

.DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Desi. (2015). Pengaruh *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Pelanggan. Universitas Lampung.
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian : Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Boone & Kurtz. (1998). *Contemporary Marketing. (9th ed.)*. Orlando : Dryen Press
- Carissa, Anatasha Onna. (2014). Penerapan *Relationship Management (CRM)* Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (studi kasus pada Bandung Sport Distro Malang. *Jurnal Admiistrasi Bisnis (JAB)* Vol. 15 No.1 Oktober 2014. Malang: Universitas Brawijaya
- Chan, S. (2003). *Relationship Marketing : Inovasi Pemasaran yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Chandra,Gregorius. (2001). *Strategi Program Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Ergin, Elif,. et al. 2007. "*Impact of Loyalty Card On Customers Store Loyalty*". Dalam *International Business & Economic Research Journal,Volume 6 No.2. Hal 77-82 Turkey: Cankaya University*.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS IBM SPSS 1*. Semarang : BP Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jiil. (2005). *Customer Loyalty* Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Jakarta: Erlangga.
- Hindarto, Peter Daud. (2013). Hubungan *relationship marketing* dengan loyalitas
- Indriyani, Tri Irfa dan Helmi Prilla Aldino. 2016. Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Speedy PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA (TELKOM), Tbk Kandatel Sumbar. STIE. *Jurnal Benefita* 1(2) Juli 2016 (66-77)
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2009. *Prinsip- prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa: Damos Sihombing. Jilid 1. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa: Bob Sabran. Jilid 1 Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat

- Martini, Luh Kadek Budi. (2013). *Relationship Marketing, Customer Satisfaction, Customer Commitment dan Customer Loyalty (Studi Pada Sebuah Bank Nasional Di Depansar)*. Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Morgan, Robert M dan Shelby D. Hunt (1994). *The commitment-trust theory of relationship marketing*. *Journal of Marketing* Vol. 58, July 1994 : 20-38.
- Murti, Susanti Herdina. (2013). Pengaruh Dimensi *Relationship Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan. *Management Analisis Journal*.
- Musriha. (2009) . “Pengaruh *Servicescape* dan Kualitas Komunikasi Karyawan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Di Surabaya”. Universitas Bhayangkara Surabaya. No.110/DIKTI/Kep/2009.
- Ndubisi, Nelson Oly, Chan Kok dan Gibson C. Ndubisi. 2007. “*SupplierCustomer Relationship Management and Customer Loyalty. The Banking Industry Perspective*”. *Journal of Enterprise Information Management*. Vol. 20 No. 2, pp. 222-236.
- Ndubisi, N.O. (2007). *Relationship Marketing and Customer Loyalty. Marketing Intelligence and Planning, Vol 25, No. 1, 2007, pp. 98106*.from Emerald group publishing limited.
- Purwono, Edi Kurniawan. (2010). Pengaruh Dimensi *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Konsumen (studi pada Bengkel Ahass no.1267 Honggowongso), Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Stone, Marlin. (2001). *The Art of Marketing Vol. 8 Customer Relationship Marketing*. New Delhi: Crest Publishing House.
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metedologi Penelitian Bisnis*. Penerbit Salemba Empat: Jakarta Selatan
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2000). *Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. J and J Learning.Yogyakarta