

DAFTAR PUSTAKA

- Indonesia Multilayer Wood Flooring Market Research Report 2024-2030*. (2025, April 5). Siddhiblog.
<https://siddhiblog.odoo.com/blog/news-2/indonesia-multilayer-wood-flooring-market-research-report-2024-2030-10795>
- Amalia, S. A., & Ratnasari, A. (2022). Personal selling dalam memasarkan jasa penyelenggaraan event corporate. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 2(1).
<https://doi.org/10.29313/bcscm.v2i1.1398>
- Angela, N. D., & Wijaya, L. S. (2024). Marketing public relations sebagai business representative dalam meningkatkan penjualan dengan metode B2B. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 7(1), 13–25.
<https://doi.org/10.32509/pustakom.v7i1.2691>
- Jumiran, ., Fitri, A., & Tiara, B. (2020). Sistem informasi pemasaran produk furniture menggunakan konsep e-business B2B: Studi kasus pada PT. Trifoli Kayakarya. *Insan Pembangunan Sistem Informasi dan Komputer (IPSIKOM)*, 8(1). <https://doi.org/10.58217/ipsikom.v8i1.168>
- Monalisa, S., & Nurahmah, N. (2024). Segmentasi pelanggan B2B berdasarkan perilaku pembelian dan firmografi pada PT. Sukses Riau Permata (SRP). *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIK)*, 11(1), 11–18.
<https://doi.org/10.25126/jtiik.20241116487>
- Muhariani, W. (2021). Aktivitas integrated marketing communication PT Blue Bird Tbk dalam memperkenalkan aplikasi My Bluebird 5 di masa pandemi COVID-19. *MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 17.
<https://doi.org/10.35842/massive.v1i1.10>
- Putri, I. W., & Surianto, M. A. (2022). Strategi mengelola hubungan pelanggan pada kajian business to business PT Wakabe Indonesia. *Jurnal Indonesia Sosial Sains (JISS)*, 3(1), 44–56. <https://doi.org/10.36418/jiss.v3i1.501>

- School of Business and Management, Institut Teknologi Bandung. (2023).
Proposed marketing strategy to increase sales of Djakarta Transport Jaya.
International Journal of Current Science Research and Review, 6(7).
<https://ijcsrr.org/wp-content/uploads/2023/07/70-18-2023.pdf>
- Sriwahyuni, N., Ariesta, A., & Utari, D. R. (2023). Penerapan e-commerce bisnis
pada PT Agiva Indonesia guna mencapai target pendapatan penjualan.
G-Tech: Jurnal Teknologi Terapan, 7(2), 627–636.
<https://doi.org/10.33379/gtech.v7i2.2325>

