

DAFTAR PUSTAKA

- Abdu, M., Hajia, M. C., & Karsidi, S. (2022). *IDENTIFIKASI FAKTOR PENYEBAB KETERLAMBATAN PROYEK KONSTRUKSI (STUDI KASUS PROYEK KONSTRUKSI DI WILAYAH KABUPATEN BUTON)*. 2(2), 93–99.
- Aisyah, R. W., & Prityadi, B. (2021). *MAKNA RANGKAP JABATAN DALAM PENCAPAIAN PRODUKTIVITAS YANG OPTIMAL PADA PT BARITO SARANA KARYA GRESIK*. 2(02), 142–154.
- Aji, A. B. (2017). Fakultas Teknik – Universitas Muria Kudus 153. *Prosiding SNATIF Ke-4 Tahun 2017*, 153–160.
- Amanah, D., & Harahap, D. A. (2018). Comparing Prices and Service Quality on Lazada and Tokopedia in Indonesia Kota Medan View project Comparing Prices and Service Quality on Lazada and Tokopedia in Indonesia. *Www.Ijlemr.Com //, 03(July 2020)*, 19–24. www.ijlemr.com
- Arthamin, S. M., Shabrina, A., & Toalu, A. A. (2021). MERANCANG STRATEGI BERSAING PT. VICTORY ROTTANINDO. *Jurnal Syntax Admiration*, 2(3), 6.
- Astaki, N. P. D. P. P., & Purnami, N. M. (2019). Peran Word of Mouth Memediasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(9), 5442. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i09.p05>
- Bhaskara, A., Ginting, A. A., & Masagala, A. M. (2022). Penerapan Konstruksi Ramping terhadap Waste pada Ruang Lingkup Manajemen Proyek (Studi Kasus: Proyek Pembangunan Gedung Auditorium di Yogyakarta). *Semesta Teknika*, 25(1), 80–88. <https://doi.org/10.18196/st.v25i1.13403>
- Billah, A. M., & Purnama, I. (2021). Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen (Study Kasus Di Cafe Bee Ginning Kota Bima). *Jambura*, 4(2), 155–161. <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/view/11597>
- Bustommy Maulana, M., & Juwita, O. (2017). Rancang Bangun Aplikasi Customer Relationship Management (CRM) Untuk Identifikasi Tingkat Kepuasan

Pelanggan Pada Perusahaan PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Agen Mastrip Jember Menggunakan Metode K-Means Clustering. *Informatics Journal*, 2(2), 92–100.

Echsanullah, M., Wulandari, A., Taman Firdaus, P., & Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Bangsa, S. (2018). *LP2M Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta PAMERAN, PERSONAL SELLING DAN IKLAN MEDIA ONLINE DALAM MENDORONG PENJUALAN PROPERTY*. 20(03), 171–182.

<http://ejurnal.stieipwija.ac.id/index.php/jpw>

Erlina, E. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dalam meningkatkan Daya Tarik Konsumen. <Http://Repository.Iainpurwokerto.Ac.Id/Id/Eprint/10364>, 4(1), 306–311.

Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>

GABPEKNAS. (2019). *UU 2 tahun 2017 tentang Jasa Konstruksi*. https://gabpeknas.or.id/Berita/baca/18423570b_oVdIYdzsA4vOIR9_RUFN9uwb_CTS1Q4TEZJHLU_f038AGhS663fE23XXHAcjkKlh19gu4LICM6wH9YwBuA~~#:~:text=Jasa Konstruksi adalah layanan jasa,menunjang terwujudnya tujuan pembangunan nasional.

Gioia, D. (2021). A Systematic Methodology for Doing Qualitative Research. *Journal of Applied Behavioral Science*, 57(1), 20–29. <https://doi.org/10.1177/0021886320982715>

Grandinetti, R., Ciasullo, M. V., Paiola, M., & Schiavone, F. (2020). Fourth industrial revolution, digital servitization and relationship quality in Italian B2B manufacturing firms. An exploratory study. *TQM Journal*, 32(4), 647–671. <https://doi.org/10.1108/TQM-01-2020-0006>

Hanafi, H., & Soediantono, D. (2022). Kajian Literatur Hubungan Penerapan Sistem Manajemen Mutu ISO 9001: 2015 Dengan Kinerja operasional dan Organization's Performance Pada Industri *Journal of Industrial Engineering* & ..., 3(4), 32–40. <https://jiemar.org/index.php/jiemar/article/view/300%0Ahttps://jiemar.org/index.php/jiemar/article/download/300/225>

Hasanti, I. D. (2019). Analisis Komunikasi Organisasi Antara Event Project Team

- dan Account Executive di Event Organizer Twisbless. *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 8(1), 32. <https://doi.org/10.31504/komunika.v8i1.2072>
- Hasugian, P. S. (2018). Perancangan Website Sebagai Media Promosi. *Journal Of Informatic Pelita Nusantara*, 3(1), 82–86. [https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/82184/Perancangan-Website-sebagai-Media-Promosi-Studio-Illustrasi-Unreal-Studio-HA](https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/82184/Perancangan-Website-sebagai-Media-Promosi-Studio-Illustrasi-Unreal-Studio%0Ahttps://digilib.uns.ac.id/dokumen/download/82184/NDQ4MTk3/Perancangan-Website-sebagai-Media-Promosi-Studio-Illustrasi-Unreal-Studio-HA)
- Hertati, L., Safkaur, O., Fery, I., & ... (2020). Peran Akuntansi Aktiva Tetap, Standar Akuntansi Keuangan Terhadap Laporan Keuangan Akibat Covid-19. ... : *Jurnal Ilmiah Ilmu* ..., 01(02), 182–200. <http://revenue.lppmbinabangsa.id/index.php/home/article/view/23>
- Ismail, M., & Murnisari, R. (2017). Analisis Afektivitas Strategi Integrated Marketing Communication guna Meningkatkan Kepuasan Konsumen CV Barisan Nyawiji Meubel Malang. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 2(1), 93–106.
- Jiwa, I. D. N. A. (2018). Relationship Marketing, Power Dan Loyalitas Pada Hubungan Bisnis Antara Pemasok Dengan Peritel. *Jurnal Mitra Manajemen*, 2(3), 146–159. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v2i3.84>
- Johantri, B., & Aprilia, R. (2021). PEMERINTAH DI ERA PANDEMI (STUDI EMPIRIS PADA KEMENTERIAN KEUANGAN) Kasus pertama Virus Corona di Indonesia diumumkan pada awal Maret 2020 . Pemerintah Indonesia kemudian menetapkan status Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) pada 16 Maret terjadi. *Jurnal Manajemen Keuangan Publik*, 5(1), 66–80.
- Kingshott, R. P. J., Sharma, P., & Nair, S. R. (2020). Social and technical chains-of-effects in business-to-business (B2B) service relationships. *European Journal of Marketing*, 54(6), 1225–1246. <https://doi.org/10.1108/EJM-04-2019-0329>
- Kotler, P., Armstrong, G. (2001). *Prinsip Pemasaran Jilid 2*. (Edisi kede).

Erlangga.

- Kotler, P., Armstrong, G. (2010). *Principles of marketing* (13th ed). Upper Saddle River, (New Jersey) : Prentice Hall.
- Kumar, V., & Reinartz, W. (2012). *The Customer Relationship Management: Concept. Strategy, Tools.*
- Kumar, V., & Reinartz, W. (2018). Customer relationship management. In *Digital Marketing Fundamentals: From Strategy to ROI* (Third).
- Lostakova, H., & Pecinova, Z. (2014). The Role of Partnership and Flexibility in Strengthening Customer Relationships in the B2B Market. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 150, 563–575.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.09.076>
- Made, N., Ujianti, P., Hukum, F., & Warmadewa, U. (2021). *Keselamatan Dan Kesehatan Melalui Program*. 2(2), 406–411.
- Maharani, D., Helmiah, F., & Rahmadani, N. (2021). Manfaat Menggunakan Internet dan Website Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 1(1), 1–7.
<https://doi.org/10.25008/abdiinformatika.v1i1.130>
- Maria Nila Anggia, & Muhammad Rifki Shihab. (2019). Strategi Media Sosial Untuk Pengembangan Umkm. *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 2(2), 159–170. <https://doi.org/10.21460/jutei.2018.22.125>
- Marjani, L., & Sutisna, M. (2019). Loyalitas Pelanggan Pada Business-To-Business: Pengaruh Kualitas Pelayanan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 5(1), 10. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v5i1.1612>
- Martiwi, R. (2021). Implementasi Relationship Marketing Dalam Industri Pariwisata Dan Perhotelan. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2(1), 21–28. <https://doi.org/10.15575/jim.v2i1.12475>
- Melati, M., & Nurwulandari, A. (2019). Analisis Reaksi Pasar Terhadap Stock Split Pada Perusahaan Bertumbuh Dan Tidak Bertumbuh. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 13(2), 1–25. <https://doi.org/10.47313/oikonomia.v13i2.502>
- Moleong, L. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (PT. Remaja Rosdakarya (ed.)).
- Moleong, L. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.

- Muhith, A., & Yasma, A. N. (2014). Medica majapahit. *Jurnal Medica Majapahit*, 12(2), 59–77.
- Ngelyaratan, D., & Soediantono, D. (2022). *Customer Relationship Management (CRM) and Recommendation for Implementation in the Defense Industry: A Literature Review*. 3(3), 13–26.
- Nugroho, D. S. (2017). *PERANCANGAN STRATEGI ENGINEERING DENGAN METODE*.
- Nugroho, N., Chua, E., Arwin, Han, W. P., & Wilinny. (2019). ANALISIS MOTIVASI KERJA KARYAWAN BAGIAN PEMASARAN PT. GLOBAL MITRA PRIMA. *Jurnal Analisis Manajemen*, 3(3), 32–42.
- Paramita, I., & Adawiyah, S. El. (2021). Model Customer Relationship Management Dalam Komunikasi Bisnis Pt Kalibrasi Instrumen Bersama. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 5(2), 140. <https://doi.org/10.24853/pk.5.2.140-152>
- Pidada, I. A. I. (2019). the Effectiveness of Online Marketing Using B2C and B2B At Movenpick Resort and Spa Jimbaran, Bali. *Jurnal Bisnis Hospitaliti*, 8, 15–23. <https://ejournal.ppb.ac.id/index.php/jbh/article/view/374>
- Putri, F. I. W., & Surianto, M. A. (2021). STRATEGI MENGELOLA HUBUNGAN PELANGGAN PADA KAJIAN BUSINESS TO BUSINESS PT WAKABE INDONESIA. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(Januari).
- Rachmawati,S., & Nurjanah, N. (2021). PENERAPAN CRM (CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT) PADA MITRA KELOMPOK TANI PT. PERMANA SIDAT INDONESIA. *JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI DAN MANAJEMEN BISNIS*, 1(5), 1.
- Raksi, S., Lakawa, I., Sulaiman, S., Sudardjat, C., & Sufrianto, S. (2022). Rekayasa Bahan Pada Pekerjaan Pengaman Pantai. *Civil Engineering Journal (SCiEJ)*, 3(1), 50–60.
- Rantetoding, R. J., Suharjo, B., & Yuliati, L. N. (2019). Jurnal Manajemen Indonesia Analisis Pemasaran Berbasis Hubungan PT . XYZ dengan Horeka di Bogor. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 19(3), 260–276.
- Ratih, W. (2022). *Kadin Optimistis Proyek Infrastruktur Akan Dorong Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. Nasional.Kontan.Co.Id.

<https://nasional.kontan.co.id/news/kadin-optimistis-proyek-infrastruktur-akan-dorong-pertumbuhan-ekonomi-indonesia#:~:text=Ihsan>
menjelaskan%2C dengan pertumbuhan industri,penggerak utama pertumbuhan ekonomi nasional

Resti, R., & Setiawati, C. I. (2022). Pengaruh Customer Relationship Management Berupa Goclub Feature terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Gojek di Kota Bandung. *Journal of Management & Business*, 5(1), 495–502.

Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>

Sardi, H. R., Nurnawati, E. K., & Sutanta, E. (2019). Perancangan Customer Relationship Management (Crm) Berbasis Web Menggunakan Framework Codeigniter Pada Cv Pandawa *Jurnal SCRIPT*, 7(2), 167–175. <https://journal.akprind.ac.id/index.php/script/article/view/2338>

Sari, A. M. (2021). FAKTOR YANG BERHUBUNGAN DENGAN PROGRAM PENANGGULANGAN COVID-19 PADA PROYEK JEMBATAN PLOSO JOMBANG MENGGUNAKAN ANALISIS FISHBONE. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(9), 6.

Sary, K. A., Wibowo, S. E., Jauhari, A. M., & Ashadi, A. R. (2020). Media Booklet Company Profile CV. Sary Cards Samarinda Penunjang Aktivitas Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Analisis Sosial Politik*, 4(2), 79–85. <https://doi.org/10.23960/jasp.v4i2.58>

Saura, J. R., Palos-Sánchez, P., & Blanco-González, A. (2020). The importance of information service offerings of collaborative CRMs on decision-making in B2B marketing. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 35(3), 470–482. <https://doi.org/10.1108/JBIM-12-2018-0412>

Senjaya, M. (2021). Strategi Pemasaran Jasa Terhadap Perilaku Konsumen. *Prismakom*, 18(No.1), 52–60.

Siallagan, Y. O., Saragih, N. F., & Hutapea, J. M. (2020). Implementasi Customer Relationship Management(Crm) Pada Toko Roti Ganda Berbasis Web. *METHODIKA: Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 6(1), 6–13. <https://doi.org/10.46880/mtk.v6i1.247>

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

ALFABETA.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. CV. Alfabeta.
- Suprapto, H. (2019). Penerapan Strategi Pemasaran Melalui Pendekatan Pengembangan Produk Guna Meningkatkan Volume Penjualan Pada Cv. Silvi Mn Paradila Parengan Lamongan. *Jurnal Manajemen*, 4(2), 953. <https://doi.org/10.30736/jpim.v4i2.252>
- Triyawan, A., & Fendayanti, Z. E. U. (2021). Dampak pandemi covid-19 terhadap keberlangsungan perusahaan jasa konstruksi. *Forum Ekonomi*, 23(2), 223–230. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMEKONOMI/article/view/8082>
- Tumiwa, J. M., Tjakra, J., & Inkiriwang, R. L. (2019). Pengaruh Penerapan Alat Pelindung Diri Terhadap Produktivitas Tenaga Kerja Konstruksi Gedung Bertingkat Pembangunan Gedung Pendidikan FPIK Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Sipil Statik*, 7(9), 1197–1202.
- Utami, H. N., & Hasanah, G. A. (2017). Model Pemasaran Business-To-Business Dan Jaringan Nilai Produk Agroindustri Olahan Tebu Molasses. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(2), 107–120. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v2i2.41>
- Wardhana, A. N., Jayanti, M. M., & Kurniawan, I. R. (2019). ANALISIS FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT TOKO MENGGUNAKAN E-MARKET PLACE BUILDING MATERIAL UNTUK PENJUALAN BERBASIS APLIKASI. *Jurnal Bisnis Terapan*, 61–72. <https://doi.org/https://doi.org/10.24123/jbt.v3i01.1983>
- Widiawati, K. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Bintang Empat Meraih Pelanggan. *Jurnal Administrasi Kantor*, 7(1), 63–74. <http://ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JAKBI/article/view/1145/1000>
- Wildyaksanji, J. P., & Sugiana, D. (2018). Strategi Customer Relationship Management (CRM) PT Angkasa Pura II (Persero). *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(1), 10. <https://doi.org/10.24198/jkk.v6i1.8754>

- Yarkasih, R. R. (2021). Jurnal Indonesia Sosial Sains. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(2), 230–240.
- Yuanitasari, A., Wardoyo, P., & Indarto, I. (2019). Implementasi Strategi Membangun Hubungan Baik Pada Perusahaan Jasa Konstruksi. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(2), 122. <https://doi.org/10.26623/jreb.v12i2.1660>
- Zimmerman, A., & Blythe, J. (2013). Business to business marketing management: A global perspective, second edition. In *Business to Business Marketing Management: A Global Perspective, Second Edition*. <https://doi.org/10.4324/9780203067581>
- Zurkiyah, Z., & Hidayat, N. (2020). Studi Optimasi Waktu dan Biaya Alat Berat pada Pekerjaan Pondasi dengan Metode Time Cost Trade Off pada Project Pembangunan Terminal LPG Pressurized 4 X 3000 MT Medan-Belawan. *Progress in Civil Engineering Journal*, 2(1), 1–7.

