

Daftar Pustaka

- [1] S. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods), 4 penyunt., Bandung: Alfabeta, 2013.
- [2] L. S. Atmaja, Teori dan Praktek Manajemen Keuangan, Yogyakarta: ANDI, 2008.
- [3] F. Buttle, Customer Relationship Management, Jakarta: Bayumedia Publishing, 2007.
- [4] P. Kotler dan G. Armstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jakarta: Erlangga, 2010.
- [5] A. Y. R. Damayanti, “PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PT. NASMOCO ABADI MOTOR KARANGANYAR,” *Jurnal Kompetensi Teknik*, vol. 2, 2017.
- [6] I. Kholil, “CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) BERBASIS WEB UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING TOKO ONLINE,” *Jurnal Pilar Nusa Mandi ri* , vol. 2017, pp. 44-45, 2017.
- [7] R. Rachmawati, “Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran),” *Jurnal Kompetensi Teknik*, vol. 2, 2011.
- [8] F. Tjiptono, Strategi Pemasaran, Yogyakarta: Andi, 2012.
- [9] B. Swasta dan Irawan, Manajemen Pemasaran Modern, 2008: Liberty, Yogyakarta.
- [10] F. Tjiptono, Strategi Promosi, Yogyakarta: ANDI, 2012.

- [11] U. Chadiq, "CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) : PILIHAN STRATEGI UNTUK MERAIH KEUNGGULAN BERSAING," 2015.
- [12] J. R. Situmorang, "Metrik Pemasaran Sebagai Alat Untuk Mengukur Kinerja Pemasaran Perusahaan (Studi Kasus Pada Bisnis Ritel)," *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 6, pp. 114-133, 2010.
- [13] Rajagopal, "Measuring Brand Performance Trough Metrics Application," *Measuring Business Excellence*, vol. 12, 2008.
- [14] R. T. e. Al, "Marketing Metrics, Innovation in Field Force Bonuses: Enhancing Motivation Through a Structured Process-based Approach," *International Journal of Medical Marketing*, vol. 7, 2007.
- [15] C. Lovelock, P. Patterson dan R. Walker, *Service Marketing: An Asia-Pacific and Australian Perspective.*, Pearson Education Australia, 2004.
- [16] F. Rangkuti, *Riset Pemasaran*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- [17] W. Wells, J. Burnett dan S. Moriarty, *Advertising: Principles and Practice*, 2003.
- [18] P. Kotler, *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I*, Jakarta: Erlangga, 2005.
- [19] S. M. Cutlip, A. H. Center dan G. M. Broom, *Effective Public Relations*, Edisi Kesembilan, Jakarta: Erlangga, 2011.
- [20] N. A. Hart dan J. Stapleton, *Kamus Marketing*, Jakarta: Bumi Aksara, 2003.
- [21] E. K. Budiardjo dan I. Faldy, "Analisis Fitur CRM Untuk Meningkatkan Kepuasan Pasie - Berbasis Pada Framework Of Dynamic CRM Studi Kasus : Departmen Of Obstetri Ginekologi FKUI - RSCM JAKARTA," *Seminar Nasional Informatika*, p. 351, 2008.
- [22] A. D. Andriana, "PENENTUAN JENIS PROMOSI MENGGUNAKAN PENDEKATAN CUSTOMER RELATIONSHIP

- MANAGEMENT (CRM),” *Majalah Ilmiah UNIKOM* , vol. 15, p. 241, 2017.
- [23] R. M. & K. Hamilton, *Learning UML 2.0*, Sebastopol: O'Reilly Media, Inc., 2006.
- [24] R. F. Firdaus, H. Rahmadi dan M. S. Mustaqbal, “PENGUJIAN APLIKASI MENGGUNAKAN BLACK BOX TESTING BOUNDARY VALUE ANALYSIS,” *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Terapan*, vol. 1, pp. 34-36, 2015.
- [25] M. Yuhfizar dan R. Hidayat, *Mudah Membangun Website Interaktif Menggunakan Content Management System Joomla Edisi Revisi*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2009.
- [26] Y. K. Ardhana, *PHP Menyelesaikan Website 30 Juta*, Jakarta: Jasakom, 2012.
- [27] IDTesis, “Pengertian dan Jenis Metode Deskriptif,” 2014.
- [28] G. J. Kadirvelu, K. Rajagopal dan C. V. Garg, *Removal of Lead (II) By Adsorption Using Treated Granular Activated Carbon: Batch And Column Studies*, J. Hazard: Mater, 2005.