

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Mona, J. Kekenusa, and J. Prang, "Penggunaan Regresi Linear Berganda untuk Menganalisis Pendapatan Petani Kelapa. Studi Kasus: Petani Kelapa Di Desa Beo, Kecamatan Beo Kabupaten Talaud," *d'CARTESIAN*, vol. 4, no. 2, p. 196, 2015.
- [2] M. N. Lontoh, "Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada Pt. Hasjrat Abadi Manado Cabang Tendeand," *J. Berk. Ilm. Efisiensi*, vol. 16, no. 01, pp. 515–525, 2016.
- [3] N. Wistiyasari and I. Sri Ardani, "Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Oles Bokashi," *E-Jurnal Manaj. Univ. Udayana*, vol. 4, no. 5, p. 253285, 2015.
- [4] J. A. Kesuma, K. Budiono, and B. Q. R. Edi, "Pengaruh Bauran Promotion Terhadap Volume Penjualan Holcim Solusi Rumah Bintang Jaya di Jember," *J. Manaj. dan bisnis Indones.*, vol. 1, no. 2, pp. 162–181, 2015.
- [5] T. Sutabri, "Konsep Sistem Informasi," *J. Adm. Pendidik. UPI*, vol. 3, no. 1, p. 248, 2012.
- [6] Y. E. P. Idrawati, Alfatory Rheza Syahrul, "PENGARUH PERIKLANAN, PEMASARAN LANGSUNG, HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK UMKM KOTA PADANG (Studi Kasus Pada Industri Makanan Ringan Keripik Balado Merek Mahkota Asli)," *Ekon. Pemasar.*, vol. 2, no. 1, p. 14, 2016.
- [7] T. Wijayanti and I. Azhari, "Pengembangan Customer Relationship Management Berbasis Web pada Griya Muslim Flora," *Jusi*, vol. 1, no. 1, pp. 13–20, 2011.
- [8] A. D. Andriana, "Penentuan Jenis Promosi Menggunakan Pendekatan Customer Relationship Management (Crm)," *Maj. Ilm. UNIKOM*, vol. 15, no. 2, pp. 239–246, 2017.
- [9] Alfiyandi and L. O. Syarfan, "Analisis Bauran Promosi (Promotion Mix) Produk Multilinked Syariah Pada Asuransi Panin Dai-Ichi Life Cabang Pekanbaru," *J. Valuta*, vol. 2, no. 1, pp. 54–65, 2016.
- [10] T. N. Padilah and R. I. Adam, "Analisis Regresi Linier Berganda Dalam Estimasi Produktivitas Tanaman Padi Di Kabupaten Karawang," *FIBONACCI J. Pendidik. Mat. dan Mat.*, vol. 5, no. 2, p. 117, 2019.

- [11] J. P. Wildyaksanjani and D. Sugiana, "Strategi Customer Relationship Management (CRM) PT Angkasa Pura II (Persero)," *J. Kaji. Komun.*, vol. 6, no. 1, p. 10, 2018.