

DAFTAR PUSTAKA

- A. Usmara. (2003). *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Amara Books.
- Adisaputro, G. (2010). *Manajemen pemasaran analisis untuk perancangan strategi pemasaran*.
- Agrawal, R dan Srikant, R. (1994). Fast algorithms for mining association rules in large databases. *The 20th International Conference on Very Large Data Bases (VLDB)*, 487–499.
- Assauri, S. (2008). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Pert). Raja Grafindo.
- Berry, M.J dan Linoff, G. . (2004). *Data Mining Techniques: For Marketing, Sales, and Customer Relationship Management 2nd Edition*. Jhon Wiley and Sons.
- Budiardjo, E.K dan Tama, B. (2009). Cross-Selling's Product Determination in the Context of Analytical CRM Based on Association Rules. *International Conference on Rural Information and Communication Technology*, 53–55.
- Cahill, D. . (1996). *Internal Marketing Your Company's Next Stage of Growth*. The Haworth Press.
- Chan, S. (2003). *Relationship Marketing: Inovasi Pemasaran Yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Chasin, J. R. (2003). *Implementation of A Cross-Selling Strategy for A Large Midwestern Healthcare Equipment Company (Ph.D Dissertation)*. Department of Psychology.
- Chiu, S dan Tavella, D. (2008). *Data Mining and Market Intelligence for Optimal Marketing Returns* (A. Butterw).
- Clark, B. . (2001). Marketing Performance Measurement: Evolution of Research and Practice. *International Journal of Business Performance Managemen*, 3(1), 231–244.
- Faradisa, M. A. (2013). Pelaksanaan Cross Selling Dari Instalasi Rawat Jalan Ke Instalasi Radiologi Rumah Sakit Semen Gresik. *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia*, 1(3).
- Farida, N. (2017). Model of Relationship Marketing and E-Commerce in Improving Marketing Performance of Batik SMEs. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 8(1).
- Fathoni. (2019). Perancangan Aplikasi Penjualan Pengrajin Songket Palembang Dengan Penerapan Strategi Cross Selling dan Up Selling Berbasis Online. *Jurnal Sistemasi*, 8(1), 161–168.
- Ferdinand, A. (2000). *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*.

Universitas Diponegoro.

- Ferdinand T., A. (2000). *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategik* (Research Paper Series (ed.)). Program MM UNDIP.
- Hasan, A. (2017). Power Relationship Marketing Dalam Bisnis. *Jurnal Media Wisata*, 15(1).
- IBM. (2004). *Retail Selling Optimization – Strategic Cross-selling and Up-selling for Survival in The Volatile Retail Market (white paper)*. IBM. www-03.ibm.com/industries/retail/doc/content/bin/retail-selling-optimization.pdf
- Indah dan Devie. (2013). Analisa Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Business Accounting Review*, 1(2), 50–60.
- Istanto, Y. (2010). Pengaruh Strategi Keunggulan Bersaing Dan Positioning Terhadap Kinerja (Survey Pada Koperasi Serba Usaha Di Kabupaten Sleman Yogyakarta). *Jurnal Buletin Ekonomi*, 8(2), 70–170.
- Keegan, Warren J, Sandra Moriarty, T. D. (1995). *Marketing*. Prentice Hal.
- Khotimah, C. (2016). Pengaruh Relationship Marketing Dan Brand Image terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei terhadap Pelanggan Indihome PT. Telkom, Tbk. STO Klojen Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Kotler dan Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Globo Edit). Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2016). *Marketing Managemen* (15th Edition (ed.)). Pearson Education.
- Lovelock, et al. (2011). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jilid 1 da). Erlangga.
- Mittal, Vikas dan Kamakura, W. A. (2001). Satisfaction, Repurchase Intent, and Repurchase Behavior: Investigating the Moderating Effect of Customer Characteristics. *Journal of Marketing Research*, 38(1).
- Morgan dan Shelby. (2002). Marketing, The Commitment-Trust Theory of Relationship. *Journal of Marketing*, 58, 20–38.
- N. Gao. (2010). Transparency, Price Informativeness, Stock Return Synchronicity: Theory and Evidence. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 45(5), 1189–1220.
- Olson dan Shi. (2008). *Pengantar Ilmu Panggilan Data Bisnis*. Mc GrawHill.
- Palmatier, W. R. (2008). Relationship Marketing. *Journal Marketing Science Institute*.
- Ratnawati, A. (2013). Peningkatan Kinerja Pemasaran Melalui Optimalisasi Keunggulan Bersaing. *Jurnal Ekobis*, 14(2), 72–89.

- Rundengan, M. G. (2019). Pengaruh Bauran Promosi, Sales Cycle, Keunggulan Bersaing, Relationship Marketing, Cross Selling, Terhadap Kinerja Pemasaran Produk Asuransi Jiwa Pada PT.Asuransi Jiwa Brilife Kantor Wilayah Manado. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 7(1–16).
- Rust et al. (2004). *SerQual : New Direction Theory and Practice*. Sage Publication.
- Safesiyani, A. (2015). Pengaruh Relationship Marketing terhadap Kepuasan Nasabah serta Dampaknya pada Loyalitas Nasabah. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 28(2), 1–8.
- Saladin, D. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta Bandung.
- Santoso, S. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. PT. Elex Media Komputindo.
- Saputra dan Ariningsih. (2014). Masa Depan Penerapan Strategi Relationship Marketing pada Industri Jasa Perbankan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1).
- Sheth dan Sisodia. (2000). The Antecedents and Consequences of Customer -Centric Marketing. In *Journal of The Academy of Marketing Science* (Vol. 28, Issue 1).
- Sivesan, S. (2012). Impact of Relationship Marketing on Customer Loyalty on Banking Sectors. *Journals of South Academic Research*, 2(3), 179–191.
- Slater dan Narver. (1994). Does competitive environment moderate the market orientation-performance relationship. *Journal of Marketing*, 8, 46–55.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Synathra, V. (2018). Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah (Survei pada Nasabah Tabungan BCA Kantor Kas Sawojajar Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 55(1).
- Tang, Z. dan MacLennan, J. (2005). *Data Mining with SQL Server 2005*. Jhon Wiley and Sons.
- Titahena, DA. Syukur, A. Utomo, D. (2012). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Intervening Keunggulan Bersaing. *Jurnal Manajemen Universitas Dian Nuswantoro*.
- Walker dan Stanton. (2004). *Marketing* (12th ed.). McGraw-Hill Irwin.
- Wibowo, S. (2006). Relationship Marketing Inputs Terhadap Customer Loyalty Pada Industry Hospitality. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 3(2).