

DAFTAR PUSTAKA

- Apriadi, P., & Sutrisna, E. (2023). Perancangan aplikasi absensi karyawan berbasis mobile menggunakan GPS (Studi kasus PT. Trans Retail Indonesia). *Journal Automation Computer Information System*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.47134/jacis.v3i1.54>
- Danuri, M. (2019, September 30). *PERKEMBANGAN DAN TRANSFORMASI TEKNOLOGI DIGITAL*. Danuri | Jurnal Ilmiah Infokam. <https://amikjtc.com/jurnal/index.php/jurnal/article/view/178/155>
- Erwin, E., et al. (2024). Pemasaran Digital : Teori dan Implementasi. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Fonna, N. (2019). Pengembangan Revolusi Industri 4.0 dalam Berbagai Bidang. Guepedia.
- Goldblatt, J. J., & Lee, Seungwon. S. (2020). Special Events: The Brave New World for Bolder and Better Live Events. Wiley.
- Helianthusonfri, J. (2022). 10 Juta Pertama dari Google AdSense. ELEX MEDIA KOMPUTINDO.
- Hidayat, K. A., & Martini, E. (2020). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING PADA CUSTOMER ENGAGEMENT DAN DAMPAKNYA TERHADAP BRAND LOYALTY DI

BUTTONSCARVES. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(5), 679–691.

<https://doi.org/10.52160/ejmm.v4i5.383>

Indriyatmoko, T., & Rahardi, M. (2021). *Relevansi Search Engine Optimization (SEO) on-pages di 2021*. Neliti.

<https://www.neliti.com/publications/424965/relevansi-search-engine-optimization-seo-on-pages-di-2021>

Ira, L. (2023, September 19). Tugas Marketing dan Fungsinya Dalam Perusahaan.

Tempo. <https://bisnis.tempo.co/read/1773751/tugas-marketing-dan-fungsinya-dalam-perusahaan>

Karim, A. H. D., et al. (2023). MANAJEMEN TRANSPORTASI. Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.

Kelsey, T. (2017). *Introduction to Social Media Marketing*. Apress.

Lady, L., & Umyati, A. (2021). *Human Error dalam Berkendara Berdasarkan Kebiasaan Pelanggaran oleh Pengemudi*. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik*, 8 (1). <https://eprints.untirta.ac.id/8485/>

Mukhlis, R. I., et al., (2023). *DIGITAL MARKETING STRATEGY : Panduan Praktis & Strategi Pemasaran Digital Terkini*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Permana, A. A., et al. (2023). *ARTIFICIAL INTELLIGENCE MARKETING*. GET PRESS Indonesia.

Rabbani, B. D., et al. (2022). KOMUNIKASI PEMASARAN. PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.

Saifullah, H., & Asnawi, N. (2024). Pengaruh event marketing “Social Media Expert Series” terhadap purchase intention yang dimediasi oleh brand awareness pada produk PracticLass by Ngalup.co. *www.yrpiiku.com*.
<https://doi.org/10.37385/msej.v5i2.4885>

Sari, H. O., et al. (2023). DIGITAL MARKETING : Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Sirait, F. E. T. (2022). Dampak Revolusi Industri 4.0 pada Industri Teknologi Komunikasi di Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains & Humaniora/Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 6(1), 132–139.
<https://doi.org/10.23887/jppsh.v6i1.28153>

Suwardana, H. (2018). Revolusi Industri 4. 0 Berbasis Revolusi Mental. JATI UNIK: Jurnal Ilmiah Teknik Dan Manajemen Industri, 1(2), 109–118.
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JPPSH/article/view/28153/22149>

Transtrack. (n.d.). *Digitalisasi Pengoptimal Operasi Armada dan Layanan Logistik*. TransTRACK. <https://www.transtrack.co/id-ID>