

DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, L. Z. 2021. *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Ahmad, I., dkk. 2022. *Digital Marketing Concept, Strategy and Implemetation*. Batam: Cendikia Mandiri.
- Anshori, M. I., dkk. 2022. *Mewawancarai Kandidat: Strategi untuk Meningkatkan Efisiensi dan Efektivitas*. Masman: Master Manajemen, 2(2).
- Badan Pusat Statistik. *Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor*. (<https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NTcjMg==/perkembangan-jumlah-kendaraan-bermotor-menurut-jenis--unit-.html>), diakses 23 Januari 2026)
- Curatman, A., Suroso, A., & Suliyanto. 2020. *Program Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Effendi, N. I., dkk. 2022. *Strategi Pemasaran*. Sumatera Barat: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Gaikindo. *Jumlah Kendaraan di Indonesia 147 Juta Unit, 60 Persen di Pulau Jawa*. (<https://www.gaikindo.or.id/jumlah-kendaraan-di-indonesia-147-juta-unit-60-persen-di-pulau-jawa/>), diakses 23 Januari 2026)
- Hendrayanti, S., & Terini, U. 2021. *The Impact of Brand Image, Brand Trust and Brand Awareness on Aqua Loyalty Brand*. *Jurnal CAPITAL Kebijakan Ekonomi, Manajemen & Akuntansi*, 3(2), 116–133.
- Hertita, D. 2023. *Setiap Pebisnis Harus Tahu Promo Upselling Cross-Selling Ini!*. Elex Media Komputindo.
- Hidayat, R., & Putri, A. N. 2022. *Integrasi Product Knowledge dalam Strategi Promosi terhadap Efektivitas Komunikasi Pemasaran*. *Jurnal Ilmu Pemasaran*, 10(1), 45–56.
- Ismail, M. A. 2022. *Analisis Strategi Cross-Selling dari Frontliner dalam Meningkatkan Minat Nasabah Menggunakan Jasa Produk Transfer Uang Tunai di PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Jember*. Skripsi. Jember: Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq.
- Kartajaya, H. 2020. *The Real Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2022. *Marketing Management (16th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P. 2022. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

- Mesak, E. 2023. *Pengertian Penjualan, Tujuan dan Bentuknya dalam Perusahaan*. (<https://mekari.com/blog/pengertian-penjualan/>, diakses 22 Februari 2026)
- Moreland, S. 2026. *Cross-Selling Statistics*. (<https://gitnux.org/cross-selling-statistics/>, diakses 22 Februari 2026).
- Mufadollah, M. S. 2023. *Strategi Cross-Selling dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Kencong Jember*. Skripsi. Jember: Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq.
- Mulyani. 2022. *Strategi Cross-Selling dalam Meningkatkan Pengguna Kartu Brizzi pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Bandar Jaya*. Skripsi. Bandar Lampung: Universitas Lampung.
- Oktaviana, U. K., & Virnanda, K. A. 2022. *Profitability as a Moderating Effect of Liquidity, Sales Growth and Leverage on Financial Distress in Islamic Commercial Banks*. Tazkia Islamic Finance and Business Review, 16(2), 80–98.
- PT. Mitracomm Ekasarana. *Value Added Services: Inovasi Penting dalam Pelayanan Modern*. (<https://mitracomm.com/value-added-services/>, diakses 22 Februari 2026)
- Sholichin, M. 2021. *Peran Product Knowledge dalam Meningkatkan Kualitas Komunikasi Penjualan*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 18(3), 201–210.
- Siswati, E., Iradawaty, Sofiah, N., & Imamah, N. 2024. *Customer Relationship Management dan Implementasinya pada Perusahaan Kecil*. CV. Eureka Media Aksara.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiowati, T. 2022. *Dasar-Dasar Manajemen Perkantoran dan Layanan Bisnis*. Buku Sekolah Elektronik (BSE).
- Sumiyati, S. P., & Yatimatun, M. M. N. 2021. *Akuntansi Keuangan SMK/MAK Kelas XI*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Surveyandini, M. 2022. *Strategi Pemasaran Ampuh*. Nas Media Pustaka.
- Susanti, E., & Wijaya, A. 2021. *Strategi Marketing Mix Berbasis Product Knowledge terhadap Minat Beli dan Loyalitas Konsumen*. Jurnal Manajemen Pemasaran, 15(2), 89–101.
- Swasthabasu. 2020. *Manajemen Penjualan Edisi 3 Cetakan 3*. Yogyakarta: BPFE.

Tjiptono, F., & Diana, A. 2020. *Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.

Yasmin, L. 2024. *Service Excellence: Pengertian, Tujuan, Contoh dan Perannya untuk Perusahaan*. (<https://presenta.co.id/artikel/pengertian-service-excellence/>, diakses 22 Februari 2026)