

DAFTAR PUSTAKA

- Herdiansyah, H. (2015). *Wawancara, observasi, dan focus groups : sebagai instrumen penggalan data kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Surinabila, M., Pratiwi, W. D., Rahmawati, Ayuningtyas, K., Sri, & Budiandru. (2023). Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Membuka Rekening Bank BSI di Lingkup Mahasiswa UHAMKA. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, Vol.2, No.6.
- Alamsyah. (2021). Model Komunikasi Jejaring Sosial dan Media Massa dalam Konteks Pesan Publik. *Jurnal Dialektika Komunika*, Vol 9 No 1.
- Asari, A., Syaifuddin,, E., Ningsi, N., Sudioanto, Maria, H. D., Adhicandra,, I., . . . Sudaru. (2023). KOMUNIKASI DIGITAL. Klaten: Penerbit Lakeisha.
- Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D., & Istiqomah, R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu.
- B. Miles, M., & Huberman, A. (2007). *Analisis data kualitatif : buku sumber tentang metode-metode baru Terjemahan Tjetjep Rohendi Rohesi*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Efendi, E., Ayubi2, M., & Aulia, N. (2023). Model-Model Komunikasi Linear. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, VOLUME 5 NOMOR 1.
- Eka P, P. A. (2020). *Customer Relationship Management (CRM) Teori dan Praktek berbasis Open Source*. Bandung: Informatika.
- Fadly, M., & Wantoro, A. (2020). Manajemen Hubungan Pelanggan (CRM) dengan Kombinasi Media Sosial untuk Meningkatkan Penjualan. *JEB Ekonomi Bisnis*.

- Fahreza, M., Putra, A. A., & Mahendra, A. (2024). CRM di Era Media Sosial : Memanfaatkan Platform Sosial Untuk Meningkatkan Interaksi Pelanggan. *Jurnal MUSYTARI Neraca Manajemen, Ekonomi, Vol 6 No 1*.
- Halimah, & Kinanti, D. (2017). E- Customer Relationship Management (CRM) Untuk Sistem Informasi Paket Wisata Pada CV Alea Tour & Travel Bandar Lampung. *Explore – Jurnal Sistem Informasi dan Telematika, Vol 8, No 2*.
- Hariyanto, M. E., & Soelaiman, L. (2021). Penerapan Customer Relationship Management Melalui Media Sosial Melalui Kinerja Bisnis : Kompetensi Sosial Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan, Vol III No. 3*.
- Hasan, A. (2010). Marketing Dari Mulut Ke Mulut Word of Mouth Marketing. Yogyakarta: Media Presindo.
- <https://www.bpddiy.co.id/pages/visi-misi-bpd-diy-main>. (2022). Dipetik November 7 Desember, 2024, dari <https://www.bpddiy.co.id/pages/visi-misi-bpd-diy-main>
- Liedfray, T., J. Waani, F., & J Lasut, J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom. *JURNAL ILMIAH SOCIETY, Volume 2 No. 1*.
- Mulyana, D. (2016). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Rosda.
- Nasrullah, R. (2022). *MANAJEMEN KOMUNIKASI DIGITAL, Perencanaan, Aktivasi, dan Evaluasi*. Jakarta: Kencana.
- Novita, A. P. (2023). Penerapan CRM Sosial Untuk Meningkatkan Hubungan Pelanggan. *Journal of Computer Science and Information Technology (JCSIT), Volume 1, No 1*.

- Siregar, A. Y. (2024). Implementasi Social Customer Relationnship Management Dalam Meningkatkan Promosi Produk. *Journal of Data Analytics, Information, and Computer Science (JDAICS)*, Volume 1, No 1.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (Bandung). *Metode penelitian kuantitatif*. 2018: Alfabeta.
- Syahputra, R., & Kholil, S. (2024). PENERAPAN MODEL SHANNON AND WEAVER UNTUK MENGURANGI DISTORSI PESAN DALAM PENGAMANAN PEMILU 2024 DELI SERDANG. *Santhet : Jurnal Sejarah, Pendidikan dan Humaniora*, Vol. 8, No 2, 2127.
- Tartila, R., Purbasari, R., & A. Muhyi, H. (2024). Aalisis Penerapan Customer Relationship Manageent (CRM) Pada PT. East West Seed Indonesia Dalam Mempertahankan Daya Saing. *Jurnal Lentera Bisnis*.
- Teknowijoyo, F., & Marpelina, L. (2021, Desember). Relevansi Industri 4.0 dan Society 5.0 Terhadap Pendidikan Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Kependidikan*, Vol. 16, No 2.
- Tikupadang, Y. (2023). Pengaruh Customer Relationship Management, Ulasan Online Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Antar Makanan Shopee Food. *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, Vol.3, No.2, .
- Widyana, S. F., & Firmansyah, H. (2021). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan Pelangga Sepatu Coverse. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran* .
- Yulianto, U. H. (2023). Dampak Penerapan Sosial CRM dan Peran Instagram sebagai Alat Promosi Pariwisata (Jawa Timur Park3). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, Vol 6 No 2.