DAFTAR PUSTAKA

[1] J. Dyche, The CRM Handbook: A Business Guide to Customer Relationship Management, Canada: Addison-Wesley, 2002.

[2] Witarto, Memahami Sistem Informasi, Bandung: Informatika Bandung, 2004.

[3] Kusrini, Strategi Perancangan dan Pengolahan Database, Yogyakarta: ANDI, 2007.

[4] A. Kadir, Konsep & Tuntunan Praktis Basis Data, Yogyakarta: ANDI, 2003.

[5] F. Buttle, CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT CONCEPTS AND TOOLS (MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN), Malang: Bayumedia, 2014.

[6] P. C. Hoon dan K. Y. Gul, "A Framework of Dynamic CRM: Linking Marketing with Information Strategy," *Business Process Management Journal*, vol. 9, no. 5, pp. 652-671, 2003.

[7] F. D. Riana dan N. Baladina, "Lecturer BLOG Universitas Brawijaya," 7 Mei 2010. [Online]. Available: dinanovia.lecture.ub.ac.id/files/2010/05/modul-5.doc. [Diakses 6 September 2016].

[8] Malahayati, "Pintar Melihat Pangsa Pasar," dalam *Rahasia Sukses Bisnis Rasulullah,* Yogyakarta, Jogja Great! Publisher, 2010, pp. 111-112.

[9] P. Kotler, MANAJEMEN PEMASARAN Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian, Jakarta : Erlangga, 1998.

[10] J. P. Cannon, J. William D. Perreault dan E. J. McCarthy, "Proses Pengembangan Produk Baru Merupakan Hal yang Penting," dalam *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global*, 16th penyunt., Jakarta, Salemba Empat, 2008, p. 333.

[11] R. A. Sukamto dan M. Shalahuddin, Modul Pembelajaran Rekayasa Perangkat Lunak (Terstruktur dan, Bandung: Modula, 2011.

[12] A.-B. B. Ladjamudin, REKAYASA PERANGKAT LUNAK, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.