

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, s. Y., & wahyuni, d. U. (2020). *Pengaruh pertumbuhan penjualan, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur. Jurnal ilmu dan riset manajemen*, 9(4), 1–15.
- Ahmad Dianto¹, Wisnu Adam², Febriansyah Febriansyah³ (2024) Analisis Pengaruh Brand Equity, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Bana Swalayan Di Kabupaten Pasaman Barat.
- Ali Khan (2023), The Mediating Role of Customer Satisfaction between Antecedent Factors and Brand Loyalty for the Shopee Application
- Anggalia wibasuri, Tantri Tamara , yanu Adi Sukma (2020). Measurement Social Media Marketing dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Makanan Pada Aplikasi Belanja Online .
- Apriadi Tamburaka. (2013). Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa. PT Rajagrafindo.
- Boyd, D., Walker, O., & Larreche, J. (2019). Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global. Erlangga.
- Bony Yosua Setyaleksana, Suharyono Suharyono, Edy Yulianto (2017). Pengaruh Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Grapari Telkomsel Di Kota Malang)
- Fandi Tjiptono, 2008, *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Fandy Tjiptono. (2008). Strategi Pemasaran (Edisi III). CV. Andi Offset
- Fandi Tjiptono (2014) Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan.
- D Arli, LP Tan, F Tjiptono, L Yang (2018) Exploring consumers' purchase intention towards green products in an emerging market: The role of consumers' perceived readiness
- Indra Siam Wahyono (2022). Media Sosial Dan Kualitas Layanan Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Media Sosial Toko Buku Online Redaksi Loveable) <https://doi.org/10.32897/jiim.2022.1.1.1643>

- I Putu Agus Eka.P, (2019) Pengaruh Customer Relationship Management adalah untuk membentuk pelanggan baru sebanyak-banyaknya sekaligus memaksimalkan laba perusahaan.
- Khedkar, E., B. 2015, Effect of Customer Relationship Management on Customer Satisfaction and Loyalty, *International Journal of Management*, Vol. 6, No. 5, pp 1-7.
- Kocoglu, D., 2012, Customer Relationship Management and Customer Loyalty : A Survey in the Sector of Banking, *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 3, No. 3, pp. 282-291.
- Kotler, Philip, dan Amstrong, Gary, 2005, *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta : Prenhallindo.
- Kotler, Philip, dan Keller, K., L, 2016, *Marketing Management*, 15th edition, Pearson Education, Inc.
- Kristian, F., A., B., P, dan Panjaitan, Hotman, 2014, Analysis of Customer Loyalty Through Total Quality Service, Customer Relationship Management and Customer Satisfaction, *International Journal of Evaluation and Research in Education (IJERE)*, Vol. 3, No. 3, pp 142-151.
- Kusnadi, I Putu Agus Eka.P A., M, 2019, Customer Relationship Management and Service Quality Analysis Toward Customer Value Through Customer Satisfaction on Government Bank at Surabaya. Disertasi. Pascasarjana Untag Surabaya.
- Lukas, A.P., 2006, *Customer and Partner Relationship Management*. Jakarta : Telematic Research Group.
- Lovelock, C., & Wright, L. (2002). *Principles of Service Marketing and Management* (2nd ed.). Prentice Hall.
- Mandibergh. (2012). Branding beyond prejudice: Navigating multicultural marketplaces for consumer well-being
- Meike, & Young. (2012). Hubungan Intensitas Mengakses Sosial Media terhadap Perilaku Belajar Mata Pelajaran Produktif pada Siswa Kelas XI Jasa Boga di SMK N 3 Klaten. Dalam Y. A. Vindita Riyanti (2016). Skripsi. Pendidikan Teknik Boga FT Universitas Negeri Yogyakarta.
- Mittal dkk. (2023) Analisis Pengendalian Kualitas Produk Untuk Customer Pt Nandya Karya Perkasa Dengan Menggunakan Metode Six Sigma Pada Pt Bimuda Karya Teknik
- Novita Sari1, Selfi Setiyowati2 (2017) Pengaruh keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di PB Swalayan Metro

- Francis Buttle PhD (2007) Strategic, Operational, and Analytical Customer Relationship Management
- Ramlawati & Sitti Murniati (2023) The Influence of Product Quality and Price on Purchasing Decisions
- Rizal, A. (2020). Buku Ajar Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0. Deepublish Publisher.
- Rolando, B. (2018). Tingkat Kesiapan Implementasi Smart Governance Di Kota Palangka Raya. UAJY.
- Rusman, M. R. (2020). Budaya dan Kontrasepsi. Qiara Media.
- Saleh, Y. M., & Said, M. (2019). Konsep dan Strategi Pemasaran. Sah Media.
- Sari, N. P. (2020). *Pengaruh Kualitas Konten dan Interaksi Pelanggan Terhadap Efektivitas Pemasaran Sosial Media pada UMKM Kuliner di Kota Bandung*. (Skripsi tidak diterbitkan). Universitas [Nama Universitas], Bandung.
- Shirky, C. (2008). Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organization. Penguin Press
- Sheth, Parvatiyar dan Shainesh (2001) Customer relationship management: emerging concepts, tools and applications, 1st edition
- Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Manajemen*, CV Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tanja Stanković*, Tijana Radojević (2022) Employees Motivation And Managerial Coaching During The Pandemic Covid-19 At The Research Institute
- Tugiso. (2020). Pengaruh Relationship Marketing, Keamanan, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop 1. Loyalitas Konsumen Sebagai Variabel Intervening.
- Tunggal, Widjaya Amin (2008) Dasar dasar *Customer relationship management: (CRM)* Haravindo. Jakarta
- Zeithalm, & bitner (2003) Dealing with the important consumer behavior issue in services marketing.