

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan di bab sebelumnya yang telah peneliti lakukan mengenai potongan harga, kualitas produk, dan kepuasan terhadap loyalitas produk pada private brand Papaya Fresh Surabaya, simpulan yang dapat di ambil sebagai berikut:

1. Potongan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada *private brand* di Papaya Fresh Surabaya sehingga hipotesis pertama diterima. Semakin besarnya potongan harga pada *private brand* di Papaya Fresh Surabaya maka dapat bersaing dengan supermarket lain yang sesuai dengan kualitas dan manfaat produk sehingga akan semakin tinggi loyalitas pelanggan pada *private brand* di Papaya Fresh Surabaya.
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada *private brand* di Papaya Fresh Surabaya sehingga hipotesis pertama diterima. Semakin baik kualitas produk yang dihasilkan oleh private brand di Papaya Fresh Surabaya, maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian *private brand* di Papaya Fresh Surabaya yang dapat menimbulkan loyalitas pelanggan.
3. Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada *private brand* di Papaya Fresh Surabaya sehingga menyediakan produk



yang memiliki banyak varian dan menyediakan potongan harga ketika memiliki *member*

5.2 Saran

5.2.1 Saran Bagi *Private Brand* di Papaya Fresh Surabaya

Berdasarkan dari seluruh pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat diberikan beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat bagi *private brand* di Papaya Fresh Surabaya, yaitu:

1. Berkaitan dengan potongan harga yang memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, maka peneliti menyarankan bahwa Papaya Fresh Surabaya sebaiknya memberikan lebih banyak potongan harga pada setiap varian produk-produknya seperti, menyediakan kartu berlangganan (*member*)
2. Berkaitan dengan kualitas produk yang memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, maka peneliti menyarankan bahwa Papaya Fresh Surabaya memberikan varian produk makanan dan minuman yang lebih bervariasi seperti kimbab versi mentah yang dapat dimasak di rumah dan kimbab yang langsung dikonsumsi, dapat juga dengan menyediakan berbagai produk dengan unsur lokal seperti buah pir lokal dan lemon lokal.
3. Berkaitan dengan kepuasan yang memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, maka peneliti menyarankan Papaya Fresh Surabaya menjaga kualitas produk sehingga konsumen dapat merasa puas dan ingin kembali berbelanja produk Papaya Fresh Surabaya



5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Peneliti memberikan saran kepada penelitian selanjutnya untuk melakukan penelitian terhadap *private brand* di Papaya Fresh Surabaya berkaitan dengan variable yang belum digunakan pada penelitian ini seperti: Promosi, Kepercayaan, *Store Atmosphere*, dan *Shopping Lifesyle*. Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan wawasan yang baru serta berguna bagi penelitian selanjutnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Adelina, D., & Siregar, M. R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Pemeditasi Pada Konsumen Restoran Canai Mamak K1 Di Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(1), 54-67.<http://jim.usk.ac.id/EKM/article/view/9083>. (Diakses pada tanggal 22 Oktober 2023 : Pukul 13.00)
- Amalia, R. M., & Utami, D. Y. (2018). Pemberian reward berdasarkan penilaian kinerja karyawan dengan metode AHP pada PT. Anugerah Protecindo. *JITK (Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer)*, 3(2), 181-188.<http://jitek.nusamandiri.ac.id/index.php/jitek/article/view/9>. (Diakses pada tanggal 24 Oktober 2023 : Pukul 08.00)
- Aris Sampurno Jati, F., & Irawati, Z. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, Diskon Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Sepatu Converse (Studi pada masyarakat Surakarta yang menggunakan sepatu Converse)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).<https://eprints.ums.ac.id/id/eprint/103322>. (Diakses pada tanggal 24 Oktober 2023 : Pukul 08.05)
- Aryatiningrum, S. W., & Insyirah, A. I. (2020). Pengaruh Price Discount terhadap Loyalitas Konsumen pada Pengguna Online Marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 946-953.<http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2071774&val=4748&title=Pengaruh%20Price%20Discount%20terhadap%20Loyalitas%20Konsumen%20pada%20Pengguna%20Online%20Marketplace>. (Diakses pada tanggal 22 Oktober 2023 : Pukul 13.10)
- Atmojo, J. T., Iswahyuni, S., Rejo, R., Setyorini, C., Puspitasary, K., Ernawati, H. & Mubarok, A. S. (2020). Penggunaan masker dalam pencegahan dan penanganan covid-19: rasionalitas, efektivitas, dan isu terkini. *Avicenna: Journal of Health Research*, 3(2).<https://jurnal.stikesmus.ac.id/index.php/avicenna/article/download/420/307>(Diakses pada tanggal 24 Oktober 2023 : Pukul 10.50)
- Budiyanto, E. (2018). Pengaruh persepsi harga, diskon harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Giant Supermarket Rungkut Surabaya. *Management & Accounting Research Journal*, 3(1).<https://jurnal.ikbis.ac.id/global/article/view/234>. (Diakses pada tanggal 24 Oktober 2023 : Pukul 10.00)
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17-32.<https://dosen.perbanas.id/docs/wp-content/uploads/2020/06/Jurnal-02-Nasional-Sinta-4-Diah-Ernawati.pdf> (Diakses pada tanggal 26 Januari 2024 : Pukul 08.00)



- Faisal, I. (2018). Pengaruh Price Discount, Bonus Pack, Dan In-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Giant Ekstra Banjar. *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 51-60. <https://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/jsmk/article/view/5065>. (Diakses pada tanggal 22 Oktober 2023 : Pukul 13.25)
- Farisi, S. (2018). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. The National Conference on Management and Business (NCMAB) 2018. <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/xmlui/handle/11617/9995> (Diakses pada tanggal 27 Januari 2024 : Pukul 08.00)
- Fauzi, S. I. (2018). *Pengaruh Penetapan Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Proses Keputusan Pembelian Di Toko Qiu Berry* (Doctoral dissertation, Program Studi Manajemen S1 Universitas Widyatama). <https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/14108> (Diakses pada tanggal 28 Januari 2024 : Pukul 08.00)
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2018). *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Universitas Brawijaya Press. <https://books.google.co.id/books?id=MtqFDwAAQBAJ&printsec=copyright>. (Diakses pada tanggal 29 Januari 2024 : Pukul 08.00)
- Ferdinan, C. E. (2013). *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki (Studi Pada Pembeli-Pengguna Sepeda Motor Suzuki di Kota Solo)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis). <http://eprints.undip.ac.id/38998/>. (Diakses pada tanggal 29 Januari 2024 : Pukul 09.00)
- Ghozali, M. (2018). Analisis sistem lembaga keuangan syariah Dan lembaga keuangan konvensional. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 14(1), 19-21. <http://repo.unida.gontor.ac.id/id/eprint/1793>. (Diakses pada tanggal 24 Oktober 2023 : Pukul 11.00)
- Gunawan, T., Fathorrahman, F., & Handoko, Y. (2019). Efek Mediasi Kepuasan Pelanggan atas Pengaruh Kualitas Produk dan Store Atmosphere terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 7(2), 189-204. <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jmdk/article/view/3347/pdf>. (Diakses pada tanggal 31 Januari 2024 : Pukul 08.00)
- Haqiqi, R. T. F. (2017). Pengaruh Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Karyawan PT. Permata Bahari Malindonesia. *Manajemen Bisnis*, 7(1). <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/jmb/article/view/6987>. (Diakses pada tanggal 26 Januari 2023 : Pukul 08.00)
- Harlan, J. (2018). Analisis regresi linear. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1119. http://harlan_johan.staff.gunadarma.ac.id/Publications/files/3866/Buku+Analisis+Regresi+Linear.pdf. (Diakses pada tanggal 02 Februari 2024 : Pukul 11.00)



Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. unitomo press. [https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=PYfCDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=Indrasari,+M.+\(2019\).+PEMASARAN+DAN+KEPUASAN+PELANGGAN:+pemasaran+dan+kepuasan+pelanggan.+unitomo+press.&ots=mc3gEKowbi&sig=1ZwZyXiuxV6DJ42FPy18u42bj7c](https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=PYfCDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=Indrasari,+M.+(2019).+PEMASARAN+DAN+KEPUASAN+PELANGGAN:+pemasaran+dan+kepuasan+pelanggan.+unitomo+press.&ots=mc3gEKowbi&sig=1ZwZyXiuxV6DJ42FPy18u42bj7c). (Diakses pada tanggal 24 Oktober 2023 : Pukul 12.00)

Irawan, I. A. (2021). Pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian kopi pada aplikasi online dimasa pandemi covid-19. *KELOLA: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(1), 9-16. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/kelola/article/view/1409>. (Diakses pada tanggal 02 Februari 2024 : Pukul 11.10)

Kotler, P. T., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing, eBook, Global Edition: Principles of Marketing*. Pearson Higher Ed. https://opac.atmaluhur.ac.id/uploaded_files/temporary/DigitalCollection/ODIjY2E4ODIyODViZjFkODgzNDUxYWZlNWZhZmY2MGE5MDc0ZDVmYw==.pdf. (Diakses pada tanggal 02 Februari 2024 : Pukul 12.00)

Laksana, A. I. P., & Hirawati, H. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Larissa Aesthetic Cabang Magelang. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 509-522. <https://transpublika.co.id/ojs/index.php/Transekonomika/article/view/243>. (Diakses pada tanggal 02 Februari 2024 : Pukul 12.40)

Lesmana, R., & Ayu, S. D. (2019). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah PT Paragon Tehnology And Innovation. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3), 59-72. <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK/article/view/2830>. (Diakses pada tanggal 22 Oktober 2023 : Pukul 13.40)

Lestari, L. D., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh fenomena harbolnas (hari belanja online nasional) pada e-commerce shopee melalui diskon dan kemudahan bertransaksi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 14821491. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/40989>. (Diakses pada tanggal 02 Februari 2024 : Pukul 12.20)

Machali, I. (2015). Statistik itu mudah: menggunakan SPSS sebagai alat bantu statistik. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/24022/>. (Diakses pada tanggal 24 Oktober 2023 : Pukul 17.00)

Musfa, T. (2022). *ANALISIS STRATEGI INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS ANGGOTA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Baitul Maal wat Tamwil Amalia Rahma Talang Padang)* (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG). <http://repository.radenintan.ac.id/22669/>. (Diakses pada tanggal 03 Februari 2024 : Pukul 11.00)



Nazelina, M., Novitasari, D., Fikri, M. A. A., & Asbari, M. (2020). The effect of brand image, price and service quality on consumer decisions using delivery services. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 1(3),135147.<https://www.jiemar.org/index.php/jiemar/article/view/74>. (Diakses pada tanggal 24 Oktober 2023 : Pukul 08.00)

Oktaviani, G. (2019). *Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa PT. Gita Rifa Express (studi Kasus Pengiriman Barang Daerah Batusangkar)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).<https://repository.uir.ac.id/1952/>. (Diakses pada tanggal 25 Oktober 2023 : Pukul 16.00)

Palilati, A. P., Umar, Z. A., & Niode, I. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Variabel Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 534-542.<https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/view/16492> (Diakses pada tanggal 03 Februari 2024 : Pukul 12.00)

papayafreshgallery.business.site.2023.<https://papayafreshgallery.business.site/>. (Diakses pada tanggal 04 Februari 2024 : Pukul 18.00)

Pohan, F. S., & Aulia, Z. F. (2019). Kualitas situs web, kepercayaan, dan loyalitas.<http://jim.usk.ac.id/EKM/article/view/9083>. (Diakses pada tanggal 03 Februari 2024 : Pukul 19.00)

Pramudi, A. S. (2022). *Pembuatan Perangkat Lunak Untuk Mengukur Kepuasan Pelanggan Pada Ud. King Motor Sport Dengan Menerapkan Teori Kotler Dan Metode Skoring Pendekatan Skala Likert* (Doctoral Dissertation, Up Veteran Jawa Timur).<http://repository.upnjatim.ac.id/id/eprint/4530>. (Diakses pada tanggal 03 Februari 2024 : Pukul 19.20)

Priharto, S. (2020). Indikator Kepuasan Pelanggan: Pengertian, Jenis, dan Fungsinya Bagi Bisnis. *Retrieved Desember, 4, 2020*.<https://accurate.id/marketing-manajemen/indikator-kepuasan-pelanggan/>. (Diakses pada tanggal 03 Februari 2024 : Pukul 10.00)

Putra, Y. E., & Aziz, N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Nasabah Pt Bank Rakyat Indonesia Cabang Padang.<https://osf.io/hcsw2/download>. (Diakses pada tanggal 22 Oktober 2023 : Pukul 14.00)

Rabiqi, Y. (2019). Pengaruh Ekspektasi Pelanggan, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Internet Telkomsel Di Banda Aceh. *Jurnal Universitas Teuku Umar Meulaboh*, 3 (2), 1-11.<http://jurnal.utu.ac.id/jbkan/article/viewFile/912/738>. (Diakses pada tanggal 24 Oktober 2023 : Pukul 16.10)

Ratnasari, P. (2019). Pengaruh Harga Tiket, Fasilitas Wisata, Dan Kualitas Jasa Wisata Terhadap Kepuasan Konsumen Grand Maerokoco Semarang. *Jurna IEkonomi Manajemen*



Akuntansi, 26(47).<http://ejurnal.stiedharmaputrasmg.ac.id/index.php/JEM/A/article/view/356>(Diakses pada tanggal 06 Februari 2024 : Pukul 04.00)

Safi'i, I., Indrasari, L. D., & Widodo, S. R. (2017). Standarisasi Produk Hanger Baju Di Desa Wanengpaten Kediri Melalui Pemeliharaan Konsistensi Mutu Untuk Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Abdi Masyarakat*, 1(1).<https://core.ac.uk/download/pdf/235152065.pdf>. (Diakses pada tanggal 05 Februari 2024 : Pukul 19.40)

Safi'i, I., Indrasari, L. D., & Widodo, S. R. (2017). Standarisasi Produk Hanger Baju Di Desa Wanengpaten Kediri Melalui Pemeliharaan Konsistensi Mutu Untuk Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Abdi Masyarakat*, 1(1).<https://core.ac.uk/download/pdf/235152065.pdf>. (Diakses pada tanggal 05 Februari 2024 : Pukul 19.10)

Setiawan, A. (2023). *PENGARUH PRICE DISCOUNT TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA CV. CITA RASA BARU PEKANBARU PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).<https://repository.uin-suska.ac.id/74005/> (Diakses pada tanggal 06 Februari 2024 : Pukul 03.00)

Silalahi, U. (2018). Metodologi analisis data dan interpretasi hasil untuk penelitian sosial kuantitatif. https://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/7728/Ulber_14_3804-p.pdf?sequence=1&isAllowed=y. (Diakses pada tanggal 29 Oktober 2023 : Pukul 12.00)

Silvia, A., Indrasari, A., & Wahyudi, A. T. (2017). Peningkatan Kepuasan Konsumen Produk Kacang Panggang Menggunakan Pendekatan Kansei Engineering dan Kano Model. *Tekinfo: Jurnal Ilmiah Teknik Industri dan Informasi*, 5(2), 113-123.<http://ejurnal.setiabudi.ac.id/ojs/index.php/tekinfo/article/view/206> (Diakses pada tanggal 05 Februari 2024 : Pukul 19.00)

Sofiati, N. A., Suryati, L., Wardana, W., Trisnawati, N., Malau, A. G., Sudarso, A., & Malau, A. G. (2023). The Model of Impulse Buying: Consider Price Discounts and Store Displays. *Journal of Accounting and Finance Management*, 4(1), 160-167.<https://dinastires.org/JAFM/article/view/208>. (Diakses pada tanggal 24 Oktober 2023 : Pukul 14.00)

Sonata, I. (2019). Pengaruh Price Discount Dan in-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Produk Miniso. *JRMB (Jurnal Riset & Manajemen)*, 4(1).<https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/JRMB/article/view/1393> (Diakses pada tanggal 05 Februari 2024 : Pukul 19.25)

Sugiyono, S. (2017). Pengaruh Store Atmosphere, Hedonic Motive Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(10).<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/338>. (Diakses pada tanggal 05 Februari 2024 : Pukul 19.35)

Karya ilmiah milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran plagiarasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



Sugiyono, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Indomie. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* (JIRM), 9(7).<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3101>. (Diakses pada tanggal 29 Oktober 2023 : Pukul 18.15)

Supertini, N. P. S., Telagawati, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pusaka Kebaya di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 61-73.<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/Prospek/article/view/26201>. (Diakses pada tanggal 29 Oktober 2023 : Pukul 18.00)

Supriyanto, S., Ronal, R. A., & Melisa, M. (2021). Effect of price and promotion on car purchase decisions at PT Encar Daihatsu Lubuklinggau. *International Journal of Community Service & Engagement*, 2(1), 42-49. <http://journal.jis-institute.org/index.php/ijcse/article/view/188>. (Diakses pada tanggal 25 Oktober 2023 : Pukul 15.00)

Wahyudi, S. (2017). Pengaruh price discount terhadap impulse buying. *Valuta*, 3(2), 276-289.<https://journal2.uir.ac.id/index.php/valuta/article/view/2080>. (Diakses pada tanggal 26 Oktober 2023 : Pukul 08.00)

Warnidah. (2022). Pengaruh *Product Quality* terhadap *Purchase Decision* dan *Customer Loyalty* pada Produk Skincare Ms Glow Kota Samarinda. Universitas Kalimantan Timur.<https://dspace.umkt.ac.id/bitstream/handle/463.2017/3148/NASPU%20Warnidah%291.pdf?sequence=10>. (Diakses pada tanggal 26 Oktober 2023 : Pukul 08.30)

Wijaya, A. (2018). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, persepsi harga, Dan asosiasi merek terhadap kepuasan Dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Bisnis Terapan*, 2(01),1-16. <https://journal.ubaya.ac.id/index.php/JIBT/article/view/1082>. (Diakses pada tanggal 26 Oktober 2023 : Pukul 08.55)

Wulandari, N. (2020). *Pengaruh Potongan Harga (Price Discount) Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Perusahaan Ritel Jumbo Mart* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).<https://repository.uin-suska.ac.id/27250/>. (Diakses pada tanggal 29 Oktober 2023 : Pukul 08.00)

Yuwono, T., Wiyono, N., Asbari, M., Novitasari, D., & Silitonga, N. (2020). Analisis Pengaruh Efektivitas Kepemimpinan Transformasional dan Kesiapan untuk Berubah terhadap Kinerja Karyawan Wanita di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 5(3), 615-632.<http://www.jim.unsyiah.ac.id/ekm/article/view/15502>. (Diakses pada tanggal 26 Oktober 2023 : Pukul 09.00)

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan penelitian dan penulisan. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang berlaku.

