DAFTAR PUSTAKA

[1] Adrian Payne. (2005). *Handbook of CRM : Achieving Exellence in Customer Management*. Burlington: Butterworth-Heinemann.

[2] A. S. Rosa. (2011). Shalahudin, M. Modul Pembelajaran Rekayasa Perangkat Lunak (Terstruktur dan Berorientasi Objek). Bandung: Modula.

[3] Briyant, Derya. (2011). *Data Mining Using RFM Analysis, Knowledge-Oriented Applications in Data Mining*, Prof. Kimito Funatsu (Ed.).

[4] Butle, F. (2004).C*ustomer Relationship Management, Concept and Tools* : Bayumedia Publishing.

[5] Capt R.P Suryono.(2005). *Shipping* :Pengangkutan Intermodal Eskpor dan Impor melalui laut—Ed, 4,Cet 1.Jakarta : PPM.

[6] Gray, Paul. (2001). *Customer Relationship Management Version 3-6*, Irvine : University of California

[7] Gupta, Sunil. (2006).*Modeling Customer Lifetime Value* : Journal of Service Research, volume 9. Sage publication.

[8] Laudon, C. Kenneth, dan Jane P. Laudon.(2004).Sistem Informasi Managemen Mengelola Perusahaan Digital Edisi 8 Diterjemahkan oleh : Erwin Philippus . Yogyakarta : ANDI.

[9] Meylindra Arini P., Rully A. Hendrawan Irmasari Hafidz,Karakteristik Pelanggan Telepon Kabel Dengan Som & K-Means Untuk Klasifikasi Pelanggan PerusahaanTelekomunikasi (Studi Kasus : Pt. Xyz): Jurusan Sistem Informasi, Fakultas Tekhnologi Informasi, Institut Teknologi Sepuluh Nopember

[10] Mulyono, Djoko. (2012).Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam.Yogyakarta : ANDI.

[11] Ms, Amir.(1993). Ekspor Impor Teori & Penerapannya.Jakarta: PR PUSTAKA BINAMAN PRESSINDO.

[12] Marcus, C. (1998). *A practical yet meaningful approach customer segmentation. Journal of Consumer Marketing*, 15(5), 494–504.

[13] Nugroho, Bunafit.(2005). *Database Relasional* Dengan MySQL. Yogyakarta: ANDI.

[14] Park, Chung-Hoon & Kim, Young-Gul. (2003). "*A Framework of Dynamic CRM: Linking Marketing with Information Strategy*".Business Process Management Journal, Vol. 9, No. 5, pp.652-671.

[15] Porter, Michael E. (1985). *COMPETITIVE ADVANTAGE : Creating and Sustaining Superior Performance.* Canada .

[16] S.T Kobi Daud. (2011). Buku pintar transaksi ekspor-impor.Yogyakarta:ANDI.

[17] Susanto Azhar. (2004). Sistem Informasi Manajemen : Konsep Pembangunan. Bandung: Lingga Jaya

[18] Susilo Andi. (2013). Panduan Pintar Ekspor Impor—Cet 1. Jakarta:Transmedia.

[19] Sutanta, Edhy. (2005). Komunikasi Data dan Jaringan Komputer. Yogyakarta: Graha Ilmu

[20] Susanty, Silvi Eka. Hendrawan, Rully A. Anggraeni, Wiwik.(2011). Segmentasi Pelanggan Menggunakan Two Stage Clustering dan LRFM pada Divisi Marketing PT.XYZ untuk Mendukung Strategi Pengelolaan Pelanggan. Fakultas Teknologi Informasi. Institut Surabaya : Teknologi Sepuluh November.

[21] Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kombinasi *(Mixed Methods).*Bandung : Alfabeta.

[22] Sutojo, Siswanto.(2003). Meningkatkan Jumlah Dan Mutu Pelanggan. Jakarta : Damar Mulis Pustaka

[23] Team Development Directorate General for National Export Development Ministry of Trade Republic of Indonesia, "*Finding Product & Supplier (Exporter and Importer)*". 6 November 2015. http://djpen.kemendag.go.id/app_frontend/eks_profiles.html

[24] Tim Development Direktorat Jenderal Bea dan Cukai, "Ekspor & Impor",. 6 November 2015. http://www.beacukai.go.id/arsip/pab/ekspor.html.

[25] Tjiptono Fandy. (2015). Diana Anastasia, Pelanggan puas? tak cukup !.Yogyakarta: ANDI.

[26] Widjadja Tunggal,Drs.Amin. (2008). *Customer Relationship Management* (konsep dan kasus) : Harvarindo.

[27] Widjadja Tunggal,Drs.Amin. (2008). Dasar-Dasar *Customer Relationship Management* (CRM) : Harvarindo.

[28] Wulandari, Gita Febrina**,** Segmentasi Pelanggan Menggunakan Algoritma K-Means Untuk *Customer Relationship Management* (CRM) Pada Hijab Miulan: Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Dian Nuswantoro Semarang.

[29] Wyner, Russell S. (2001). A *Framework for Customer Relationship Management* : *California Management Review.*

[30] Yhoga Asmara, Diah Priharsari, S.T., M.T., Aditya Rachmadi, S.ST., M.TI.,Perancangan Dan Implementasi Sistem Informasi Pengelompokan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode LRFM (*Length, Recency, Frequency, Monetary*) Dan CLV (*Customer Lifetime Value*) Pada Katato Home Industry : Program Studi Informatika/Ilmu Komputer, Universitas Brawijaya Malang.