

DAFTAR PUSTAKA

- Balmer, J. M. T. (2017). Advances in corporate brand, corporate heritage, corporate identity and corporate marketing scholarship. *European Journal of Marketing*, 51. <https://doi.org/10.1108/EJM-07-2017-0447>
- Dekoruma. (2024). *Dekoruma Portofolio*. <https://www.dekoruma.com/business#portfolio>
- Garaika, & Feriyan, W. (2019). Promosi dan pengaruhnya terhadap terhadap animo calon mahasiswa baru dalam memilih perguruan tinggi swasta. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, 16, 23.
- Hakim, B. (2015). *Saya pengen jadi copywriter*. Galangpress.
- Hartono, N. A., Dida, S., & Hafiar, H. (2016). PELAKSANAAN KEGIATAN SPECIAL EVENT JAKARTA GOES PINK OLEH LOVEPINK INDONESIA. *Komunikasi*, 10(2).
- IKEA. (2024). *Program Perencanaan IKEA*. <https://www.ikea.co.id/in/alat-perencana>
- Limanseto, H. (2023, March 9). *Tingkatkan Kualitas dan Daya Saing Produk, Pemerintah Bidik Pasar Ekspor Industri Furnitur Makin Luas*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia 2024.
- Mona, N., & Pramulia, R. R. F. (2023). PERAN COPYWRITER DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS SARIMI PUASS DI INSTAGRAM. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 5(1).
- Mulyansyah, G. T., & Sulistyowati, R. (2021). PENGARUH DIGITAL MARKETING BERBASIS SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KULINER DI KAWASAN G-WALK SURABAYA. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 9(1).
- Munawar, S., & Nurhakim, L. (2018). Analisis Perumusan Strategi Pada Unit Bisnis Perusahaan Umum Perhutani Garut. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 50.

- Prasetya, P. (2022). B2B Marketing Bukan Sekedar “Order Taker.” *Forum Manajemen Prasetya Mulya*, 36.
- Remus, S. P. (2015). PENERAPAN SWOT SEBAGAI DASAR PENENTUAN STRATEGI PEMASARAN PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA TBK, KABANJAHE. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 1.
- Salma, V. S., & Putri, M. R. D. (2024, January 11). *LinkedIn rilis proyeksi tren pemasaran B2B di tahun 2024*. Antaranews.
- Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 19(1).
- Teruna, D., Ardiansyah, T., & Awaloedin, M. (2022). Model Strategy B2B Dalam Meningkatkan Consumer Loyalty di Indonesia. *JUDICIOUS*, 3(2).
- VIVERE Group. (2024). *Dokumen Internal VIVERE Group*.
- viveregrou. (2024). *About VIVERE Group*.
<https://www.instagram.com/stories/highlights/18038738689765113/?hl=id>
- Yasmin, A. (2019). *MANAJEMEN SPECIAL EVENT #HYPBARENGLOOP*.
- Yogantari, M. V., & Ariesta, I. G. B. B. B. (2021). KAJIAN PENGARUH COPYWRITING KREATIF TERHADAP IDENTITAS BRAND KEDAI KOPI TAKEAWAY DI DENPASAR. *Nawala Visual*, 3(1).

