

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchori. (2014). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung.
- Barnes, J. G. (2015). *Secret of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Konsumen)*. CV. Andi. Yogyakarta.
- Buttle, F. (2014). *Customer Relationship Management: Concepts and Tools*. Bayumedia. Malang.
- Chaffey D, C. F. (2019). *Internet Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. PrenticeHall. United States.
- Cholifah, W. N., Yulianingsih, & Sagita, S. M. (2018). Pengujian *Black Box Testing* pada Aplikasi *Action & Strategy* berbasis Android dengan Teknologi *Phonogap*. *Jurnal String*, 3(2), 206–210.
- Ed, P. & Beltman, R. (2016). *Customer Relationship Management*. Pearson. UK.
- Fatta, H. A. (2017). *Analisis dan Perancangan Sistem Informasi*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Fidya Arie Pratama, & R, N. (2015). Sistem Pencatatan Piutang Dagang Melalui Gross Methode Pada UD. Duta Air Mancur Cirebon. *Jurnal Komputer Akuntansi*, 11(2), 2–10.
https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=QKajqDgAAAAJ&citation_for_view=QKajqDgAAAAJ:738O_yMBCRsC.

- Hardiana, Y. S. & Pramono, T. D. (2022). Penerapan CRM untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen. *Applied Business and Administration Journal*, 1(2), 1–9. <https://journal.ebizmark.id/index.php/abaj/article/download/21/17/64>.
- Hidayat, A., & Piliang, F. (2019). Rancang Bangun Sistem Informasi Penyewaan Lahan Parkir Berbasis Web Gis. *Jurnal Sistem Informasi Dan Sains Teknologi*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.31326/sistek.v1i1.320>.
- Hidayat, T. & Muttaqin, M. (2018). Pengujian Sistem Informasi Pendaftaran dan Pembayaran Wisuda *Online* menggunakan *Black Box Testing* dengan Metode *Equivalence Partitioning* dan *Boundary Value Analysis*. *Jutis (Jurnal Teknik Informatika)*, 6(1), 25–29. <https://doi.org/10.33592/jutis.Vol6.Iss1.38>.
- Juwandi & Irawan, H. (2014). *Kepuasan Pelayanan Jasa*. Erlangga. Jakarta.
- Kalakota, R. & Robinson, M. (2014). *E – Business 2.0 Roadmap For Success*. Addison – Wesley. USA.
- Kotler, P. (2020). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2014). *Dasar-dasar Pemasaran Edisi 9 Jilid 1 dan 2*. PT Indeks. Jakarta.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2019). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Airlangga. Jakarta.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 16*. Pearson Prentice Hall. New Jersey.
- Nasution. (2014). *Manajemen Jasa Terpadu (Total Service Management)*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Nazir, M. (2015). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta.

- Newell, F. (2014). *Loyalty: Customer Relationship in Internet Marketing*. McGraw-Hill. New York.
- Nguyen, T. U. H., Sherif, J. S. & Newby, M. (2017). Strategies for Successful CRM Implementation. *Information Management & Computer Security*, 15(2), 102–115.
- Nugroho, B. S. dkk. (2023). Business Process Reengineering of CV Dext Jaya Sentosa to Support the Supply Chain Management. *Admisi dan Bisnis*, 24(1), 23–42.
- Sembiring, A. F., Jaya, I. K., Silalahi, A. P., & Rumapea, Y. (2021). Perancangan Sistem Pemesanan Pada Toko Sablon Medan Berbasis Web Dengan Menerapkan CRM (*Customer Relationship Management*). *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi METHOSISFO*, 1(1), 27–33. <https://doi.org/10.46880/methosisfo.v1i1.12>.
- Soeherman, B. & Pinontoan, M. (2018). *Designing Information System*. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Storbacka, 2014. Business Model Design: Conceptualizing Networked Value CoCreation, *International Journal of Quality and Service Sciences*, Vol. 2 No. 1, pp. 43–59.
- Strohl, W. A., Rouse, H., & Fisher B. D. (2014). *Microbiology*. Lippincott Williams & Wilkins. USA.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Jasa*. CV. Andi. Yogyakarta.

Tjiptono, F. & Chandra, G. (2021). *Service, Quality Satisfaction Edisi 3*. CV. Andi.
Yogyakarta.

Tunggal, A. W. (2018). *Dasar-Dasar Customer Relationship Management (CRM)*.
Harvindo. Jakarta.

Turban, E. dkk. (2014). *Electronic Commerce a Managerial Perspective*. Pearson
Education International. New Jersey.