# DAFTAR PUSTAKA


[1] T. Sutabri, Sistem Informasi Manajemen, Jakarta, 2005.

[2] F. Buttle, Customer Relationship Management (Management Hubungan Pelanggan) Concept and Tools, 2004.

[3] N. S. B. Suprapati dan S. D. , "The Effect of Market Share, Laverage Ratio and Capita Intensity Ratio on Stock Return," vol. III, pp. 139-146, 2009.

[4] A. Setiyaningrum, J. Udaya dan E. , Prinsip-prinsip Pemasaran, Yogyakarta: ANDI YOGYAKARTA, 2015.

[5] S. Assauri, Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep & Strategi, Depok: Raja Grafindo Persada, 2015.

[6] M. Prof. Dr. Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009.

[7] K. Armstrong, Dasar-Dasar Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kesembilan, Jakarta: PT. Indeks Gramedia, 2003.

[8] Jatmiko, "KOMUNIKASI PEMASARAN SEBAGAI STRATEGI MEMPERLUAS PASAR," pp. 4-5, Tuesday April 2014.

[9] P. Kotler dan K. L. Keller, Marketing Management. 13th Edition, Jakarta: Erlangga, 2009.

[10] F. Tjiptono dan G. Chandra, Pemasaran Strategik Edisi 2, Yogyakartya: ANDI, 2012.

[11] S. Kusumadewi, S. Hartati, A. Harjoko dan R. Wardoyo, Fuzzy Multi-Attribute Decision Making (Fuzzy MADM), Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.

[12] K. A, Dasar Perancangan & Implementasi Database Relasional, Yogyakarta: C.V Andi, 2008.

[13] I. Fatansyah, Basis Data, Bandung: INFORMATIKA, 1999.

[14] Ladjanudin, Analisis Desain Sistem Informasi, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.

[15] Fatta dan A, Analisis dan Peraancangan Sistem Informasi, Yogyakarta: Andi, 2007.

[16] S. R, Membangun WEB dengan My SQL untuk pemula dan programmer, Bandung: Informatika, 2015.

[17] P. A, Buku Pintar Pemrograman Web, Jakarta: Mediakita, 2012.

[18] S. J, Rekayasa Perangkat Lunak, Yogyakarta: Andi.

[19] I. M, IT AUDIT, Bandung: Ikhlas Media, 2015.

[20] M. Irianto, IT AUDIT: Audit Berbasis Ririko, Bandung: Ikhlas Media, 2015.