

DAFTAR PUSTAKA

- [1] L. I. Sholihah, “Pengertian dan Konsep Dasar Manajemen Pemasaran,” AyokSinau.com. [Online]. Available: <https://www.ayoksinau.com/manajemen-pemasaran/#ftoc-heading-2>
- [2] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management*. Pearson, 2016.
- [3] S. Assauri, *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: Raja Grafindo Persada, 2018.
- [4] H. Sudarsono, *Manajemen Pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi, 2020.
- [5] R. Panjaitan, *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Sukarno Pressindo, 2018.
- [6] P. Kotler and K. L. Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 J. Jakarta: PT. Indeks, 2017.
- [7] P. Kotler and G. Armstrong, *Prinsip-prinsip Marketing*, Edisi Ke T. Jakarta: Salemba Empat, 2018.
- [8] J. P. Wildyaksanjani and D. Sugiana, “Strategi Customer Relationship Management (CRM) PT Angkasa Pura II PT Angkasa Pura II (Persero),” *10 Jurnal Kajian Komunikasi*, vol. 6, no. 1, pp. 10–23, 2018, doi: 10.24198/jkk.v6i1.8754.
- [9] A. Fatimah, “Pengaruh CRM (Customer Relationship Management) Dan Kualitas Kerja terhadap Omzet Penjualan pada PT Dok Dan Perkapalan Kodja Bahari (Persero) Cabang Banjarmasin,” *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, vol. 1, no. 1, pp. 26–33, 2022.
- [10] R. Nugraha, N. Safriadi, and D. Prawira, “Rancang Bangun Sistem Crm (Customer Relationship Management) Berbasis Web Dengan Pola Mvc,” *JATISI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi)*, vol. 9, no. 1, pp. 70–85, 2022, doi: 10.35957/jatisi.v9i1.1388.
- [11] D. Ngelyaratan and D. Soediantono, “Customer Relationship Management (CRM) and Recommendation for Implementation in the Defense Industry: A Literature Review,” *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, vol. 3, no. 3, pp. 2722–8878, 2022, doi: 10.7777/jiemar.v3i3.279.
- [12] F. A. Permana, “Pengaruh Customer Relationship Management (CRM), Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Permana Sidat Indonesia,” Universitas Muhammadiyah Gresik, 2018.
- [13] Melinda, “Pemanfaatan Artificial Intelligence Chatbot Tarra (Toyota Interactive Virtual Assistant) Dalam Meningkatkan Customer Relationship Management Di Agung Toyota Pangkalan Kerinci,” Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, 2022.

- [14] M. Febrianingtyas, “Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah (Survey Pada Nasabah Bank Jawa Timur Cabang Gedung Inbis Malang),” *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, vol. 9, no. 2, 2014.
- [15] F. Jasfar, *Manajemen jasa: pendekatan terpadu*. Ghalia Indonesia, 2005.
- [16] D. Peppers and M. Rogers, *Managing customer experience and relationships: A strategic framework*. John Wiley & Sons, 2016.
- [17] F. Tjiptono, “Service, quality satisfaction,” 2007.
- [18] P. Kotler, B. Molan, B. Sarwiji, and K. Lane, *Manajemen pemasaran*, vol. 1. Indeks, 2009.
- [19] N. Hill and J. Brierley, *How to measure customer satisfaction*. Routledge, 2017.
- [20] Tjiptono, *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing, 2005.
- [21] H. Irawan, “10, Prinsip Kepuasan Pelanggan, PT,” *Gramedia Pustaka Utama, Jakarta*, 2004.
- [22] J. Griffin, “Customer loyalty: How to earn it, how to keep it,” 2014.
- [23] P. Kotler, K. L. Keller, F. Ancarani, and M. Costabile, *Marketing management 14/e*. Pearson, 2014.
- [24] P. D. Sugiyono, “Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D,” *Penerbit CV. Alfabeta: Bandung*, vol. 225, no. 87, pp. 48–61, 2017.
- [25] I. Machali, *METODE PENELITIAN KUANTITATIF Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*. Jogjakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021.
- [26] I. Ghazali, “Ghozali, Imam (2013),” *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.