

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, D. (2023). *Peran Customer Relationship Management (CRM) dalam Bisnis*. Retrieved from Mekari Jurnal: <https://www.jurnal.id>
- Ambar. (2017). *Model Komunikasi Berlo – Konsep – Elemen – Kritik*. Retrieved from PakarKomunikasi: [www.pakarkomunikasi.com](http://www.pakarkomunikasi.com)
- Anom, E. (2004). Public Relations dalam Kegiatan Marketing. *Jurnal Komunikologi Vol. 1 No.1*.
- Artis, A. (2011). Strategi Komunikasi Public Relation. *Jurnal Sosial Budaya, Vol. 8. No 02*.
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi pada Penelitian Kualitatif. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 46-62.
- Bandura, A. (1992). *Exercise of personal agency through the self-efficacy mechanism*. In R. Schwarzer (Ed.), *Self-efficacy: Thought control of action*. Hemisphere Publishing Corp.
- Bank Indonesia. (2022). *Mobile Banking*. Retrieved from Bank Indonesia: [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)
- Bank Jateng. (2022). *Bima Mobile*. Retrieved from Bank Jateng: [www.bankjateng.co.id](http://www.bankjateng.co.id)
- \_\_\_\_\_. (2022). *Sejarah Singkat, Visi & Misi, Identitas Tentang Perusahaan*. Retrieved from Bank Jateng: [www.bankjateng.co.id](http://www.bankjateng.co.id)
- \_\_\_\_\_. (2023). *Dana Pensiun BPD Jawa Tengah: Kepesertaan Aktif & Syarat Klaim*. Retrieved from Dana Pensiun BPD Jateng: [www.dapenbankjateng.co.id](http://www.dapenbankjateng.co.id)
- Berlo, D. K. (1960). *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*. New York: Holt, Rinehart, and Winston.
- Berlo, D. K., Lemert, J. B., & Mertz, R. J. (1970). Dimensions for Evaluating The Acceptability of Message Sources. *Public Opinion Quarterly*, 563-576.
- Bernays, E. L. (1952). *Public Relations*. Norman: University of Oklahoma Press.
- Bettinghous, E. P. (1973). *Persuasive Communication*. New York: Holt, Rinehart, and Winston, Inc.
- Budiardjo, E. K., & Aprillovi, D. (2009). Mobile Banking: A Customer Relationship Management (CRM) Channel. *Seminar Nasional Informatika 2009 (semnasIF 2009)*.
- Chandra, S. V., & Sari, W. P. (2022). Analisis Komunikasi Pemasaran dalam Pengembangan Brand Melalui Perspektif Teori AIDA (Studi Kasus Hotel Harper Cikarang). *Jurnal Kiwari Vol. 1, No. 2*.
- Creswell, J. W. (2014). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Damayanti, N. (2021). *Jenis-Jenis Strategi Pemasaran yang Sering Digunakan*. Retrieved from Toffeedev: [www.toffeedev.com](http://www.toffeedev.com)

- Dave, D. (2023). *Why Is It Important to Consider Recommended Requirements than Minimum Requirements When Installing Software?* Retrieved from Quora : <http://www.quora.com>
- Davidow, W. H., & Uttal, B. (1989). *Total Customer Service: The Ultimate Weapon*. HarperBusiness.
- Dwinanda, J. B., & Purnaningsih, N. (2018). Efektivitas Komunikasi Pemasaran Personal Selling Pada Agrowisata Kampung 99 Pepohoan. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 204-217.
- Effendy, O. U. (2004). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Futrell, C. M. (2011). *Fundamentals of Selling: Customers for Life through Service*. McGraw-Hill/Irwin.
- Gartner, R. (2001). *Customer Relationship Management: the Gartner Perspective*. Gartner Group.
- Gilbert. (2003). *Pengaruh Self-Literatur Terhadap Citra Merek*. FE UI.
- Gillis, M. (1966). *Economic of Development*. New York: W.W. Norton and Company.
- Ginting, N. H. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Yrama Widya.
- Haque-Fawzi, M. G. (2022). *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori, dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Harvard Business School. (2023). Sales: Articles, Research, & Case Studies on Sales. *Harvard Business School*.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hikmat, M. (2011). *Metode Penelitian dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953). *Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change*. Yale University Press.
- Ilardo, J. A. (1981). *Speaking Persuasively*.
- Ingram, T. N., LaForge, R. W., Avila, R. A., Schwepker, C. H., & Williams, M. R. (2012). *Sales Management: Analysis and Decision Making*. M.E. Sharpe.
- Khasbullah, N. F. (2022). *Survey Business IT Outlook 2023 Sharing Vision: Mobile Banking menjadi Primadona*. Retrieved from Sharingvision: [www.sharingvision.com](http://www.sharingvision.com)
- Kifordu, A. A., & Ufuomanefe, T. (2023). Determining Sales Growth Through Effective Personal Marketing in The Telecommunication Industry. *Journal of Global Economics and Business*, Volume 4, Number 14, 95-117.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 13 ed., Vol. Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., Shalowitz, J., & Stevens, R. J. (2008). *Strategic Marketing for Health Care Organizations: Building a Customer-Driven Healthy System*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Kusmarni, Y. (2012). Studi Kasus. *UGM Jurnal Edu UGM Press*.
- Kusniadji, S. (2017). Kontribusi Penggunaan Personal Selling Dalam Kegiatan Komunikasi Pemasaran Pada Era Pemasaran Masa Kini. *Jurnal Komunikasi Vol. 9, No. 2*.
- Laskito, B. (2019). *Melihat Kembali Sejarah Manajemen Hubungan Pelanggan (CRM)*. Retrieved from Kompasiana: [www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com)
- Levy, M., Weitz, B. A., & Grewal, D. (2014). *Retailing Management (9th ed.)*. McGraw-Hill Education.
- Maulana, H., & Gumelar, G. (2013). *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*. Jakarta: Akademia Permata.
- Melati. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Microsoft. (2023). *Windows app certification requirements*. Retrieved from Learn Microsoft: <http://learn.microsoft.com>
- Moleong, L. J. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nandy. (2021). *Personal Selling: Pengertian, Pendekatan, Ciri, Tujuan, Proses, dan Lainnya*. Retrieved from Gramedia : [www.gramedia.com](http://www.gramedia.com)
- Natalya, N. E. (2016). Implementation of Personal Selling PT Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk In Promoting Program Super Untung. *Jurnal Visi Komunikasi Vol. 15 No. 02* , 171-188.
- Nembah, E., & Ginting, M. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Yrama Widya.
- Nova, F. (2011). *Crisis Public Relation*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Novi. (2021). *Pengertian Strategi serta Jenis, Tujuan, Dan Contohnya*. Retrieved from Gramedia: [www.gramedia.com](http://www.gramedia.com)
- Nurjanah, E. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Implikasinya pada Loyalitas Pelanggan di Grand Yogya Kepatihan. *SISTEMIK : Jurnal Ilmiah Nasional Bidang Ilmu Teknik*.
- Otoritas Jasa Keuangan . (2015). Bijak Ber-Electronic Banking. *Bijak Ber- Ebanking*, 1-325.
- \_\_\_\_\_. (2018). *Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum*. Retrieved from Otoritas Jasa Keuangan: [ojk.go.id](http://ojk.go.id)
- Permadi, D. (2017). Strategi Komunikasi Humas BNN Dalam Menginformasikan Kasus-Kasus Narkoba. *Komunikasi*, 65-68.
- Perreault, W. D., Cannon, J. P., & McCarthy, E. J. (2012). *Essentials of Marketing: A Marketing Strategy Planning Approach*. McGraw-Hill/Irwin.



- Pratama, H. (2020). The Influence of Retail Marketing Mix Performance on Customer Satisfaction and Implication Impulsive Buying Consumer Mayasari Plaza Tasikmalaya City. *J-POLITRI: Jurnal Manajemen, Keuangan, dan Komputer*.
- Prinanti, M. T., & Chrismardani, Y. (2021). Peran Personal Selling Dalam Mempertahankan Penjualan Smartphone Samsung Di Madura Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Samsung Excellent Partner Di Madura). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen Vol. 1 No. 3*, 232-239.
- Putri, N. N., & N, J. K. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran PT Citiasia Internasional dalam Mengembangkan Aplikasi Inidesaku. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 2 No. 3*, 176-185.
- Rackham, N. (1988). *SPIN Selling*. McGraw-Hill.
- Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel dan Paradigma Penelitian. *Hikmah*, 62-70.
- Ruslan, R. (2010). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Salmaa. (2021). *Validitas Data: Pengertian, Jenis, Langkah-langkah, dan Hubungannya*. Retrieved from Deepublish: <https://penerbitdeepublish.com/>
- Sari, D. M., Fasa, M. I., & Suharto. (2021). Manfaat dan Risiko Penggunaan Layanan Perbankan Melalui Aplikasi Mobile Banking. *AL-INFAQ: Jurnal Ekonomi Islam*, 170-182.
- Shannon, C., & Weaver, W. (1949). *The Mathematical Theory of Communication*. University of Illinois Press.
- Simons, H. W. (1976). *Persuasion: Understanding, Practice, and Analysis*. New York: Random House.
- Smith, M. (2017). *Data-driven marketing: A practical guide to creating successful digital marketing campaigns*. Wiley & Sons.
- Solomon, M. R. (2008). *Marketing: Real People, Real Choices*. Pearson Prentice Hall.
- Solomon, M. R. (2018). *Consumer behavior: Buying, having, and being*. New Jersey: Pearson Education.
- Stewart, J., & Logan, C. (1993). *Together: Communicating Interpersonally*. McGraw-Hill.
- Sunanda, & Mirza. (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Kepuasan Lingkungan, Dan Kepuasan Layanan Terhadap Keterikatan Tempat Serta Implikasinya Pada Sikap Berperilaku Bertanggung Jawab Lingkungan. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Vol. XIX No. 1*, 43-50.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Syamsurizal. (2016). Strategi Komunikasi Persuasif dalam Aktivitas Pemasaran (Studi Deskriptif Komunikasi Persuasif Presenter (Staff Pemasaran) dalam Merekrut Calon Mahasiswa baru di Politeknik LP3I Jakarta). *Jurnal Lentera Bisnis Vol.5 No. 2*.
- Theaker, A. (2002). *The Public Relations Handbook*. New York: Taylor & Francis Group.

- Tjiptono, F. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, A. D. (2011). *Service, Quality, and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Utari, U. (2021). Pengelolaan Perpustakaan di Dinas Perpustakaan dan Arsip . *Skripsi Fakultas Adab dan Humaniora*.
- Wahyudi, & Aruan. (2018). *Pemasaran*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Widjaja, H. A. (2008). *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Yi, H. T., Cha, Y. B., & Amenuvor, F. E. (2021). Effects of Sales-Related Capabilities of Personal Selling Organizations on Individual Sales Capability, Sales Behaviors and Sales Performance in Cosmetics Personal Selling Channels. *Sustainability Journal*.
- Yusuf, D. (2023). Strategi Promosi Personal Selling Pada Produk Tabungan Mudharabah di BMT UB Amanah. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Vol. 1 No. 7*, 594-597.
- Zuliyant, A. F. (2018). Perilaku Pengambilan Keputusan Berasuransi Unit Link Syariah Dalam Perspektif Aida (Attention, Interest, Desire, Action) Pada Panin Dai-Ichi Life Yogyakarta. *Universitas Islam Indonesia*.

