

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S. (2020). *Manajemen Pemasaran. Medan: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.*
- Al-Gasawneh, J. A., Anuar, M. M., Dacko-Pikiewicz, Z., & Saputra, J. (2021). The Impact Of Customer Relationship Management Dimensions On Service Quality. *Polish Journal Of Management Studies*, 23(2), 24–41. <https://doi.org/10.17512/Pjms.2021.23.2.02>
- Andriani, D., & Kamaruddin, S. A. (2024). Pemasaran. *Inovasi Dan Kreativitas Dalam Ekonomi*, 7(1), 140–144. <https://ojs.co.id/1/index.php/Ike/article/view/702/833>
- Ariyanto, A. (2023). Manajemen Pemasaran. In *Widina Bhakti Persada Bandung.*
- Demangeot, C., & Broderick, A. J. (2010). Consumer Pe. In *Psychology & Marketing* (Vol. 30, Issue 6, Pp. 461–469). <http://eprints.lancs.ac.uk/23431/>
- Dewayani, A., Widayanti, S., & Fitriana, N. H. I. (2023). Customer Relationship Management (CRM) PT Bhineka Rahsa Nusantara Dalam Perspektif Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(1), 266. <https://doi.org/10.33087/Jiubj.V23i1.3286>
- Fadly, M., & Wantoro, A. (2020). Manajemen Hubungan Pelanggan (CRM) Dengan Kombinasi Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan. *Ekonomi Bisnis*, 25(2), 149–158. <https://doi.org/10.33592/Jeb.V25i2.434>
- Fajri M, P., M Khoiril M, K., Priscilla P P, A., Risa, S., & Raditya J T, M. (2023). Pengaruh Program Customer Relationship Management (Crm) Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Indonesia. *Jurnal Rekayasa Sistem Informasi Dan Teknologi*, 1(1), 17–25. <https://doi.org/10.59407/Jrsit.V1i1.74>
- Fatma, N. (2023). *Manajemen Pemasaran Era Industri 4.0.*
- Gita, A. (2019). *Customer Relationship Management (Crm) Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. X(X)*, 1–11.
- Gusrizaldi, R., & Komalasari, E. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Di Indrako Swalayan Teluk Kuantan. *Valuta*, 2(2), 286–303.
- Hair, J. F. (2021). Review Of Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook. In *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal* (Vol. 30, Issue 1). <https://doi.org/10.1080/10705511.2022.2108813>
- Hair, J. F., Hult M., G. T., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). *Sage*, 390.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When To Use And How To Report The Results Of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Handayanti, A., & Darmawan, F. (2024). *Digital Communication In Customer*

*Satisfaction : A Case.* 2, 199–210.

- Handijono, A., Gunarto, R. I., & Marpitasa, S. (2021). Menjaga Loyalitas Pelanggan Dengan Strategi Crm Pada Pt. Desalite, Pamulang. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 64–71. <https://doi.org/10.46576/Rjpkm.V2i1.912>
- Hasniati, H., Indriasari, D. P., & Sirajuddin, A. (2022). Marketing Mix Analysis On Increasing Sales Volume At Perumnas Branch I Tamalanrea In Makassar. *International Journal Of Social Science Research And Review*, 5(7), 10–21. <https://doi.org/10.47814/Ijssrr.V5i7.357>
- Hatta, H., & Adrenanus, R. (2019). Pengaruh Influencer, Membership Program, Dan Instagram Adsterhadap Minat Pembelian Ulang Customer Brand Coach. *Management, And Industry (JEMI)*, 2(2), 79–89.
- Hildawati, Nurmala Sari, M. A. (2022). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Sepeda Motor Merek Yamaha CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4, 6444–6456. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/view/6501>
- Hindarwati, E. N., Nadjhary, A. S., Ranteg, C. W., & Panjaitan, S. M. (2023). Program Membership Dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Fitness Center. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 28(2), 242–256. <https://doi.org/10.35760/Eb.2023.V28i2.7482>
- Indrajaya, D. H. S. (2024). *Manajemen Pemasaran*.
- Lubis, L. A., & Nasution, A. I. L. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Produk. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(1), 72–76. <https://doi.org/10.32639/Jimmba.V4i1.66>
- Manggarani, Badrudin, R., & Patirol, S. P. S. (2021). *Manajemen Pemasaran*.
- Mayasari, H., & Kadafi, M. (2018). Pengaruh Event Sponsorship Dan Membership Terhadap Brand Image Family Futsal. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(2), 36. <https://doi.org/10.31317/Jmk.9.2.36-53.2018>
- Maylina, D., & Mulazid, A. S. (2018). Analisis Pengaruh Service Quality , Customer Relationship Management Dan Keunggulan Produk Abstract Analysis Of Effect Of Service Quality , Customer Relationship Managemnet And Advantages Of Saving. *Islamadian, Jurnal Pemikiran Islam*, 19(1), 89–106.
- Muhtarom, A., Syairozi, I., & Wardani, N. D. (2022). Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Customer Relationship Marketing, Dan Kepercayaan Terhadap Peningkatan Penjualan Dimediasi Loyalitas Pelanggan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 743–755. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V5i1.628>
- Ngangi, S. C. W., Eric Alfonsius, & Eliasta Ketaren. (2024). Analisis Penerapan Technology Acceptance Model Pada Customer Relationship Management Di Pt. Hasjrat Abadi Cabang Tendeand Manado. *Jurnal TIMES*, 13(1), 89–92. <https://doi.org/10.51351/Jtm.13.1.2024749>

- Nguyen, B., & Simkin, L. (2013). The Dark Side Of CRM: Advantaged And Disadvantaged Customers. *Journal Of Consumer Marketing*, 30(1), 17–30. <https://doi.org/10.1108/07363761311290812>
- Nugroho, T. F., Andah, B. D., Yuliazmi, Y., & Juanita, S. (2023). Analisis Dan Perancangan E-Crm Berbasis Web Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Cv. Anugerah Jaya. *Seminar Nasional Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi (SENAFTI)*, 2(April), 980–989.
- Nurohim, G., & Satrya Perbawa, D. (2021). Analisa Dan Perancangan Aplikasi Customer Relationship Management (Crm) Untuk Mendukung Manajemen Hubungan Pelanggan. *Journal Speed-Sentra Penelitian Engineering Dan Edukasi*, 13(2), 34–39.
- Oktarina, R. (2022). Implementasi Teknologi Sistem Customer Relationship Management (CRM) Guna Meningkatkan Pelayanan Penjualan. *Jurnal Teknologi Terkini*, 2(5), 1–13.
- Panjaitan, R. (2018). Manajemen Pemasaran. *Management Pemasaran*, 180.
- Populix. (2024). *Survei Beyond Borders: A Study Of Indonesian Concert-Goers 'Behaviour.'*
- Rahadi, D. R. (2023). Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model (PLS-SEM) 2023. *CV. Lentera Ilmu Madani*, Juli, 146.
- Rahman, F. (2024). Pengaruh Inovasi Layanan, Manajemen Hubungan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Pemasaran Berdasarkan Pengalaman. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Resmadi, I., & Penel, R. P. B. (2020). Pemetaan Ekologi Sektor Musik Indonesia. *British Council*, 27.
- Rufman, A. I. (2021). Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan Pelanggan). In *Customer Relationship Management: Second Edition* (Issue October).
- Saputra, Ashari Andi Imamuddin, & Pria Sukamto. (2020). Rancang Bangun Aplikasi Sistem Penjualan Case Study: Pt. X. *Infotech : Jurnal Informatika & Teknologi*, 1(2), 78–86. <https://doi.org/10.37373/Infotech.V1i2.67>
- Sari, S. P. (2020). Strategi Meningkatkan Penjualan Di Era Digital. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management And Business*, 3(3), 291–300. <https://doi.org/10.5281/Zenodo.3930698>
- Satriadi. (2021). *Manajemen Pemasaran*.
- Segati, A. (2018). *Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan*.
- Selay, A. (2024). Sistem Informasi Penjualan. *Zona Komputer: Program Studi Sistem Informasi Universitas Batam*, 13(3), 232–237. <https://doi.org/10.37776/Zkomp.V13i3.1461>

- Setyarko, Y. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. *Ekonomika Dan Manajemen*, ISSN: 2252-6226, 5(2), 128–147.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*.
- Sugiyono. (2021a). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. In *Alfabeta CV*.  
[https://www.academia.edu/118903676/Metode\\_Penelitian\\_Kuantitatif\\_Kualitatif\\_Dan\\_R\\_And\\_D\\_Prof\\_Sugiono](https://www.academia.edu/118903676/Metode_Penelitian_Kuantitatif_Kualitatif_Dan_R_And_D_Prof_Sugiono)
- Sugiyono. (2021b). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (3rd Ed.). Alfabeta.
- Suprpto, Zakky Wahyuddin. (2020). *Manajemen Pemasaran*.
- Wijaya, D., & Roy Irawan. (2018). Prosedur Administrasi Penjualan Bearing Pada Usaha Jaya Teknik Jakarta Barat. *Skripsi Pengertian Penjualan*, XVI(1), 40.  
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/perspektif/article/viewfile/2495/2057>
- Zaen, S. (2016). Pengaruh Customer Relationship Management Dan Experiential Marketing Terhadap Customer Satisfaction Serta Dampaknya Pada Customer Loyalty (Suatu Studi Pada PT Maddunia Wisata Di Jakarta Selatan). *Ekobisman-Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 1(1), 14–38.
- Zahra, F., Sukoco, I., Auliana, L., & Barkah, C. (2022). Komunikasi Efektif Dalam Membangun Strategi Customer Relationship Management. *Gandiwa Jurnal Komunikasi*, 2(1), 41–49. <https://doi.org/10.30998/G.V2i1.1074>