



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

Alexander H. Kracklauer, D. Quinn Mills, Dirk Seifert. 2004. Collaborative Customer Relationship Management: Taking CRM to The Next Level, New York: Springer-Verlag Berlin Heidelberg.

Asri, Marwan. 1991. Marketing. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.

Atmoko, Tjipto. 2011. Standar Operasional Prosedur (SOP) dan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah. Unpad, Bandung.

Basu Swastha, 2001. Manajemen Pemasaran Modern; Yogyakarta: BPFE.

Cutlip, Scott M. Allen H, Center. Broom, Glen M. 2005. Effective Public Relations. Edisi 8. Jakarta. PT Indeks Kelompok Gramedia.

Djaslim, Saladin. 2006. Manajemen Pemasaran, Edisi IV. Bandung: Linda Karya.

Duncan, Tom. 2002. Principles of Advertising & IMC, 2nd ed-International Edition (Series in Marketing). New York: McGraw-Hill Companies Inc.

Hartatik, Indah Puji. 2014. Buku Pintar Membuat SOP (Standar Operasional Prosedur). Yogyakarta: Flashbooks.

Heru, D.A. 2003, Pengenalan Customer Relationship Management. Ilmukomputer.com

Insani, Istyadi. 2010. Standar Operasional Prosedur (SOP) sebagai Pedoman Pelaksanaan Administrasi Perkantoran dalam Rangka Peningkatan Pelayanan dan Kinerja Organisasi Pemerintah. Penyempurnaan Makalah pada Workshop Manajemen Perkantoran di lingkungan Kementerian Komunikasi dan Informatika Bandung.

Jefkins, Frank. 2003. Public Relations Edisi kelima, Jakarta: PT Gelora Aksara.

Kotler, Philip, dan Amstrong, Gary. 1996. Principles of Marketing, 8th edition. New Jersey: Prentice hall, inc.

- Kotler, Philip. 2000. Marketing management, the millennium edition 10th, Prentice hall international edition.
- Kotler, Amstrong. 2001. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi ke 12, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2002. Marketing Professional Services 2nd Edition.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. and K. Keller. 2006. Marketing Management, 12th Edition. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip. 2008. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip & Keller. 2008. Manajemen Pemasaran. Edisi Ke 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, C, dan John Wirtz, 2011. Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7. Jakarta: Erlangga.
- Lubis, Arlina Nurbaity. (2004). Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis. Universitas Sumatera Utara.
- Sastradipoetra, Komaruddin. (2006). Pengantar Manajemen Perusahaan. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Sheth, Jagdish N; Parvatiyar, Atul dan G Shainesh. 2001. Customer Relationship Management: Emerging Concepts, Tools and Application. New Delhi: Tata-McGrawHill.
- Shimp, Terence. 2000. Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi. Pemasaran Terpadu, edisi ke-5. Jakarta: Erlangga.
- Sukarna. 2011. Dasar-Dasar Manajemen. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Swift, R. S. 2001. Accelerating Customer Relationships: Using CRM and Relationships Technologies. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall PTR.

Torang, Syamsir. 2013. Organisasi dan Manajemen (Perilaku, Struktur, Budaya & Perubahan Organisasi. Alfabeta. Bandung.

Tjiptono, Fandy. 2000. Manajemen Jasa. Yogyakarta: CV. Andy Offset.

Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran, Edisi III, Yogyakarta: CV. Andy Offset.

Wells, Burnett; Moriarty. 2003. Advertising Principles and Practice. Cet VI, Prentice Hall

Winardi, J. (2), 2005, Manajemen Perubahan (The Management of Change), Cetakan Ke-1, Jakarta, Prenada Media.

Internet:

<https://www.pelajaran.co.id>

<https://pelajarindo.com>

<https://thegorbalsla.com>

<https://tumpi.id>

<https://databoks.katadata.co.id>