



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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

### Buku

Alwasilah, Chaedar. (2015). *Pokoknya Studi Kasus Pendekatan Kualitatif*. Bandung: PT Kiblat Buku Utama.

Bungin, Burhan. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Prenada Media.

Buttle, Francis & Maklan, Stan. (2015). *Customer Relationship Management: Concepts and Technologies (Third Edition)*. New York: Routledge.

Chaffey, Dave. (2015). *Digital Business and E-Commerce Management (Sixth Edition)*. England: Pearson.

Dantes, Nyoman. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.

Effendy, Onong Unchjana. (2009). *Human Relations & Public Relations*. Bandung: Mandar Maju.

Greenberg, Paul. (2019). *Customer Relationship Management at The Speed of Light (Fourth Edition)*. New York: McGraw-Hill.

Gunawan, Iman. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori & Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.

Hermawan, Asep. (2013). *Penelitian Bisnis: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Metode Campuran*. Jakarta: Universitas Trisakti.

Kriyanto, Rachmat. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Pranada Media Group.

Metz, Adam. (2012). *The Social Customer: How Brands Can Use Social CRM to Acquire, Monetize, and Retain Fans, Friends, and Followers*. New York: Tata McGraw-Hill.

Moleong, Lexy J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.

Mulyana, Deddy. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Prastowo, Andi. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media.

Raco, J. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo.

Soemanagara, Rd. (2012). *Strategic Marketing Communication: Konsep Strategis dan Terapan*. Bandung: Alfabeta.

Suyanto, Bagong & Sutinah. (2011). *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan (Edisi Revisi)*. Jakarta: Prenada Media.

Theaker, Alison. (2011). *The Public Relations Handbook (Fourth Edition)*. New York: Routledge.

Yin, Robert K. (2015). *Studi Kasus Desain & Metode*. Jakarta: Rajawali Pers.

### **Jurnal**

Adisaputra, I Wayan & Tanuwijaya, Haryanto. (2009). *Implementasi Customer Relationship Management pada Biro Perjalanan Wisata (Studi Kasus pada Bali Star Island)*. Diakses dari <http://sir.stikom.edu/id/eprint/438/1/2009-III-260.pdf>

Buttle, Francis. (2009). *Customer Relationship Management Concepts and Technologies (Second Edition)*. Diakses dari [https://www.academia.edu/24288544/Buttle\\_Francis\\_2009\\_Customer\\_Relationship\\_Management\\_2nd\\_Edition\\_.Elsevier\\_Publishing](https://www.academia.edu/24288544/Buttle_Francis_2009_Customer_Relationship_Management_2nd_Edition_.Elsevier_Publishing)

Wildyaksanjani, Janiar Puspa & Sugiana, Dadang. (2018). *Strategi Customer Relationship Management (CRM) PT Angkasa Pura II (Persero)*. Diakses dari <http://jurnal.unpad.ac.id/jkk/article/view/8754/8303>

Miftah, Shabur. (2015). *Implementasi E-Commerce sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus pada Toko Pastbrik Kota Malang)*. Diakses dari [https://www.academia.edu/33738485/IMPLEMENTASI E-](https://www.academia.edu/33738485/IMPLEMENTASI_E-)

COMMERCE SEBAGAI MEDIA PENJUALAN ONLINE STUDI K  
ASUS PADA TOKO PASTBRIK KOTA MALANG

Yasfi, Zaqiah. (2018). *Strategi Customer Relationship Management PT Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP 6 Yogyakarta terhadap Loyalitas Pelanggan Kereta Api*. Diakses dari <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/10851/zaqiah%20yasfi%2014321152%20naskah%20publikasi%20pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

**Website**

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2019). Diakses dari <https://apjii.or.id/content/read/39/342/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2017>

Hootsuite (We are Social). (2019). Diakses dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019/>

Datareportal. (2019). Diakses dari <https://datareportal.com/reports/digital-2019-indonesia>

Nielsen. (2014). Diakses dari <https://www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/konsumen-indonesia-mulai-menyukai-belanja-online.html>

DailySocial. (2018). Diakses dari <https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-survey-online-travel-agencies-ota-2018>

Google

Trends.

Diakses

dari

<https://trends.google.co.id/trends/explore?geo=ID&q=traveloka,tiket.com,>

[pegipegi](#)

Traveloka. (2019). <https://www.traveloka.com/>



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA