

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Tohari, Hamim. 2014. ASTAH Analisis serta Perancangan Sistem Informasi melalui pendekatan UML. Yogyakarta. Andi
- [2] A. Aditya, Visi dan Misi Perusahaan, Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama, 2010
- [3] M. Owen and J. Raj, BPMN and Business Process Management - Introduction to the New Business Process Modelling Standard, New Jersey: Popkin Software & System Inc., 2003
- [4] F. Buttle, Customer Relationship Management: Concepts and Tools, Bayumedia Publishing, 2007.
- [5] I. Gautama, T. Thendean, W. Sanjaya and J. Holim, "PEMBANGUNAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) BERBASIS WEB PADA PT. APP TOUR AND TRAVEL - JAKARTA," *KOMMIT2004*, Vols. ISSN:1411-6286, 2004.
- [6] E. K. Budiarjo and W. Perdana, "Front CRM: A Framework based On Theory
- [7] CRM: Penerapannya Pada Toko Buku Berskala UKM," *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2008 (SNATI)*, 2008.
- [8] D. L. Setiawan, "REKAYASA SISTEM INFORMASI KOPERASI BERBASIS CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT," *ICT Learning*, vol. I, no. 1.
- [9] E. K. Budiarjo and A. Prasetyo, "Kesamaan Antara Front-CRM dengan Dynamic-CRM sebagai Customer Relationship Management (CRM) Framework," *Seminar Sistem Informasi Indonesia (SESINDO2008) - ITS*, 2008
- [10] P. Kotler and G. Armstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Bandung: Penerbit Erlangga, 2008.
- [11] P. Kotler and G. Armstrong, Principles of Marketing, Tenth Edition, New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2004

- [12] S. Assauri, Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep & Strategi, Depok: RajaGrafindo Persada, 2015.
- [13] D. Saladin, Unsur-Unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran, Bandung: CV. Mandar Maju, 1996
- [14] Pramudiana, Yudi. Ariyanti, Maya. Rubiyanti, Nurafni. *MARKETING PLAN* Bagaimana Menganalisis dan Menyusunnya. Bandung. Alfabeta. 2015
- [15] F. Tjiptono and G. Chandra, Pemasaran Strategik Edisi 2, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2012
- [16] Armstrong and Kotler, Dasar-Dasar Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kesembila, Jakarta: Penerbit PT. Indeks Gramedia, 2003.
- [17] 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, 16<sup>th</sup>., Jakarta, Salemba Empat, 2008
- [18] Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium*, Jakarta: PT. Prenhallinda
- [19] Churchill, Gilbert A. "Dasar-Dasar Riset Pemasaran" Edisi 4, Jilid 1, Alih Bahasa Oleh Andriani, Dkk. Jakarta. Erlangga. 2005
- [20] S. Kusumadewi, S. Hartati, A. Harjoko and R. Wardoyo, Fuzzy Multi-Attribute Decision Making (Fuzzy MADM), Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- [21] Sudjana, Metoda Statistika, Bandung: Penerbit Tarsito, 1996
- [22] M. S. Weske, BPM Concepts, Languages, Architectures, 2007
- [23] B. Hariyanto, Rekayasa Sistem Berorientasi Objek, Bandung: Informatika, 2004.
- [24] J. Simarmata, Rekayasa Perangkat Lunak, Yogyakarta: ANDI, 2010