

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, M. H. (2014). Penerapan strategi Customer Relationship Management (CRM) dalam meningkatkan loyalitas pelanggan: Studi kasus pada Grand Kalpataru Syariah Hotel Malang. *Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*.
- Ali, S. S. (2013). Hubungan antara Customer Relation Management (CRM) dan Brand Image PT Excelcomindo Pratama. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 37-38.
- Amatullah, S., Delima, R., Syafitri, H., & Ibrahim, A. (2018). Penerapan Strategi Customer Relationship Management (CRM) Pada Sistem Informasi Pelayanan Pelanggan Studi Kasus : Rumah Kreatif Ogan Ilir Indralaya. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIIK)*.
- Angela, T., & Effendi, N. (2015). Faktor-Faktor Brand Loyalty Smartphone Pada Generasi Y. *Jurnal Psikologi Indonesia*, 3(1), 79-91.
- Anthony, W. P., Perrewe, P. L., & Kacmar, K. M. (2013). *Strategic Human Resource Management*. Orlando: Harcourt Brace and Company .
- Ardianto, E. (2016). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif Edisi IV*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bisel, R. S., & Adame, E. A. (2017). Post-Positivist/Functionalist Approaches. *The International Encyclopedia of Organizational Communication*.
- Bok, O. d. (2021, September 14). *DHL Supply Chain Raup Pendapatan Rp55,81 T di Tengah Covid-19*. Diambil kembali dari [cnnindonesia.com: https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210914143109-92-694097/dhl-supply-chain-raup-pendapatan-rp5581-t-di-tengah-covid-19#:~:text=DHL%20Supply%20Chain%20meraup%20pendapatan,atau%20sekitar%20Rp46%20triliun](https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210914143109-92-694097/dhl-supply-chain-raup-pendapatan-rp5581-t-di-tengah-covid-19#:~:text=DHL%20Supply%20Chain%20meraup%20pendapatan,atau%20sekitar%20Rp46%20triliun).

- Borong. (2022, January 26). *CRM Untuk Perusahaan B2B? Ini 5 Manfaatnya!*
Diambil kembali dari pages.borong.co.id: <https://pages.borong.co.id/crm-untuk-perusahaan-b2b-ini-5-manfaatnya>
- Budyatna, M., & Ganiem, L. (2014). *Teori Komunikasi Antarpribadi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Butterick, K. (2013). *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik*. Bandung: PT. Rajagrafindo Persada.
- Buttle, F., & Maklan, S. (2019). *Customer Relationship Management Concepts and Technologies Fourth Edition*. New York: Routledge.
- Chaffey, D. (2015). *Digital Business and E-Commerce Management (Vol. 6th Edition)*. Harlow: Pearson Education.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing*. Pearson Education Limited.
- Chandra, O. M. (2021). Pengaruh Service Support dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan B2B Panen Raya Farm yang Dimediasi Oleh Komitmen Pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*.
- Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. London : SAGE.
- CRM Plus. (2023, Maret 24). *Apa itu Customer Experience Management (CXM)?*
Diambil kembali dari [zoho.com](https://www.zoho.com): <https://www.zoho.com/id/crm/crmplus/customer-experience-management.html>
- Devito, J. A. (2016). *The Interpersonal Communication Book*. United States of America: Pearson Education Limited.
- DHL. (2018, December 20). *DHL Honored with 2018 CRM Best Practice Award and Leader of the Year Award 2018*. Diambil kembali dari [dhl.com](https://www.dhl.com): <https://www.dhl.com/jp-en/home/press/press-archive/2018/dhl-honored->

with-2018-crm-best-practice-award-and-leader-of-the-year-award-2018.html

DHL Global. (2022, June 1). *DHL SUPPLY CHAIN GLOBAL IS A LEADER IN 2022 GARTNER® MAGIC QUADRANT™ FOR THIRD-PARTY LOGISTICS, WORLDWIDE FOR THE 7TH TIME*. Diambil kembali dari dhl.com: <https://www.dhl.com/global-en/home/press/press-archive/2022/dhl-supply-chain-global-is-a-leader-in-2022-gartner-magic-quadrant.html>

DHL Supply Chain. (2023, March 23). *Fully Charged EV Logistics*. Diambil kembali dari [dhlsupplychain.dhl.com](https://dhlsupplychain.dhl.com/Indonesia-EV-event): <https://dhlsupplychain.dhl.com/Indonesia-EV-event>

DHL Supply Chain. (2023, March 16). *It's D-1 to the Asia EV Tech & Summit, happening tomorrow!* Diambil kembali dari [linkedin.com](https://www.linkedin.com/posts/dhl-supply-chain_its-d-1-to-the-asia-ev-tech-summit-happening-activity-7042041847757606912-tUqb/?utm_source=share&utm_medium=member_ios): 2023

DHL Supply Chain. (2023, March 16). *It's D-1 to the Asia EV Tech & Summit, happening tomorrow!* Diambil kembali dari [linkedin.com](https://www.linkedin.com/posts/dhl-supply-chain_its-d-1-to-the-asia-ev-tech-summit-happening-activity-7042041847757606912-tUqb/?utm_source=share&utm_medium=member_ios): https://www.linkedin.com/posts/dhl-supply-chain_its-d-1-to-the-asia-ev-tech-summit-happening-activity-7042041847757606912-tUqb/?utm_source=share&utm_medium=member_ios

DPDHL. (2023, 05 25). *Logo and Claim*. Diambil kembali dari [dpdhl-brands.com](https://www.dpdhl-brands.com/en/dhl/logo-and-claim): <https://www.dpdhl-brands.com/en/dhl/logo-and-claim>

Fazar, A. (2023, 23 March). Marketing Supervisor. (B. Ajriyani, Pewawancara)

FedEx. (2017, April 12). *Kebijakan Privasi untuk Platform Digital FedEx*. Diambil kembali dari [fedex.com](https://www.fedex.com/id-id/privacy-policy.html): <https://www.fedex.com/id-id/privacy-policy.html>

Fernandez, M. N. (2023, Februari 3). *ALI: Sektor Logistik Bisa Tumbuh 8 Persen pada 2023*. Diambil kembali dari [ekonomi.bisnis.com](https://ekonomi.bisnis.com/read/20230203/98/1624128/ali-sektor-logistik-bisa-tumbuh-8-persen-pada-2023): <https://ekonomi.bisnis.com/read/20230203/98/1624128/ali-sektor-logistik-bisa-tumbuh-8-persen-pada-2023>

- Gartner Peer Insights. (2022). *Top DHL Supply Chain Competitors & Alternatives 2022*. Diambil kembali dari gartner.com: <https://www.gartner.com/reviews/market/third-party-logistics-worldwide/vendor/dhl-supply-chain/alternatives>
- Gunawan. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Gunawan, H. (2014). *Pengantar Transportasi dan Logistik*. Jakarta: Sekolah Tinggi Manajemen Transportasi (STMT) Trisakti.
- Harnoto, F. (2014). Strategi Kepuasan Pelanggan dalam Mempertahankan dan Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 9-11.
- Hasri, N., Muhtadi, A. S., & Darsono, D. (2018). Strategi Indosat Mempertahankan Pelanggan Melalui Program Customer Relationship Management. *Tagbligh: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Ilmu Penyiaran (Humas)*.
- Helmi, S. (2016). Pengukuran Brand Loyalty dengan Net Promoter Score pada Youth dan Netizen di Medan. *Proceeding National Conference of Applied Sciences, Enggining, Business and Information Technology* .
- Jannah, A. R. (2020). Pengukuran Loyalitas Pelanggan dengan Net Promoter Score untuk Meningkatkan Layanan Website Sumeks (Studi Kasus: PT Citra Bumi Sumatera). *Program Studi Sistem Informasi Universitas Sriwijaya*.
- Jaya, I. K., Simanullang, H. G., & Gea, A. (2020). Aplikasi E-Ulos dengan Konsep Customer Relationship Management untuk Membangun Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Informatika Kaputama (JIK)*, Vol.4 No.1.
- Keller, & Kotler. (2016). *A framework for marketing management (6th ed)*. Pearson Education.
- Kenton, W. (2021, August 29). *Supply Chain*. Diambil kembali dari investopedia.com: <https://www.investopedia.com/terms/s/supplychain.asp>

- Knowledges. (2022, September 13). *Mengenal Customer Relationship Management dan Manfaatnya*. Diambil kembali dari redcomm.co.id: <https://redcomm.co.id/knowledges/mengenal-customer-relationship-management-dan-manfaatnya>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles Of Marketing*. New Jersey: Upper Saddle River.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0 Technology for Humanity*. Wiley.
- Kundre, A. J., I. W., & Suselo, T. (2013). Penerapan Customer Relationship Management dengan Dukungan Teknologi Informasi pada PO. Chelsy. *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia*.
- Kurniasih, D. D. (2022, September 19). *Ternyata Ini Makna Pembeli Adalah Raja dalam Suatu Bisnis*. Diambil kembali dari finance.detik.com: <https://finance.detik.com/solusiukm/d-6299551/ternyata-ini-makna-pembeli-adalah-raja-dalam-suatu-bisnis#:~:text=Mengutip%20Essy%20Syam%20dalam%20Jurnal,melarik%20dagangan%20dan%20mensukseskan%20bisnis>.
- Lysons, K., & Farrington, B. (2016). *Procurement and Supply Chain Management*. Pearson.
- Malewicz, M., & Malewicz, D. (2020). *Designing User Interfaces Designingui*.
- Mamik. (2015). *Metodologi kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- Manzilati, A. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif Paradigma, Metode, dan Aplikasi*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Marjan, Y. (2015). Pengembangan Customer Relationship Management Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Business To Business: Pada Dhl

- Express Cabang Surabaya. *Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga (JPUA)*, 21.
- Marjani, L., & Sutisna, M. (2019). Loyalitas Pelanggan Pada Business-To-Business: Pengaruh Kualitas Pelayanan. *Jurnal Bisnis dan Investasi*, 10-11.
- Mashingaidze, S. (2014). Customer experience management: New game strategy for competitiveness. *Journal of Governance and Regulation*.
- Masindo, A. A. (2018). Strategi Public Relations Detikcom dalam Meningkatkan Brand Loyalty. *Universitas Islan Negeri Syarif Hidayatullah*.
- Matthews, C. (2023, March 23). Marketing Sr. Manager & Sales Process Champion. (B. Ajriyani, Pewawancara)
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelangga di PT. TOI. *Jurnal Ekonomi Volume 7 Nomor 2*,.
- Nababan, P. N. (2022). Menganalisa Pasar Bisnis. *Pusdansi*.
- Nabila, V. S. (2022). Analisis Perencanaan Supply Chain Management pada Seneca Coffe Studio Kota Medan. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, 1737.
- Nabilla, N. A. (2020). Strategi Kampanye "We Love Customer" pada Karyawan Sebagai Fungsi Public Relations (Studi Kasus Customer Centric DHL Supply Chain Indonesia). *Universitas Bakrie*.
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches Seventh Edition*. Essex: Pearson Education Limited.
- Nico. (2016, April 28). *Pendekatan Kuantitatif Umum dan Pendekatan Kualitatif Umum*. Diambil kembali dari fia.ub.ac.id: <https://fia.ub.ac.id/rsc/info-kegiatan/pendekatan-kuantitatif-umum-dan-pendekatan-kualitatif-umum.html#:~:text=Post%20positivisme%20adalah%20aliran%20yang,nyata%2C%20ada%20sesuai%20hukum%20alam>.
- Nurdiansyah, F., & Rugoyah, H. S. (2021). Strategi Branding Bandung Giri Gahana Golf Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Purnama Berazam*, 161.

- Oon, A. (2018). Operation Management in J&T Express. *Universiti Teknikal Malaysia Melaka*.
- Peelen, E., & Beltman, R. (2013). *Customer Relations Management*. United Kingdom: Pearson Education.
- Peppers, D., & Rogers, M. (2017). *Managing Customer Experience and Relationships*. New Jersey : John Wiley & Sons Inc.
- Prameireza, H. D., Y. T., & Pramono, D. (2018). Pengembangan Sistem Informasi Sales Force Automation dan Service Automation Pemesanan dan Penjualan Menggunakan Metode Rational Unified Process (Studi Pada Kantin FILKOM Universitas Brawijaya). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer, Vol.2, No.12*.
- Pranoto, R. G., & Subagio, H. (2017). Analisa Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Pada Konsumen di Rosetta's Café & Resto Surabaya. *Program Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra*.
- Pratisti, C., & Paramitasari, N. (2023). The Effect of Brand Trust and Brand Loyalty on Adidas Purchase Decision in Bandar Lampung. *Program Studi Manajemen*.
- Purbaningsih, L. (2023, April 3). Head of Key Account Manager. (B. Ajriyani, Pewawancara)
- Purwanti, E., & Zaman, B. (2016). Identifikasi Kebutuhan Operasional CRM untuk Monitoring Tugas Akhir. *Sistem Informasi, Fakultas Vokasi, Universitas Airlangga (Jurnal PNJ)*.
- Putri, V. K. (2022, Januari 26). *Brand Loyalty: Pengertian dan Indikator Loyalitas Konsumen pada Merek*. Diambil kembali dari Kompas.com: 2022
- Raco, J. (2018, July). *Metode penelitian kualitatif: jenis, karakteristik dan keunggulannya*. Diambil kembali dari ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/326483963_Metode_penelitian_kualitatif_jenis_karakteristik_dan_keunggulannya

- Rahmadewi, T., & Farida, N. (2015). Pengaruh CRM dan Customer Experience terhadap Keputusan Pembelian Ulang melalui Brand Trust pada PT. Nasmoco Pemuda. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10.
- Rahmadi, N. H. (2023, April 1). Business Development. (B. Ajriyani, Pewawancara)
- Rangkuti, F. (2013). *Manajemen Strategi: Formulasi, Implementasi dan pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT, Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rizaty, M. A. (2021, Agustus 27). *10 Perusahaan Logistik dengan Nilai Merek Terbesar di Dunia*. Diambil kembali dari [databoks.katadata.co.id: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/27/10-perusahaan-logistik-dengan-nilai-merek-terbesar-di-dunia](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/27/10-perusahaan-logistik-dengan-nilai-merek-terbesar-di-dunia)
- Rosmayani. (2016). Customer Relationship Management. *Jurnal Valuta*, 85.
- Rusyan, S. A., & Sulistyaningtyas, I. D. (2013). Strategi Komunikasi dalam Penanganan Keluhan Pelanggan di PT Nasmoco Bahtera Motor. *Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.
- Safitri, D., & Hayati, A. F. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Jasa Online Maxim. *Jurnal Ecogen*.
- Sahir, S. H., Mardia, Mistriani, N., Sari, O. H., & dkk. (2021). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Saleh, A. M. (2014, Mei 26). *Customer Relationship Management (CRM)*. Diambil kembali dari muwafikcenter.lecture.ub.ac.id: 2015
- Samsu. (2021). *Metode Penelitian: (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development)*. Jambi: Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA).

- Sanjaya, C. P. (2016). Analisis CRM Perusahaan Forward Event Creator. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*.
- Sasmito, H. B. (2019). Analisis Pengaruh Dimensi Experiential Marketing (Sense, Feel, Think, Act, Relate) Terhadap Loyalitas Konsumen (Study Kasus pada Warung Makan Obat Lapar Mbak Warni). *Universitas Muhammadiyah Magelang*.
- Septian, B. P., & Handaruwati, I. (2021). Pengaruh Customer Experience terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kuliner Lokal Soto Mbok Geger Pedan Klaten. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis dan Manajemen*, 20.
- Setiawan, Z. A., & Mahfudz. (2019). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM), Inovasi dan Penggunaan Teknologi Sebagai Strategi Keunggulan Bersaing untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis (Studi pada Toko Grosir Makanan dan Minuman di Provinsi Jawa Tengah dan DI Yogyakarta). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*.
- Sharpen Consulting. (2020, Juni 25). *CRM & CXM (Customer Relationship Management and Customer Experience Management)*. Diambil kembali dari sharpen-training.com: <https://sharpen-training.com/crm-cxm-customer-relationship-management-and-customer-experience-management/>
- Siagian, Y., Sinaga, H. D., & M, D. E. (2021). Penerapan E-CRM Penjualan Sapi di Gapoktan Bina Tani Kepenghuluan Sintong. *Jurnal Sains Komputer & Informatika*.
- Simanjuntak, P. E. (2022). Pengaruh Relationship Marketing, Kualitas Layanan Ecommerce Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Universitas Maritim Raja Ali Haji. *Universitas Maritim Raja Ali Haji*.
- Simbolon, F. (2014). Model Pengukuran Kinerja Customer Relationship Management dalam Industri Perbankan. *Binus Business Review Vol.5 No.1*.

- Sivananthan. (2022, April 19). *Siapkan Rp 400 miliar, DHL Supply Chain Indonesia Bangun Fasilitas Gudang di Cikarang*. Diambil kembali dari industri.kontan.co.id: <https://industri.kontan.co.id/news/siapkan-rp-400-miliar-dhl-supply-chain-indonesia-bangun-fasilitas-gudang-di-cikarang>
- Smith, G. E. (2016). *The Opt-Out Effectt: Marketing Strategies that Empower Consumers and Win Customer-Driven Brand Loyalty*. FT Press.
- Stefanie. (2016). Keterbukaan Diri dalam Membangun Hubungan Persahabatan Diadik Laki-Laki dan Perempuan. *Jurnal UltimaComm*, 71-82.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku ajar: Manajemen pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Sugiono, S. (2020). Strategi Komunikasi Membangun Customer Relationship Pada Inkubator Bisnis Puspiptek. *Ettisal: Journal of Communication*.
- Suhendra, G., & Yulianto, E. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Nilai Pelanggan dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediator (Survei pada Pelanggan Bukalapak.com). *Administrasi Bisnis*.
- Suryanita, Z.-Z. (2015). Strategi Komunikasi Costumer Relationship Management PT. Media Fajar Koran dalam Membangun Relasi dengan Publik. *Fakultas Dakwah & Komunikasi UIN Alauddin Makassar*.
- Susilowati, H. (2021, Desember 2021). *Strategi Survival Pelaku Bisnis Melalui Customer Relationship Management*. Diambil kembali dari stiestekom.ac.id: <https://stiestekom.ac.id/berita/strategi-survival-pelaku-bisnis-melalui-customer-relationship-management/2021-12-17>
- Sutrisno, A. (2016). Pengaruh Logistic Service Quality Terhadap Satisfaction dan Loyalty pada FedEx. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol. 5, No.1*.
- Syakila, R. N., & Ardoyo, N. A. (2021). Penerapan Customer Relationship Management pada Crematology Coffee Roasters Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Cyber PR*.

- Telagawathi, & Yulianthini. (2020). Kepuasan Pelanggan Terhadap Citra Perusahaan dan Switching Barrier Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Industri Jasa Asuransi di Bali. *Bisma: Jurnal Manajemen Vol.6 No.1*.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.
- Trehan, C. (2022, January 4). *How to build relationships with customers?* Diambil kembali dari linkedin.com: https://www.linkedin.com/pulse/how-build-relationships-customers-chetna-trehan/?trk=public_profile_article_view
- Umar, S. H., & Solihatningsih, N. (2016). Pengaruh Strategi Pemasaran B2B (Business to Business) dan B2C (Business to Customer) terhadap Cara Pembelian Tiket Pesawat di Lingkungan Mahasiswa. *Jurnal Flight Attendant Kedirgantaraan*, 27-29.
- Wardaya, E. P. (2017). Pengaruh Customer Experience terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction dan Customer Trust pada Pelanggan Bengkel Auto 2000 di Surabaya. *Petra Business & Management Review* , 31.
- West, R., & Turner, L. H. (2017). *Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi Edisi 5*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Widita, A. (2022, Juni 29). *Social Penetration Theory (Teori Penetrasi Sosial) dalam Konteks Public Relations (1)*. Diambil kembali dari binus.ac.id: <https://binus.ac.id/malang/public-relations/2022/06/29/social-penetration-theory-teori-penetrasi-sosial-dalam-konteks-public-relations-i/>
- Widya, Y., & Semuel, H. (2018). Analisa Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Loyalty Dimoderasi Oleh Media Social Pada De Mandailing Cafe Surabaya. *Jurusan Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra*.
- Wijayanti, O. (2023, March 17). Learning and Talent Development. (B. Ajriyani, Pewawancara)

- Wildyaksanjani, J. P., & Sugiana, D. (2018). Strategi Customer Relationship Management (CRM) PT Angkasa Pura II (Persero). *Jurnal Kajian Komunikasi*.
- Wisataone, V. (2023). Komunikasi Internal: Program Komunikasi Internal Efektif. *Universitas Gadjah Mada*.
- Yin, R. K. (2015). *Studi Kasus Desain & Metode*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods*. Los Angeles: SAGE Publications.
- Yuhdadi, A. (2022). Perbedaan Strategi Marketing B2C Dan B2B. *Fakultas Komputer*.
- Yunani, A. (2017, April 10). *Perkembangan Bisnis Logistik Indonesia*. Diambil kembali dari supplychainindonesia.com: <https://supplychainindonesia.com/perkembangan-bisnis-logistik-indonesia/>
- Yusuf, N. (2021). The Effect of Online Tutoring Applications on Student Learning Outcomes during the COVID-19 Pandemic. *Italienisch*.
- Zarantonello, B. S. (2013). Consumer experience and experiential marketing: a critical review. *Review of Marketing Research*, 25-61.

