

## DAFTAR PUSTAKA

1234457. (2021). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析* Title. 6(3), 6.
- A Djamaris, A. R., & Th Anitawati, M. (2018). Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Inovasi Produk Pada ukm Smesco. *Management, and Industry (JEMI)*, 1(2), 52–69.
- Adhimah, S. (2020). Peran orang tua dalam menghilangkan rasa canggung anak usia dini (studi kasus di desa karangbong rt. 06 rw. 02 Gedangan-Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Anak*, 9(1), 57–62.  
<https://doi.org/10.21831/jpa.v9i1.31618>
- Ahidin, U. (n.d.). *The Effect between Product Quality and Promotional Activities on Consumer Purchase Interest ( A Case Study of Garuda Peanut Products Produced by PT . Garudafood , Tbk )*. 3821–3830.
- Ahmadi, A. (2021). *Meningkatkan Loyalitas Nasabah Melalui Customer Relationship Management Dan Kepercayaan ( Survey Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Sarolangun )*. 2(1), 47–60.
- Aini, Z. B. N., Saroh, S., & Dadang Krisdianto. (2021). *Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung (Studi Kasus Pada Pengunjung Pantai Boom Banyuwangi)*. 10(1), 132–139.
- Aji, N. S., Djawahir, A. H., & Rofiq, A. (2019). Promotions on Purchasing Decisions Mediated in Purchase Motivation. *Journal of Applied Management*, 17(1), 153–161.
- Almarshad, M. N. D., Al-Nawafah, S. S., & Al Tahrawi, M. H. A. (2020). The role of customer relationship management success factors on enhancing the mental image of telecommunications companies in Jordan. *Management Science Letters*, 10(15), 3515–3526. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.6.043>
- Alokla, M., Alkhateeb, M., Abbad, M., & Jaber, F. (2019). Customer relationship management: A review and classification. *Transnational Marketing Journal*, 7(2), 187–210. <https://doi.org/10.33182/tmj.v7i2.734>
- Amil, B., Nasional, Z., BAZNAS, Badan, K., Zakat, A., Republik, N., د، غسان،  
Badan Amil Zakat Nasional, Dana, L. P. L. D. A. N., Keuangaii, L.,  
Beraktiir, Y., Relief, H., Hall, J. K., Weinberger, R., Marco, S., Steinitz, G.,  
Moula, S., Accountants, R. P., Report, A. A. S., ... Eddy, S. A. (2020). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析* Title. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 21(1), 1–9.  
<https://doi.org/10.1016/j.tmaid.2020.101607%0A><https://doi.org/10.1016/j.ijs>

u.2020.02.034%0Ahttps://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/cjag.12228%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ssci.2020.104773%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.jinf.2020.04.011%0Ahttps://doi.o

- Andarini, M., & Laely, N. (2019). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Keunggulan Bersaing Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Usaha Kecil Industri Makanan Di Bakorwil II Jawa Timur. *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 12(2), 23–41. <https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v12i2.898>
- Anim, P. A., Agbemabiese, G. C., Acheampong, G., Adams, M., & Boakye, E. (2018). *Market Orientation , Innovation and Business Performance : Insight from Womenpreneurs in the Fashion Industry in Ghana Market Orientation , Innovation and Business Performance : Insight from Womenpreneurs in the Fashion Industry in Ghana. April.*
- Ardana, Y. A., & Rastini, N. M. (2018). Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh E-Wom Terhadap Minat Beli Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(11), 5901. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i11.p04>
- Arifudin, Aldisa., Brasit, Nurdin., Parawansa, D. A. . (2018). Pegawai Dinas Perhubungan Kabupaten Merauke the Influence of Empowerment and Organizational Culture on Work Satisfaction and Their Impact on Employee. *Hjabe*, 1(3), 15–36.
- Ariyanto, H. H. (2021). *Studi Ekplorasi Peranan Kualitas Layanan , Pengalaman , dan Kepuasan terhadap Electronic Word-of-Mouth ( e-WOM ) pada Industri Perhotelan.* 4(2), 183–196.
- Ashrafi, A., & Zare Ravasan, A. (2018). How market orientation contributes to innovation and market performance: the roles of business analytics and flexible IT infrastructure. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 33(7), 970–983. <https://doi.org/10.1108/JBIM-05-2017-0109>
- Auliya, Z. F., Rifqi, M., Umam, K., & Prastiwi, S. K. (2017). *Online Customer Review (OTRs) dan Rating Kekuatan baru pada Pemasaran Online di Indonesia.* 89–98.
- Ayu, I., & Indriani, D. (2016). *ANALYSIS THE FACTORS INFLUENCE CONSUMER BUYING DECISION ON ONLINE SHOPPING CLOTHING FOR CONSUMER IN MANADO.* 4(1), 1166–1177.
- Badir, M., & Andjarwati, A. L. (2020). The Effect of E-WOM, Ease of Use and Trust on Purchase Decisions (Study on Tokopedia Application Users). *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 7(1), 39. <https://doi.org/10.24252/minds.v7i1.13715>
- Bastian, I., Winardi, R. D., & Fatmawati, D. (2018). Metoda Wawancara.

*Universitas Gadjah Mada, September 2018, 53–99.*

- Basuki, K. (2019). 濟無No Title No Title. *ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, 53(9), 1689–1699.*  
[www.journal.uta45jakarta.ac.id](http://www.journal.uta45jakarta.ac.id)
- Curatman A., Rahmadi, Maulany, S., Ikhsani, M. . (2016). Analisis Faktor-faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon. *Jurnal Logika*.
- Darmalaksana, W. (2020). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan. *Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 1–6.* [http://digilib.uinsgd.ac.id/32855/1/Metode Penelitian Kualitatif.pdf](http://digilib.uinsgd.ac.id/32855/1/Metode%20Penelitian%20Kualitatif.pdf)
- Del Prete, M., & Samoggia, A. (2020). Chocolate consumption and purchasing behaviour review: Research issues and insights for future research. *Sustainability (Switzerland), 12(14).* <https://doi.org/10.3390/su12145586>
- Dewi, S. T. (2016). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi pada Industri Batik di Kota dan Kabupaten Pekalongan). *Ekonomi Dan Bisnis, 80.* <https://core.ac.uk/download/pdf/11715776.pdf>
- Dr. Meithiana Indrasari, S.T., M. M. K. (2017). Kepuasan Kerja dan Kinerja Karyawan Tinjauan dari Dimensi Iklim Organisasi , Kreatifitas Individu, dan Karakteristik Pekerjaan. *Yogyakarta: Indomedia Pustaka, 1–85.*
- Elahi, A., Sajjad Hosain, M., & Rasel, M. (2020). International Journal of Technology for Business (IJTB) Formulation and Implementation of CRM for Service Firms. *International Journal of Technology for Business, 2(1), 1–7.* <https://doi.org/10.5281/zenodo.3894369>
- Elen, & Raymond. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada J&T Express Indosat. *Jurnal Ilmiah Core IT, Vol. 8(1), 142–155.*
- Erika Desi Lestari, C. G. (2020). Pengaruh E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, BIsnis Dan Sosial Available, 1(46), 34–39.*
- Faraj Aldaihani, F. M., Bin Ali, N. A., Hashim, H. B., & Basha, N. K. (2020). Impact of social customer relationship management on customer retention of Islamic banks in Kuwait: The mediating role of customer empowerment. *International Journal of Supply Chain Management, 9(1), 330–337.*
- Farki, A., Baihaqi, I., & Wibawa, M. (2016). *Pengaruh online customer review rating terhadap kepercayaan place di indonesia. 5(2).*

- Faza, M. A. (2019). *Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Minat Beli melalui Citra Merek*. 53(9), 1689–1699.
- Febriansyah, A. (2017). Tinjauan Atas Proses Penyusunan Laporan Keuangan Pada Young Entrepreneur Academy Indonesia Bandung. *Jurnal Riset Akuntansi*, 8(2). <https://doi.org/10.34010/jra.v8i2.525>
- Foster, B., & Johansyah, M. D. (2019). The effect of product quality and price on buying interest with risk as intervening variables (study on Lazada.com site users). *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 9(12), 66–78.
- Giama Mahfud, M. A., & Soltes, V. (2016). Effect Of E-Service Quality On Consumer Interest Buying (Case Study On The Website Korean Denim). *IOSR Journal of Economics and Finance*, 07(04), 61–67. <https://doi.org/10.9790/5933-0704016167>
- Goleman et al., 2019. (2019). 濟無No Title No Title. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Habibillah, M. W. (2018). “Pengaruh CRM Terhadap Kepercayaan Konsumen serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Survey pada Petani Desa Donowarih, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang.” *Cakrawala*, 12(1). <https://doi.org/10.32781/cakrawala.v12i1.263>
- Hadi, S., Rini, E. S., Karina, B., & Sembiring, F. (2020). *The Influence of Perception of Value , Brand Awareness , and Customer Motivation on Purchasing Interest at Johor Summerville Residence Medan*. 7(November 2018), 129–136.
- Halin, H., Wijaya, H., & Yusilpi, R. (2017). Pengaruh Harga Jual Kaca Patri Jenis Silver Terhadap Nilai Penjualan Pada Cv. Karunia Kaca Palembang Tahun 2004-2015. *Jurnal Ecoment Global*, 2(2), 49. <https://doi.org/10.35908/jeg.v2i2.251>
- Harisno, H., & Herby, D. (2018). The Analysis of Factors Affecting the Buying Interest of E-Commerce Customers. *CommIT (Communication and Information Technology) Journal*, 12(1), 13. <https://doi.org/10.21512/commit.v12i1.2089>
- Hasanah, H. (2017). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Hasanat, M. W., Hoque, A., & Hamid, A. B. A. (2019). *Effect of Customer Relationship Management in Digital*. 2016, 167–176.
- Hasna, S., & Irwansyah, I. (2019). Electronic Word of Mouth Sebagai Strategi Public Relation Di Era Digital. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 18.

<https://doi.org/10.14710/interaksi.8.1.18-27>

- Hendrayati, H., & Karimah Syahidah, R. (2018). Barriers and Possibilities of Implementation of Customer Relationship Management on Small and Medium Enterprises by Womenpreneurs. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 19(2), 72–87. <https://doi.org/10.24198/jbm.v19i2.196>
- Herdiana, T., & Purnama Alamsyah, D. (2017). Country of Origin Dan Citra Merek: Upaya Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 1(1), 31. <https://doi.org/10.33603/jibm.v1i1.488>
- Holfian Daulat Tambun Saribu, Rahmat Eli Putra Gulo, Theresa Rebecca, Bardon Mogan Sihotang, A. E. N. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT MARK DYNAMIC INDONESIA, MEDAN. *Akrab Juara*, 5(3), 274–284.
- Humaira, A., & Wibowo, L. A. (2017). Analisis Faktor Elektronik Word of Mouth (Ewom) Dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan. *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 6(2), 1049. <https://doi.org/10.17509/thej.v6i2.5515>
- Hussein, A. S. (2019). Entrepreneurial Market Orientation and Marketing Performance: An Evidence From Malang Soybean Cracker Industry. *Jurnal Sosial Humaniora*, 0(01), 10. <https://doi.org/10.12962/j24433527.v0i01.5764>
- Ibrahim, A., & Amatullah, S. (2018). Implementing Customer Relationship Management to Increase Education Service using Service Quality Method. *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence*, 4(2), 148. <https://doi.org/10.20473/jisebi.4.2.148-155>
- Irawan, A. (2019). Analisis Customer Relationship Management (CRM) terhadap Customer Relationship Quality (CRQ) dan Customer Lifetime Value (CLV) Rumah Zakat di Indonesia. *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi*, 10(1), 99. <https://doi.org/10.18592/at-taradhi.v10i1.2802>
- Ivan Sindunata, B. A. W. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian di agoda.com. *Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 6(1), 128–138.
- Jayaningrum, E., & Sanawiri, B. (2018a). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 54(1), 149–158. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2227>
- Jayaningrum, E., & Sanawiri, B. (2018b). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.

- Kamila, K. T., Suharyono, & Perwangsa Nuralam, I. (2019). Pengaruh Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian ( Survei pada Mahasiswa Universitas Brawijaya TA 2015 / 2016 – 2018 / 2019 yang Pernah Membeli dan Menggunakan Xiaomi Smartphone ). *Journal Administrasi Bisnis*, 72(1), 202–211.  
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2855>
- Kampani, N., & Jhamb, D. (2020). Analyzing the role of E-CRM in managing customer relations: A critical review of the literature. *Journal of Critical Reviews*, 7(4), 221–226. <https://doi.org/10.31838/jcr.07.04.41>
- Ketut, N., Satwika, P., Made, N., Kusuma, W., & Free, A. (2018). Keunggulan Kompetitif Dan Kinerja Bisnis. *Keunggulan Kompetitif*, 7(3), 1481–1509.
- Lestari, J. S., Farida, U., & Chamidah, S. (2020). Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan, Dan Lingkungan Kerjaterhadap Prestasi Kerja Guru. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 38–55.  
<https://doi.org/10.24269/asset.v2i2.2388>
- Lestari, N. W. N. D., & Warmika, I. G. K. (2019). Pengaruh Orientasi Teknologi Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6700.  
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p16>
- Maduri, Z., Hutahaean, J., & Maulina Azmi, S. R. (2021). Penerapan Strategi Customer Relationship Management Pada Penjualan Kerajinan Tangan. *JUTSI (Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi)*, 1(1), 79–88.  
<https://doi.org/10.33330/jutsi.v1i1.1048>
- Magdalena, R., & Angela Krisanti, M. (2019). Analisis Penyebab dan Solusi Rekonsiliasi Finished Goods Menggunakan Hipotesis Statistik dengan Metode Pengujian Independent Sample T-Test di PT.Merck, Tbk. *Jurnal Tekno*, 16(2), 35–48. <https://doi.org/10.33557/jtekno.v16i1.623>
- Martini, I. A. O., Karwini, N. K., Sarmawa, I. W. G., & Purnama Sari, D. M. F. (2019). The role of customer relationship management and partnership relationship management to mediate market orientation on marketing performance. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 16, 316–321.
- Mdp, S. G. I. (2021). Analisis Pengaruh Kepercayaan , Persepsi Manfaat , Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Tokopedia Berbasis Mobile Menggunakan Metode Technology Acceptance Model ( TAM ). 2(1), 126–136.
- Mirzaqon, A. T., & Purwoko, B. (2017). Studi Kepustakaan Mengenai Landasan Teori Dan Praktik Konseling Expressive Writing Library. *Jurnal BK UNESA*, 1–8.

- Mohamad Alvin Hamidun, B. S. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image (Studi Pada Followers Akun Instagram @Ouvalresearch). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 61(2), 61–68.  
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/viewFile/2573/2967>
- Mulyana, A. (2020). The effect of Customer Relationship Management (CRM) on customer loyalty. *Advances in Business, Management and Entrepreneurship*, 164–167. <https://doi.org/10.1201/9780429295348-38>
- Mustika, D. A., Wahyuni, S., & Widodo, J. (2019). PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN (Pada Sentra Industri Kerajinan Kayu Kelurahan Tanggung Kecamatan Kepanjenkidul Kota Blitar). *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(2), 85.  
<https://doi.org/10.19184/jpe.v13i2.10911>
- MUTMAINAH, N. (2017). Pengaruh motivasi, lingkungan kerja, disiplin kerja dan kompensasi kerja terhadap kinerja karyawan Bank BNI Syariah KC Semarang. *Iain Salatiga*, 1–119. [http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/2765/1/SKRIPSI NEW.pdf](http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/2765/1/SKRIPSI%20NEW.pdf)
- Na, Y. K., Kang, S., & Jeong, H. Y. (2019). The effect of market orientation on performance of sharing economy business: Focusing on marketing innovation and sustainable competitive advantage. *Sustainability (Switzerland)*, 11(3). <https://doi.org/10.3390/su11030729>
- Nguyen, H. V., Nguyen, N., Nguyen, B. K., Lobo, A., & Vu, P. A. (2019). Organic food purchases in an emerging market: The influence of consumers' personal factors and green marketing practices of food stores. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(6).  
<https://doi.org/10.3390/ijerph16061037>
- Nurhasanah, N., & Murwatiningsih, M. (2018). The Influence of Market Orientation, Learning Orientation, Innovation and Competitive Advantage to Improve Marketing Performance. *Management Analysis Journal*, 7(4), 458–468. <https://doi.org/10.15294/maj.v7i4.25637>
- Nuvriasari, A., Wicaksono, G., & Sumiyarsih, S. (2018). Peran Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Dan Strategi Bersaing Terhadap Peningkatan Kinerja Ukm. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 19(2), 241–259.  
<https://doi.org/10.24034/j25485024.y2015.v19.i2.88>
- Ode, W., Muizu, Z., & Sule, E. T. (2017). *No Title*. 9(2), 151–160.
- Oktavianus, Zaid, S., & YUsuf, H. (2016). Pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran pengolahan rumput laut di wakatobi. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 4(1),

1330–1339.

- Omar, A. M., & Atteya, N. (2020). The Impact of Digital Marketing on Consumer Buying Decision Process in the Egyptian Market. *International Journal of Business and Management*, 15(7), 120. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v15n7p120>
- Osuagwu, C. (2019). Market Orientation Conceptualizations, Components and Performance-Impacts: A Literature Review and Conceptual Framework. *International Journal of Marketing Studies*, 11(2), 102. <https://doi.org/10.5539/ijms.v11n2p102>
- Padilah, T. N., & Adam, R. I. (2019). Analisis Regresi Linier Berganda Dalam Estimasi Produktivitas Tanaman Padi Di Kabupaten Karawang. *FIBONACCI: Jurnal Pendidikan Matematika Dan Matematika*, 5(2), 117. <https://doi.org/10.24853/fbc.5.2.117-128>
- Parnataria, T. P., & Abror, A. (2019). Pengaruh Customer Satisfaction dan Trust Terhadap e-WOM: Commitment Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang). *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 1(3). <https://doi.org/10.24036/jkmw0278790>
- Pasar, O., & Kinerja, T. (2021). <https://jurnal.stieanindyaguna.ac.id/index.php> STUDI KEUNGGULAN BERSAING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA PEMASARAN Ahmad Dwi Nurdiyanto (1) , Mochamad Purnomo (2). 3(1), 137–145.
- Pasar, P. O., & Dan, O. (2021). *USAHA*. III(1), 72–81.
- Pastikarani, D. A., & Astuti, S. R. T. (2016). Analisis Pengaruh Faktor-faktor Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 1–9.
- Patras, Y. E., Hidayat, R., Lian, B., Fitria, H., & Apriana, D. (2019). (*Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, dan Supervisi Pendidikan*) P-ISSN: 2548-7094 E-ISSN 2614-8021. 4(1).
- Pebrila, L., Ramdan, A. M., & Samsudin, A. (2019). Kekuatan Pengalaman Konsumen Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Handmade Addictive. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 4, 341. <https://doi.org/10.24843/eeb.2019.v08.i04.p01>
- Pengaruh, A., Kerja, K., Kerja, M., Disiplin, D. A. N., Lengkong, V. P. K., Ekonomi, F., Manajemen, J., & Ratulangi, U. S. (2019). Analisis Pengaruh Kepuasan Kerja, Motivasi Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Umum Percetakan Negara Republik Indonesia Cabang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 841–850. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i1.22911>



- Piri, G. V, Mananeke, L., Ogi, I., At, S., Celular, C., Mananeke, L., & Ogi, I. (2021). *Jurnal EMBA Vol . 9 No . 1 Januari 2021 , Hal . 746-753*. 9(1), 746–755.
- Pohludka, M., & Štverková, H. (2019). The Best Practice of CRM Implementation for Small- and Medium-Sized Enterprises. *Administrative Sciences*, 9(1), 22. <https://doi.org/10.3390/admsci9010022>
- Prayogi, S., & Santosa, A. (2019). THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICES AND PROMOTIONS ON INTEREST IN BUYING SRI SULASTRI'S BATIK. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*. <https://doi.org/10.31846/jae.v7i1.121>
- Puspaningrum, A. (2020). Market Orientation, Competitive Advantage and Marketing Performance of Small Medium Enterprises (SMEs). *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 23(1), 19. <https://doi.org/10.14414/jebav.v23i1.1847>
- Putra, I., & Rahanatha, G. (2017). Peran Inovasi Produk Memediasi Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(8), 253758.
- Ratnasari, D., Nursehah, I., Ghina, M. M., & Yusuf, A. (2021). *Pengaruh e-crm dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan matahari departement store karawang The effect of e-crm and customer satisfaction on customer loyalty of matahari department store karawang*. 23(1), 164–171.
- Ribek, P. K. (2021). *Jurnal EMAS*.
- Rokhman, M. T. N. (2019). MARKET ORIENTATION TO IMPROVE MARKETING PERFORMANCE THROUGH THE COMPETITIVE ADVANTAGES OF BATIK SMEs. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 17(3), 489–495. <https://doi.org/10.21776/b.jam.2019.017.03.13>
- Role, T., & Customer, O. (2020). *Understanding Muslim Young Consumers On Online Shopping* : 8, 297–312.
- Rupayana, I. K., Suartina, I. W., & Mashyuni, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Impulse Buying dan Electronic Word of Mouth (EWOM) terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Smartphone Merek Oppo di Kota Denpasar. *Widya Amrita*, 1(1), 233–247. <https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i1.1167>
- Saputra, F., & Budiarti, E. (2019). Pengaruh Brand Awareness, Desain Produk, dan Pandemi Virus Corona terhadap minat beli produk emas pada PT.USB di kota Surabaya. *MInat Beli, Volume 5*, 67–82. <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/JEM17/article/view/4609>
- Saputra, R. (2019). 濟無No Title No Title. *Journal of Chemical Information and*

*Modeling*, 53(9), 1689–1699.

- Sari, S. D., Saroh, S., & Zunaida, D. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk Dan Jaringan Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Ikm Rotan Di .... *Jiagabi*, 9(1), 85–93.  
<http://riset.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/view/6127>
- SARif, M. S. (2016). EWOM: Sebagai Faktor Analisis Dalam Menentukan Kredibilitas dan Pengadopsian eWOM Bagi Wisatawan Pada Forum Diskusi. *Jimfeb*, 4(2), 1–24.
- Sefnedi, S. (2017). the Market Orientation and Performance Relationship: the Empirical Link in Private Universities. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 19(1), 28–37. <https://doi.org/10.9744/jmk.19.1.28-37>
- Setyaleksana, B. Y., Suharyono, & Yulianto, E. (2017). Pengaruh Customer Relation Ship Management (CRM) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 46(1), 45–51.
- Silaban, B. E., Rosdiana, D., Nusantara, I. B., Silaban, B. E., Pengaruh, R., & Layanan, K. (2020). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ONLINE SHOP SOCIOLLA. *Manajemen Bisnis*, 23(3), 202–224.
- Society, J. E., & Society, J. E. (2017). [www.econstor.eu](http://www.econstor.eu).
- Soinbala, R., & Bessie, J. L. D. (2020). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH ( e-WOM ) MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ( Studi Pada Oncu ' s Fruit Dessert ). *GLORY: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, 1(1), 65–83.
- Solichin, A., Resky Amalia, D. A., Katniaty, L., Wisudawati, T., Sulistyowati, E., & Saputro, W. A. (2021). Pengaruh E-Wom Dan Risk Perception Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 1(02), 2–9. <https://doi.org/10.46772/jecma.v1i02.355>
- Suarsa, S. H., & Indonesia, P. P. (2020). *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH ( EWOM ) PADA ONLINE TRAVEL AGENT ( OTA ) TRAVELOKA TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI TOPAS GALERIA HOTEL , BANDUNG. July*. <https://doi.org/10.34308/eqien.v7i1.112>
- Suasapha, A. H. (2020). Skala Likert Untuk Penelitian Pariwisata; Beberapa Catatan Untuk Menyusunnya Dengan Baik. *Jurnal Kepariwisataaan*, 19(1), 26–37. <https://doi.org/10.52352/jpar.v19i1.407>
- Sugiyono. (2017). *Download metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r & d sugiyono pdf Click here to get file*. 380.
- Sulaeman, M. (2018). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Dan

- Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Industri Tahu Di Sentra Industri Tahu Kota Banjar). *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 2(1), 153–165. <https://doi.org/10.25139/jai.v2i1.909>
- Sulthana, A. N., & Vasantha, S. (2019). Influence of electronic word of mouth eWOM on purchase intention. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(10), 1–5.
- Sunarsasi & Hartono, N. R. (2020). Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Blitar (Studi Pada UKM Cap Kuda Terbang Bu Sulasmi). *Jurnal Translitera*, 9(1), 22–31.
- Sundström, A., Hyder, A. S., & Chowdhury, E. H. (2020). Market-oriented CSR implementation in SMEs with sustainable innovations: an action research approach. *Baltic Journal of Management*, 15(5), 775–795. <https://doi.org/10.1108/BJM-03-2020-0091>
- Suwarduki, P., Yulianto, E., & Mawardi, M. (2016). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP CITRA DESTINASI SERTA DAMPAKNYA PADA MINAT DAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Survei pada Followers Aktif Akun Instagram Indtravel yang Telah Mengunjungi Destinasi Wisata di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya*, 37(2), 1–10.
- Syafruddin, Asdar, M., Parawansa, D. A., & Nohong, M. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Teknologi Terhadap Kinerja Usaha UKM. *Equilibrium Journal*, 2(1), 1–9.
- Syah, M. A., & Indriani, F. (2020). Analisis Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik ( Studi Kasus pada Pengguna Famaledaily Indonesia ). *Diponegoro Journal of Management*, 9, 1–9.
- Takaya, R. (2019). Antecedents Analysis of Purchase Intention. *Business and Entrepreneurial Review*, 16(1), 1. <https://doi.org/10.25105/ber.v16i1.4906>
- Taluke, D., Lakat, R. S. M., Sembel, A., Mangrove, E., & Bahwa, M. (2019). Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove Di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat. *Spasial*, 6(2), 531–540.
- Tambat, K., Merauke, K., & Pada, F. M. (2016). *No Title*. 2, 135–155.
- Tussaddiah, H., Helmi, M., & Yoeseran, M. (2020). TERHADAP KINERJA EKSPOR PERUSAHAAN PADA PT SARIKAYA SEGA UTAMA BANJARBARU KALIMANTAN SELATAN *The Influence Of Market Orientation And Product Innovation On The Performance Of Exports Of Companies In PT Sarikaya Sega Utama Banjarbaru Kalimantan Selatan*. 03(2), 245–252.

- Umam, K. (2017). Model Kapabilitas “Customer Relationship Marketing: Pada Industri Tepung Tapioka Di Kabupaten Pati. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1), 56. <https://doi.org/10.30659/ekobis.18.1.56-70>
- Utara, K. M. (2018). *Jurnal Ilmiah Administratie*.
- Widodo, S., & Watiningsih, F. (2020). Peran Pasar Tradisional Dan Pasar Kontemporer Sebagai Karakteristik Bangsa Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Lingkungan Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Feasible (Jif)*, 2(1), 95. <https://doi.org/10.32493/fb.v2i1.2020.95-107.3715>
- Wijaya, P. Y. (2021). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Dampaknya Terhadap Kinerja Pemasaran*. 1(2), 457–470.
- Wijayanti, R. F., Pribadi, J. D., & Budiarti, L. (2018). Pengaruh Orientasi Belanja Konsumen Terhadap Minat Pembelian Secara Online. *Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 12, 162–168.
- Yafi, M. A. (2021). *PERAN MEDIASI ORIENTASI KEWIRUSAHAAN PADA ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN* Muhammad Ali Yafi. 6(2009), 79–93.
- Yuen, K. F., Wang, X., Ma, F., & Li, K. X. (2020). *The Psychological Causes of Panic Buying Following a Health Crisis*.
- Yulianton, H., Sutanto, F. A., & Hadiono, K. (2017). Analisa Electronic Word of Mouth (E-Wom) Pada Media Sosial Twitter. *Dinamik*, 22(1), 11–22. <https://doi.org/10.35315/dinamik.v22i1.7102>
- Yuliardi, R., & Nuraeni, Z. (2017). *Statistika Penelitian plus tutorial spss* (1st ed.). Innosain.
1234457. (2021). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析*Title. 6(3), 6.
- A Djamaris, A. R., & Th Anitawati, M. (2018). Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Inovasi Produk Padaukm Smesco. *Management, and Industry (JEMI)*, 1(2), 52–69.
- Adhimah, S. (2020). Peran orang tua dalam menghilangkan rasa canggung anak usia dini (studi kasus di desa karangbong rt. 06 rw. 02 Gedangan-Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Anak*, 9(1), 57–62. <https://doi.org/10.21831/jpa.v9i1.31618>
- Ahidin, U. (n.d.). *The Effect between Product Quality and Promotional Activities on Consumer Purchase Interest ( A Case Study of Garuda Peanut Products Produced by PT . Garudafood , Tbk )*. 3821–3830.

- Ahmadi, A. (2021). *Meningkatkan Loyalitas Nasabah Melalui Customer Relationship Management Dan Kepercayaan ( Survey Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Sarolangun )*. 2(1), 47–60.
- Aini, Z. B. N., Saroh, S., & Dadang Krisdianto. (2021). *Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung (Studi Kasus Pada Pengunjung Pantai Boom Banyuwangi)*. 10(1), 132–139.
- Aji, N. S., Djawahir, A. H., & Rofiq, A. (2019). Promotions on Purchasing Decisions Mediated in Purchase Motivation. *Journal of Applied Management*, 17(1), 153–161.
- Almarshad, M. N. D., Al-Nawafah, S. S., & Al Tahrawi, M. H. A. (2020). The role of customer relationship management success factors on enhancing the mental image of telecommunications companies in Jordan. *Management Science Letters*, 10(15), 3515–3526. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.6.043>
- Alokla, M., Alkhateeb, M., Abbad, M., & Jaber, F. (2019). Customer relationship management: A review and classification. *Transnational Marketing Journal*, 7(2), 187–210. <https://doi.org/10.33182/tmj.v7i2.734>
- Amil, B., Nasional, Z., BAZNAS, Badan, K., Zakat, A., Republik, N., د. غسان, Badan Amil Zakat Nasional, Dana, L. P. L. D. A. N., Keuangaii, L., Beraktiir, Y., Relief, H., Hall, J. K., Weinberger, R., Marco, S., Steinitz, G., Moula, S., Accountants, R. P., Report, A. A. S., ... Eddy, S. A. (2020). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 21(1), 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.tmaid.2020.101607%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ijjsu.2020.02.034%0Ahttps://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/cjag.12228%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ssci.2020.104773%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.jinf.2020.04.011%0Ahttps://doi.org>
- Andarini, M., & Laely, N. (2019). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Keunggulan Bersaing Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Usaha Kecil Industri Makanan Di Bakorwil II Jawa Timur. *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 12(2), 23–41. <https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v12i2.898>
- Anim, P. A., Agbemabiese, G. C., Acheampong, G., Adams, M., & Boakye, E. (2018). *Market Orientation , Innovation and Business Performance : Insight from Womenpreneurs in the Fashion Industry in Ghana Market Orientation , Innovation and Business Performance : Insight from Womenpreneurs in the Fashion Industry in Ghana. April*.
- Ardana, Y. A., & Rastini, N. M. (2018). Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh E-Wom Terhadap Minat Beli Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(11), 5901.

<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i11.p04>

- Arifudin, Aldisa., Brasit, Nurdin., Parawansa, D. A. . (2018). Pegawai Dinas Perhubungan Kabupaten Merauke the Influence of Empowerment and Organizational Culture on Work Satisfaction and Their Impact on Employee. *Hjabe*, 1(3), 15–36.
- Ariyanto, H. H. (2021). *Studi Ekplorasi Peranan Kualitas Layanan , Pengalaman , dan Kepuasan terhadap Electronic Word-of-Mouth ( e-WOM ) pada Industri Perhotelan*. 4(2), 183–196.
- Ashrafi, A., & Zare Ravasan, A. (2018). How market orientation contributes to innovation and market performance: the roles of business analytics and flexible IT infrastructure. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 33(7), 970–983. <https://doi.org/10.1108/JBIM-05-2017-0109>
- Auliya, Z. F., Rifqi, M., Umam, K., & Prastiwi, S. K. (2017). *Online Customer Review (OTRs) dan Rating Kekuatan baru pada Pemasaran Online di Indonesia*. 89–98.
- Ayu, I., & Indriani, D. (2016). *ANALYSIS THE FACTORS INFLUENCE CONSUMER BUYING DECISION ON ONLINE SHOPPING CLOTHING FOR CONSUMER IN MANADO*. 4(1), 1166–1177.
- Badir, M., & Andjarwati, A. L. (2020). The Effect of E-WOM, Ease of Use and Trust on Purchase Decisions (Study on Tokopedia Application Users). *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 7(1), 39. <https://doi.org/10.24252/minds.v7i1.13715>
- Bastian, I., Winardi, R. D., & Fatmawati, D. (2018). *Metoda Wawancara. Universitas Gadjah Mada, September 2018*, 53–99.
- Basuki, K. (2019). 濟無No Title No Title. *ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*, 53(9), 1689–1699. [www.journal.uta45jakarta.ac.id](http://www.journal.uta45jakarta.ac.id)
- Curatman A., Rahmadi, Maulany, S., Ikhsani, M. . (2016). Analisis Faktor-faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon. *Jurnal Logika*.
- Darmalaksana, W. (2020). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan. *Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 1–6. [http://digilib.uinsgd.ac.id/32855/1/Metode Penelitian Kualitatif.pdf](http://digilib.uinsgd.ac.id/32855/1/Metode%20Penelitian%20Kualitatif.pdf)
- Del Prete, M., & Samoggia, A. (2020). Chocolate consumption and purchasing behaviour review: Research issues and insights for future research. *Sustainability (Switzerland)*, 12(14). <https://doi.org/10.3390/su12145586>

- Dewi, S. T. (2016). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi pada Industri Batik di Kota dan Kabupaten Pekalongan). *Ekonomi Dan Bisnis*, 80. <https://core.ac.uk/download/pdf/11715776.pdf>
- Dr. Meithiana Indrasari, S.T., M. M. K. (2017). Kepuasan Kerja dan Kinerja Karyawan Tinjauan dari Dimensi Iklim Organisasi , Kreativitas Individu, dan Karakteristik Pekerjaan. *Yogyakarta: Indomedia Pustaka*, 1–85.
- Elahi, A., Sajjad Hosain, M., & Rasel, M. (2020). International Journal of Technology for Business (IJTB) Formulation and Implementation of CRM for Service Firms. *International Journal of Technology for Business*, 2(1), 1–7. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3894369>
- Elen, & Raymond. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada J&T Express Indosat. *Jurnal Ilmiah Core IT, Vol. 8(1)*, 142–155.
- Erika Desi Lestari, C. G. (2020). Pengaruh E-Wom Pada Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Pada Minat Beli. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Blisnis Dan Sosial Available*, 1(46), 34–39.
- Faraj Aldaihani, F. M., Bin Ali, N. A., Hashim, H. B., & Basha, N. K. (2020). Impact of social customer relationship management on customer retention of Islamic banks in Kuwait: The mediating role of customer empowerment. *International Journal of Supply Chain Management*, 9(1), 330–337.
- Farki, A., Baihaqi, I., & Wibawa, M. (2016). *Pengaruh online customer review rating terhadap kepercayaan place di indonesia*. 5(2).
- Faza, M. A. (2019). *Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Minat Beli melalui Citra Merek*. 53(9), 1689–1699.
- Febriansyah, A. (2017). Tinjauan Atas Proses Penyusunan Laporan Keuangan Pada Young Enterpreneur Academy Indonesia Bandung. *Jurnal Riset Akuntansi*, 8(2). <https://doi.org/10.34010/jra.v8i2.525>
- Foster, B., & Johansyah, M. D. (2019). The effect of product quality and price on buying interest with risk as intervening variables (study on Lazada.com site users). *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 9(12), 66–78.
- Giuma Mahfud, M. A., & Soltes, V. (2016). Effect Of E-Service Quality On Consumer Interest Buying (Case Study On The Website Korean Denim). *IOSR Journal of Economics and Finance*, 07(04), 61–67. <https://doi.org/10.9790/5933-0704016167>
- Goleman et al., 2019. (2019). 濟無No Title No Title. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

- Habibillah, M. W. (2018). "Pengaruh CRM Terhadap Kepercayaan Konsumen serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Survey pada Petani Desa Donowarih, Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang." *Cakrawala*, 12(1). <https://doi.org/10.32781/cakrawala.v12i1.263>
- Hadi, S., Rini, E. S., Karina, B., & Sembiring, F. (2020). *The Influence of Perception of Value , Brand Awareness , and Customer Motivation on Purchasing Interest at Johor Summerville Residence Medan*. 7(November 2018), 129–136.
- Halin, H., Wijaya, H., & Yusilpi, R. (2017). Pengaruh Harga Jual Kaca Patri Jenis Silver Terhadap Nilai Penjualan Pada Cv. Karunia Kaca Palembang Tahun 2004-2015. *Jurnal Ecoment Global*, 2(2), 49. <https://doi.org/10.35908/jeg.v2i2.251>
- Harisno, H., & Herby, D. (2018). The Analysis of Factors Affecting the Buying Interest of E-Commerce Customers. *CommIT (Communication and Information Technology) Journal*, 12(1), 13. <https://doi.org/10.21512/commit.v12i1.2089>
- Hasanah, H. (2017). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Hasanat, M. W., Hoque, A., & Hamid, A. B. A. (2019). *Effect of Customer Relationship Management in Digital*. 2016, 167–176.
- Hasna, S., & Irwansyah, I. (2019). Electronic Word of Mouth Sebagai Strategi Public Relation Di Era Digital. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 18. <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.1.18-27>
- Hendrayati, H., & Karimah Syahidah, R. (2018). Barriers and Possibilities of Implementation of Customer Relationship Management on Small and Medium Enterprises by Womenpreneurs. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 19(2), 72–87. <https://doi.org/10.24198/jbm.v19i2.196>
- Herdiana, T., & Purnama Alamsyah, D. (2017). Country of Origin Dan Citra Merek: Upaya Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 1(1), 31. <https://doi.org/10.33603/jibm.v1i1.488>
- Holfian Daulat Tambun Saribu, Rahmat Eli Putra Gulo, Theresa Rebecca, Bardon Mogan Sihotang, A. E. N. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT MARK DYNAMIC INDONESIA, MEDAN. *Akrab Juara*, 5(3), 274–284.
- Humaira, A., & Wibowo, L. A. (2017). Analisis Faktor Elektronik Word of Mouth (Ewom) Dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan. *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 6(2), 1049.



<https://doi.org/10.17509/thej.v6i2.5515>

- Hussein, A. S. (2019). Entrepreneurial Market Orientation and Marketing Performance: An Evidence From Malang Soybean Cracker Industry. *Jurnal Sosial Humaniora*, 0(01), 10. <https://doi.org/10.12962/j24433527.v0i01.5764>
- Ibrahim, A., & Amatullah, S. (2018). Implementing Customer Relationship Management to Increase Education Service using Service Quality Method. *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence*, 4(2), 148. <https://doi.org/10.20473/jisebi.4.2.148-155>
- Irawan, A. (2019). Analisis Customer Relationship Management (CRM) terhadap Customer Relationship Quality (CRQ) dan Customer Lifetime Value (CLV) Rumah Zakat di Indonesia. *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi*, 10(1), 99. <https://doi.org/10.18592/at-taradhi.v10i1.2802>
- Ivan Sindunata, B. A. W. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian di agoda.com. *Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 6(1), 128–138.
- Jyaningrum, E., & Sanawiri, B. (2018a). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 54(1), 149–158. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2227>
- Jyaningrum, E., & Sanawiri, B. (2018b). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Kamila, K. T., Suharyono, & Perwangsa Nuralam, I. (2019). Pengaruh Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian ( Survei pada Mahasiswa Universitas Brawijaya TA 2015 / 2016 – 2018 / 2019 yang Pernah Membeli dan Menggunakan Xiaomi Smartphone ). *Journal Administrasi Bisnis*, 72(1), 202–211. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2855>
- Kampani, N., & Jhamb, D. (2020). Analyzing the role of E-CRM in managing customer relations: A critical review of the literature. *Journal of Critical Reviews*, 7(4), 221–226. <https://doi.org/10.31838/jcr.07.04.41>
- Ketut, N., Satwika, P., Made, N., Kusuma, W., & Free, A. (2018). Keunggulan Kompetitif Dan Kinerja Bisnis. *Keunggulan Kompetitif*, 7(3), 1481–1509.
- Lestari, J. S., Farida, U., & Chamidah, S. (2020). Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan, Dan Lingkungan Kerjaterhadap Prestasi Kerja Guru. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 38–55. <https://doi.org/10.24269/asset.v2i2.2388>

- Lestari, N. W. N. D., & Warmika, I. G. K. (2019). Pengaruh Orientasi Teknologi Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6700.  
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p16>
- Maduri, Z., Hutahaean, J., & Maulina Azmi, S. R. (2021). Penerapan Strategi Customer Relationship Management Pada Penjualan Kerajinan Tangan. *JUTSI (Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi)*, 1(1), 79–88.  
<https://doi.org/10.33330/jutsi.v1i1.1048>
- Magdalena, R., & Angela Krisanti, M. (2019). Analisis Penyebab dan Solusi Rekonsiliasi Finished Goods Menggunakan Hipotesis Statistik dengan Metode Pengujian Independent Sample T-Test di PT.Merck, Tbk. *Jurnal Tekno*, 16(2), 35–48. <https://doi.org/10.33557/jtekno.v16i1.623>
- Martini, I. A. O., Karwini, N. K., Sarmawa, I. W. G., & Purnama Sari, D. M. F. (2019). The role of customer relationship management and partnership relationship management to mediate market orientation on marketing performance. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 16, 316–321.
- Mdp, S. G. I. (2021). Analisis Pengaruh Kepercayaan , Persepsi Manfaat , Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Tokopedia Berbasis Mobile Menggunakan Metode Technology Acceptance Model ( TAM ). 2(1), 126–136.
- Mirzaqon, A. T., & Purwoko, B. (2017). Studi Kepustakaan Mengenai Landasan Teori Dan Praktik Konseling Expressive Writing Library. *Jurnal BK UNESA*, 1–8.
- Mohamad Alvin Hamidun, B. S. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image (Studi Pada Followers Akun Instagram @Ouvalresearch). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 61(2), 61–68.  
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/viewFile/2573/2967>
- Mulyana, A. (2020). The effect of Customer Relationship Management (CRM) on customer loyalty. *Advances in Business, Management and Entrepreneurship*, 164–167. <https://doi.org/10.1201/9780429295348-38>
- Mustika, D. A., Wahyuni, S., & Widodo, J. (2019). PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN (Pada Sentra Industri Kerajinan Kayu Kelurahan Tanggung Kecamatan Kepanjenkidul Kota Blitar). *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(2), 85.  
<https://doi.org/10.19184/jpe.v13i2.10911>
- MUTMAINAH, N. (2017). Pengaruh motivasi, lingkungan kerja, disiplin kerja

dan kompensasi kerja terhadap kinerja karyawan Bank BNI Syariah KC Semarang. *Iain Salatiga*, 1–119. [http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/2765/1/SKRIPSI NEW.pdf](http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/2765/1/SKRIPSI%20NEW.pdf)

- Na, Y. K., Kang, S., & Jeong, H. Y. (2019). The effect of market orientation on performance of sharing economy business: Focusing on marketing innovation and sustainable competitive advantage. *Sustainability (Switzerland)*, 11(3). <https://doi.org/10.3390/su11030729>
- Nguyen, H. V., Nguyen, N., Nguyen, B. K., Lobo, A., & Vu, P. A. (2019). Organic food purchases in an emerging market: The influence of consumers' personal factors and green marketing practices of food stores. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(6). <https://doi.org/10.3390/ijerph16061037>
- Nurhasanah, N., & Murwatiningsih, M. (2018). The Influence of Market Orientation, Learning Orientation, Innovation and Competitive Advantage to Improve Marketing Performance. *Management Analysis Journal*, 7(4), 458–468. <https://doi.org/10.15294/maj.v7i4.25637>
- Nuvriasari, A., Wicaksono, G., & Sumiyarsih, S. (2018). Peran Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Dan Strategi Bersaing Terhadap Peningkatan Kinerja Ukm. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 19(2), 241–259. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2015.v19.i2.88>
- Ode, W., Muizu, Z., & Sule, E. T. (2017). *No Title*. 9(2), 151–160.
- Oktavianus, Zaid, S., & YUsuf, H. (2016). Pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran pengolahan rumput laut di wakatobi. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako*, 4(1), 1330–1339.
- Omar, A. M., & Atteya, N. (2020). The Impact of Digital Marketing on Consumer Buying Decision Process in the Egyptian Market. *International Journal of Business and Management*, 15(7), 120. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v15n7p120>
- Osuagwu, C. (2019). Market Orientation Conceptualizations, Components and Performance-Impacts: A Literature Review and Conceptual Framework. *International Journal of Marketing Studies*, 11(2), 102. <https://doi.org/10.5539/ijms.v11n2p102>
- Padilah, T. N., & Adam, R. I. (2019). Analisis Regresi Linier Berganda Dalam Estimasi Produktivitas Tanaman Padi Di Kabupaten Karawang. *FIBONACCI: Jurnal Pendidikan Matematika Dan Matematika*, 5(2), 117. <https://doi.org/10.24853/fbc.5.2.117-128>
- Parnataria, T. P., & Abror, A. (2019). Pengaruh Customer Satisfaction dan Trust Terhadap e-WOM: Commitment Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada

- Mahasiswa Universitas Negeri Padang). *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 1(3). <https://doi.org/10.24036/jkmw0278790>
- Pasar, O., & Kinerja, T. (2021). <https://jurnal.stieanindyaguna.ac.id/index.php> *STUDI KEUNGGULAN BERSAING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA PEMASARAN* Ahmad Dwi Nurdiyanto (1) , Mochamad Purnomo (2). 3(1), 137–145.
- Pasar, P. O., & Dan, O. (2021). *USAHA*. III(1), 72–81.
- Pastikarani, D. A., & Astuti, S. R. T. (2016). Analisis Pengaruh Faktor-faktor Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 1–9.
- Patras, Y. E., Hidayat, R., Lian, B., Fitria, H., & Apriana, D. (2019). (*Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, dan Supervisi Pendidikan*) P-ISSN: 2548-7094 E-ISSN 2614-8021. 4(1).
- Pebrila, L., Ramdan, A. M., & Samsudin, A. (2019). Kekuatan Pengalaman Konsumen Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Handmade Addictive. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 4, 341. <https://doi.org/10.24843/eeb.2019.v08.i04.p01>
- Pengaruh, A., Kerja, K., Kerja, M., Disiplin, D. A. N., Lengkong, V. P. K., Ekonomi, F., Manajemen, J., & Ratulangi, U. S. (2019). Analisis Pengaruh Kepuasan Kerja, Motivasi Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Umum Percetakan Negara Republik Indonesia Cabang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 841–850. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i1.22911>
- Piri, G. V, Mananeke, L., Ogi, I., At, S., Celular, C., Mananeke, L., & Ogi, I. (2021). *Jurnal EMBA Vol . 9 No . 1 Januari 2021 , Hal . 746-753*. 9(1), 746–755.
- Pohludka, M., & Štverková, H. (2019). The Best Practice of CRM Implementation for Small- and Medium-Sized Enterprises. *Administrative Sciences*, 9(1), 22. <https://doi.org/10.3390/admsci9010022>
- Prayogi, S., & Santosa, A. (2019). THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICES AND PROMOTIONS ON INTEREST IN BUYING SRI SULASTRI'S BATIK. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*. <https://doi.org/10.31846/jae.v7i1.121>
- Puspaningrum, A. (2020). Market Orientation, Competitive Advantage and Marketing Performance of Small Medium Enterprises (SMEs). *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 23(1), 19. <https://doi.org/10.14414/jebav.v23i1.1847>
- Putra, I., & Rahanatha, G. (2017). Peran Inovasi Produk Memediasi Orientasi

Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(8), 253758.

Ratnasari, D., Nursehah, I., Ghina, M. M., & Yusuf, A. (2021). *Pengaruh e-crm dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan matahari departement store karawang The effect of e-crm and customer satisfaction on customer loyalty of matahari department store karawang*. 23(1), 164–171.

Ribek, P. K. (2021). *Jurnal EMAS*.

Rokhman, M. T. N. (2019). MARKET ORIENTATION TO IMPROVE MARKETING PERFORMANCE THROUGH THE COMPETITIVE ADVANTAGES OF BATIK SMEs. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 17(3), 489–495. <https://doi.org/10.21776/b.jam.2019.017.03.13>

Role, T., & Customer, O. (2020). *Understanding Muslim Young Consumers On Online Shopping* : 8, 297–312.

Rupayana, I. K., Suartina, I. W., & Mashyuni, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Impulse Buying dan Electronic Word of Mouth (EWOM) terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Smartphone Merek Oppo di Kota Denpasar. *Widya Amrita*, 1(1), 233–247. <https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i1.1167>

Saputra, F., & Budiarti, E. (2019). Pengaruh Brand Awareness, Desain Produk, dan Pandemi Virus Corona terhadap minat beli produk emas pada PT.USB di kota Surabaya. *MInat Beli, Volume 5*, 67–82. <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/JEM17/article/view/4609>

Saputra, R. (2019). 濟無No Title No Title. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Sari, S. D., Saroh, S., & Zunaida, D. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk Dan Jaringan Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Ikm Rotan Di .... *Jiagabi*, 9(1), 85–93. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/view/6127>

SArif, M. S. (2016). EWOM: Sebagai Faktor Analisis Dalam Menentukan Kredibilitas dan Pengadopsian eWOM Bagi Wisatawan Pada Forum Diskusi. *Jimfeb*, 4(2), 1–24.

Sefnedi, S. (2017). the Market Orientation and Performance Relationship: the Empirical Link in Private Universities. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 19(1), 28–37. <https://doi.org/10.9744/jmk.19.1.28-37>

Setyaleksana, B. Y., Suharyono, & Yulianto, E. (2017). Pengaruh Customer Relation Ship Management (CRM) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 46(1), 45–51.

- Silaban, B. E., Rosdiana, D., Nusantara, I. B., Silaban, B. E., Pengaruh, R., & Layanan, K. (2020). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ONLINE SHOP SOCIOLLA. *Manajemen Bisnis*, 23(3), 202–224.
- Society, J. E., & Society, J. E. (2017). *www.econstor.eu*.
- Soinbala, R., & Bessie, J. L. D. (2020). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH ( e-WOM ) MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ( Studi Pada Oncu ' s Fruit Dessert ). *GLORY: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, 1(1), 65–83.
- Solichin, A., Resky Amalia, D. A., Katniaty, L., Wisudawati, T., Sulistyowati, E., & Saputro, W. A. (2021). Pengaruh E-Wom Dan Risk Perception Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan. *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 1(02), 2–9. <https://doi.org/10.46772/jecma.v1i02.355>
- Suarsa, S. H., & Indonesia, P. P. (2020). *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH ( EWOM ) PADA ONLINE TRAVEL AGENT ( OTA ) TRAVELOKA TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI TOPAS GALERIA HOTEL , BANDUNG*. July. <https://doi.org/10.34308/eqien.v7i1.112>
- Suasapha, A. H. (2020). Skala Likert Untuk Penelitian Pariwisata; Beberapa Catatan Untuk Menyusunnya Dengan Baik. *Jurnal Kepariwisataaan*, 19(1), 26–37. <https://doi.org/10.52352/jpar.v19i1.407>
- Sugiyono. (2017). *Download metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r & d sugiyono pdf Click here to get file*. 380.
- Sulaeman, M. (2018). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Industri Tahu Di Sentra Industri Tahu Kota Banjar). *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 2(1), 153–165. <https://doi.org/10.25139/jai.v2i1.909>
- Sulthana, A. N., & Vasantha, S. (2019). Influence of electronic word of mouth eWOM on purchase intention. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(10), 1–5.
- Sunarsasi & Hartono, N. R. (2020). Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Blitar (Studi Pada UKM Cap Kuda Terbang Bu Sulasmi). *Jurnal Translitera*, 9(1), 22–31.
- Sundström, A., Hyder, A. S., & Chowdhury, E. H. (2020). Market-oriented CSR implementation in SMEs with sustainable innovations: an action research approach. *Baltic Journal of Management*, 15(5), 775–795. <https://doi.org/10.1108/BJM-03-2020-0091>
- Suwarduki, P., Yulianto, E., & Mawardi, M. (2016). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP CITRA DESTINASI

SERTA DAMPAKNYA PADA MINAT DAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG (Survei pada Followers Aktif Akun Instagram Indtravel yang Telah Mengunjungi Destinasi Wisata di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 37(2), 1–10.

- Syafruddin, Asdar, M., Parawansa, D. A., & Nohong, M. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Teknologi Terhadap Kinerja Usaha UKM. *Equilibrium Journal*, 2(1), 1–9.
- Syah, M. A., & Indriani, F. (2020). Analisis Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik ( Studi Kasus pada Pengguna Famaledaily Indonesia ). *Diponegoro Journal of Management*, 9, 1–9.
- Takaya, R. (2019). Antecedents Analysis of Purchase Intention. *Business and Entrepreneurial Review*, 16(1), 1. <https://doi.org/10.25105/ber.v16i1.4906>
- Taluke, D., Lakat, R. S. M., Sembel, A., Mangrove, E., & Bahwa, M. (2019). Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove Di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat. *Spasial*, 6(2), 531–540.
- Tambat, K., Merauke, K., & Pada, F. M. (2016). *No Title*. 2, 135–155.
- Tussaddiah, H., Helmi, M., & Yoهران, M. (2020). *TERHADAP KINERJA EKSPOR PERUSAHAAN PADA PT SARIKAYA SEGA UTAMA BANJARBARU KALIMANTAN SELATAN The Influence Of Market Orientation And Product Innovation On The Performance Of Exports Of Companies In PT Sarikaya Sega Utama Banjarbaru Kalimantan Selatan*. 03(2), 245–252.
- Umam, K. (2017). Model Kapabilitas “Customer Relationship Marketing: Pada Industri Tepung Tapioka Di Kabupaten Pati. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1), 56. <https://doi.org/10.30659/ekobis.18.1.56-70>
- Utara, K. M. (2018). *Jurnal Ilmiah Administratie*.
- Widodo, S., & Watiningsih, F. (2020). Peran Pasar Tradisional Dan Pasar Kontemporer Sebagai Karakteristik Bangsa Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Lingkungan Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Feasible (Jif)*, 2(1), 95. <https://doi.org/10.32493/fb.v2i1.2020.95-107.3715>
- Wijaya, P. Y. (2021). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Dampaknya Terhadap Kinerja Pemasaran*. 1(2), 457–470.
- Wijayanti, R. F., Pribadi, J. D., & Budiarti, L. (2018). Pengaruh Orientasi Belanja Konsumen Terhadap Minat Pembelian Secara Online. *Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 12, 162–168.

- Yafi, M. A. (2021). *PERAN MEDIASI ORIENTASI KEWIRUSAHAAN PADA ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN Muhammad Ali Yafi. 6(2009), 79–93.*
- Yuen, K. F., Wang, X., Ma, F., & Li, K. X. (2020). *The Psychological Causes of Panic Buying Following a Health Crisis.*
- Yulianton, H., Sutanto, F. A., & Hadiono, K. (2017). Analisa Electronic Word of Mouth (E-Wom) Pada Media Sosial Twitter. *Dinamik*, 22(1), 11–22.  
<https://doi.org/10.35315/dinamik.v22i1.7102>
- Yuliardi, R., & Nuraeni, Z. (2017). *Statistika Penelitian plus tutorial spss* (1st ed.). Innosain.