFC Ramayana Semper Jakarta Utara)* [Skripsi]. SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA.

Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *MANEGGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, *3*(2), 171–180. https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i2.5290

Hafidz, G. P., & Muslimah, R. U. (2023). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN PELANGGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK HERBALIFE. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, *7*(1), 253–274. https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2912

Halizah, S. N., Infante, A., & Darmawan, D. (2022). Keterbentukan Kepercayaan Pelanggan Shopee Melalui Kualitas Hubungan, Reputasi dan Keamanan Marketplace. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, *4*(1), 256–261. https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i1.1712

Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *METODE PENELITIAN KUALITATIF & KUANTITATIF*. Penerbit Pustaka Ilmu.

Hardiantoro, A., & Pratiwi, I. E. (2024, November 11). *Penyebab KFC Tutup 47 Gerai dan PPenyebab KFC Tutup 47 Gerai dan PHK 2.274 Karyawan, Benarkah karena Aksi Boikot?* . Kompas.Com. https://www.kompas.com/tren/read/2024/11/11/140000765/penyebab-kfc-tutup-47-gerai-dan-phk-2.274-karyawan-benarkah-karena-aksi?page=all

Hasibuan, C. A., & Ibrahim, H. (2023). Strategi Pemasaran Internasional Restoran Cepat Saji Kentucky Fried Chicken (KFC) untuk Meningkatkan Penjualan di Kota Medan. *Jurnal Minfo Polgan*, *12*(2), 2513–2522. https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13307

Herryanto, H., & Riana, I. G. (2020). PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KOMITMEN DAN LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA BAJA RINGAN PADA ADRIAN PRATAMA PUTRA. *Journal of Applied Management Studies* , *01*(2), 141–151. https://doi.org/https://doi.org/10.51713/jamms.v1i2.16

Hidayah, N. (2018, February 13). *Customer Advocacy Behavior: Konsep & Indikator*. Konsultan Pemasaran Pariwisata. https://pemasaranpariwisata.com/2018/02/13/konsep-customer-advocacy-behavior/

Hikam, H. A. Al. (2024, November 11). *KFC Rugi Besar gegara Aksi Boikot: 47 Gerai Tutup, PHK 2.274 Karyawan*. Detikbali. https://www.detik.com/bali/bisnis/d-7632297/kfc-rugi-besar-gegara-aksi-boikot-47-gerai-tutup-phk-2-274-karyawan

Hisan, K., Gusnadi, A., Akmal, F., Aurelia, A. N., & Maesaroh, S. S. (2024). Dampak Gerakan Boikot Pada Produk McDonald's Indonesia Melalui Analisis Citra Merek, Loyalitas Konsumen, dan Minat Beli. *Innovative: Journal Of*

Social Science Research, *4*(3), 19150–19163. https://doi.org/https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.11470

Illahi, S. K., & Andarini, S. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness terhadap Brand Loyalty pada Pengguna Provider Telkomsel di Surabaya. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, *4*(6), 1684–1697. https://doi.org/https://doi.org/10.47467/reslaj.v4i6.1206

Indriani, H. L., Agustina, U., Dahar, U. T., & Agustiawan. (2024). Peran Etika Bisnis Terhadap Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Rimba : Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, *2*(2), 173–184. https://doi.org/10.61132/rimba.v2i2.716

Ingepuri, P., Lubis, T. A., & Solikhin, A. (2025). Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Nilai yang Dirasakan (Perceived Value) sebagai Variabel Mediasi pada Usaha Kecil di Kabupaten Muaro Jambi. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, *9*(1), 309–317. https://doi.org/10.33087/ekonomis.v9i1.2353

Islam, T., Islam, R., Pitafi, A. H., Xiaobei, L., Rehmani, M., Irfan, M., & Mubarak, M. S. (2021). The impact of corporate social responsibility on customer loyalty: The mediating role of corporate reputation, customer satisfaction, and trust. *Sustainable Production and Consumption*, *25*, 123–135. https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.07.019

Kartinah, E. (2024, June 10). *BDS Indonesia Jelaskan Produk Pro Israel tidak Masuk Daftar Boikot*. Media Indonesia. https://mediaindonesia.com/humaniora/677114/bds-indonesia-jelaskan-produk-pro-israel-tidak-masuk-daftar-boikot

Khuser, J. (2022, June 10). *Customer advocacy: What it is and why it's important* . Khoros.Com. https://khoros.com/blog/customer-advocacy

Kimfa, Y., & Nisa, P. C. (2024). Peran Pengalaman, Komitmen, Dan Perilaku Keterlibatan Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, *10*(7), 1097–1121. https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.11352052

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Bergerak Dari Tradisional Ke Digital* (pp. 1–171). PT Gramedia Pustaka Utama.

Lind, D. A., Marchal, W. G., & Wathen, S. A. (2018). *Statistical Techniques in Business & Economics* (17th ed.). McGraw-Hill Education.

Lubis, A., Effendi, I., & Rosalina, D. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Medan.

Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS), *3*(4), 896–902. https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i4.1600

Mahendra, N. S., & Indriani, F. (2025). ANALISIS PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP NILAI SEUMUR HIDUP PELANGGAN DENGAN KOMITMEN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA PENGGUNA KARTU PRABAYAR TELKOMSEL DI KOTA SEMARANG). *Diponegoro Journal Of Management*, *14*(1), 137–149. https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/49760

Ngabiso, F., Radji, D. L., & Kango, U. (2021). PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) DAN KEPERCAYAAN MEREK (BRAND TRUST) TERHADAP LOYALITAS MEREK (BRAND LOYALTY) PADA PRODUK AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK AQUA (STUDI PADA KONSUMEN AMDK MEREK AQUA DI KOTA GORONTALO). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, *4*(1), 1–12. https://doi.org/https://doi.org/10.37479/jimb.v4i1.10453

Nielsen. (2015, September). *Masih direkomendasikan oleh teman dan kerabat sebagai iklan yang paling otentik menurut konsumen. Paling tepercaya di situs web merek*. Nielsen. https://www.nielsen.com/id/news-center/2015/still-recommended-by-friends-and-relatives-the-most-authentic-advertising-according-to-consumers-the-most-trusted-on-brand-websites/

Ningrum, A. J., & Aminulloh, A. (2024). Jurnal Komunikasi Nusantara Vigilantisme Digital dalam Aksi Boikot Produk Israel di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, *6*(1), 145–160. https://doi.org/https://doi.org/10.33366/jkn.v6i1.487

Pandiangan, K., Masiyono, & Atmogo, Y. D. (2021). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BRAND EQUITY: BRAND TRUST, BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY, & BRAND LOYALTY. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, *2*(4), 471–484. https://doi.org/https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4

Pasaribu, B. S., Herawati, A., Utomo, K. W., & Aji, R. H. S. (2022). *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Penerbit MEDIA EDU PUSTAKA.

Prasetia, I. (2022). *Metodologi Penelitian: Pendekatan Teori dan Praktik*. Umsu Press.

Priliandani, S. M., & Tjahjaningsih, E. (2022). PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS (STUDI PADA KONSUMEN MIE LEMONILO DI SEMARANG). *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN*

BISNIS DAN INOVASI UNIVERSITAS SAM RATULANGI (JMBI UNSRAT), *9*(2), 463–476. https://doi.org/https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i2.43049

PT Fast Food Indonesia Tbk. (2023). *Annual Report 2023: Accelerating Growth Towards Recovery*. https://annual-reports.kfcku.com/2023/mobile/index.html

PT Fast Food Indonesia Tbk. (2024). *Annual Report 2024: Resilience and Optimism in Adversity*. https://annual-reports.kfcku.com/2024/mobile/index.html

Putra, A. (2020). Faktor – Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Implikasinya Pada Minat Pembelian Ulang Produk Sunnygold (Studi Kasus Pada Konsumen SunnyGold Di Jakarta Selatan). *Jurnal Doktor Manajemen*, *3*(2), 196–211. https://doi.org/https://dx.doi.org/10.22441/jdm.v3i2.10205

Putri, S., Anisa, F., & Gunaningrat, R. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Indomie di Kartasura. *SAMMAJIVA: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, *2*(1), 39–51. https://doi.org/10.47861/sammajiva.v2i1.757

Quaye, E. S., Taoana, C., Abratt, R., & Anabila, P. (2022). Customer advocacy and brand loyalty: the mediating roles of brand relationship quality and trust. *Journal of Brand Management*, *29*(4), 363–382. https://doi.org/10.1057/s41262-022-00276-8

Rakhmawati, A., & Amelia, Y. (2025). Boycott, Divestment, and Sanction (BDS): Laba Bersih dan Arus Kas, terhadap Harga Saham pada Perusahaan Terdampak. *Jurnal Riset Akuntansi Politala*, *8*(1), 1–15. https://doi.org/https://doi.org/10.34128/jra.v8i1.496

Ramadhan, M. F., Siroj, R. A., & Afgani, M. W. (2024). Validitas and Reliabilitas. *Journal on Education*, *06*(02), 10967–10975. https://doi.org/https://doi.org/10.31004/joe.v6i2.4885

Rarung, J., Lumanauw, B., & Mandagie, Y. (2022). PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, ONLINE CUSTOMER RATING, DAN CUSTOMER TRUST TERHADAP CUSTOMER PURCHASE DECISION FCOFFEE & ROASTERY MANADO. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *10*(1), 891–899. https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v10i1.38482

Rasyid, F. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF DAN KUANTITATIF: TEORI, METODE, DAN PRAKTEK*. IAIN Kediri Press.

Riyanto, F. A., & Nasir, M. (2023). Pengaruh Brand Experience dan Brand Image terhadap Brand Loyalty dengan Brand Trust sebagai Variabel Intervening.

Jurnal Ilmiah Poli Bisnis, *15*(1), 65–84. https://doi.org/https://doi.org/10.30630/jipb.v15i1.1071

Rohaya, Nasution, M. L. I., & Dharma, B. (2024). Analisis Faktor Perilaku Konsumsi Terhadap Keputusan Boikot Produk Israel: Studi Kasus Pada Generasi Z UNIMED. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, *13*(03), 1036–1050. https://doi.org/https://doi.org/10.22437/jmk.v13i03.36882

Romdona, S., Senja Junista, S., & Gunawan, A. (2025). TEKNIK PENGUMPULAN DATA: OBSERVASI, WAWANCARA DAN KUESIONER. *JISOSEPOL: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi Dan Politik*, *3*(1), 39–47. https://doi.org/https://doi.org/10.61787/taceee75

Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.

Santoso, R. P., Irawati, W., & Laili, C. N. (2024). LITERATURE REVIEW: IMPLEMENTASI STRATEGI RELATIONSHIP MARKETING DALAM MENINGKATKAN KINERJA MANAJEMEN PEMASARAN. *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, *6*(3), 409–416. https://doi.org/10.33752/bima.v6i3.6739

Sihotang, H. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. UKI Press.

Simamora, B. (2022). Skala Likert, Bias Penggunaan dan Jalan Keluarnya. *Jurnal Manajemen*, *12*(1), 84–93. https://doi.org/10.46806/jman.v12i1.978

Siregar, M. (2021). Hubungan Antara Kepercayaan Pelanggan Dengan Loyalitas Pelanggan Terhadap Online Shop. *JURNAL PENELITIAN PENDIDIKAN, PSIKOLOGI DAN KESEHATAN (J-P3K)*, *2*(1), 83–88. https://doi.org/10.51849/j-p3k.v2i1.97

Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, Fitri, A., Kuswandi, S., Sastri, L., Falani, I., Aswan, N., Hasibuan, F. A., & Lestari, H. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Yayasan Kita Menulis.

Suci, Q. P., & Wardayani. (2024). Analisis Kinerja Keuangan PT Fast Food Indonesia Tbk Pasca Cancel Culture. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, *5*(2), 6811–6823. https://doi.org/https://doi.org/10.37385/msej.v5i2.5353

Sudirman, Kondolayuk, M. L., Sriwahyuningrum, A., Cahaya, I. M. E., Astuti, N. L. S., Setiawan, J., Tandirerung, W. Y., Rahmi, S., Nusantari, D. O., Indrawati, F., Fittriya, N. L., Azizah, N., Kurniawati, N., Wardhana, A., & Hasanah, T. (2023). *Metodologi Penelitian 1*. Penerbit Media Sains Indonesia.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (2nd ed.). Penerbit Alfabeta.

Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel Pada Jurnal Internasional)*. Penerbit Alfabeta.

Sukarno, H. F., Arifianti, R., & Hakim, R. M. A. (2024). PERAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP BRAND LOYALTY. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, *8*(3), 474–500. https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v8i3.4465

Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). MEMAHAMI SUMBER DATA PENELITIAN : PRIMER, SEKUNDER, DAN TERSIER. *Jurnal Penelitian Pendidikan* , *5*(3), 110–116. https://doi.org/https://doi.org/10.47827/jer.v5i3.238

Tawe, H. A., & Bado, B. (2022). *Analisis Statistik Parametrik*. Yayasan Khalifah Cendekia Mandiri.

Wang, X., Tajvidi, M., Lin, X., & Hajli, N. (2020). Towards an Ethical and Trustworthy Social Commerce Community for Brand Value Co-creation: A trust-Commitment Perspective. *Journal of Business Ethics*, *167*(1), 137–152. https://doi.org/10.1007/s10551-019-04182-z

Warni, Z. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Jasa Bengkel Auto 2000 Tanjung Api-Api Palembang. *Jurnal Manajemen*, *9*(4), 111–123. https://doi.org/https://doi.org/10.36546/jm.v9i4.506

Welsa, H., Cahyani, P. D., & Widyantriana, C. (2024). Pengaruh Relationship Marketing dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervenig: Studi Kasus Pada Air Mineral Aqua di Indonesia. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, *6*(1), 80–90. https://doi.org/https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.2576

Wulansari, A. D. (2023). *Aplikasi Statistika NonParametrik Dalam Penelitian*. Penerbit Thalibul Ilmi Publishing & Education.

Zaid. (2021). *Ekuitas Merek dan Advokasi Pelanggan Melalui Strategi Gamifikasi dan Kualitas Pelayanan*. Academia Publication.

Zulfikar, R., Sari, F. P., Fatmayati, A., Wandini, K., Haryati, T., Jumini, S., Nurjanah, Annisa, S., Kusumawardhani, O. B., Mutiah, R., Linggi, A. I., &

Fadilah, H. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori, Metode, dan Praktik*. Penerbit Widina Media Utama.