

DAFTAR PUSTAKA

- Alifia, I., & Supriyadi, A. (2025). *Pengaruh marketing B2B (business to business) terhadap penjualan meeting room di Sekuro Village Beach Resort Jepara*. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 7(9).
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i9.8719>
- Cahyono, E. D., Wisudawanto, R., & Pratiwi, D. R. (2021). *Marketing mix communication dalam penjualan produk dan jasa Findtime Studio Photography*. *Jurnal Komunitas*, 7(2).
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi pemasaran*. Pasuruan, Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Goodstats. (2023, Juni 6). *Simak alasan dan hambatan penggunaan internet di Indonesia*. Goodstats. <https://goodstats.id/article/simak-alasan-dan-hambatan-penggunaan-internet-di-indonesia-DHph7>
- Mamluka, F., Afiliya, F. D., Rosalinda, S. W., & Dutahatmaja, A. (2024). *Pentingnya komunikasi efektif dalam hubungan bisnis*. *Musytari: Neraca Manajemen dan Ekonomi*, 6(3). <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Nanda, C. S. (2022). *Analisis marketing communication dalam membangun brand image melalui sosial media Instagram (Studi kasus pada Kopiria Samarinda)*. *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL*, 10(2).
<https://doi.org/10.54144/jadbis.v10i2.8337>

- Panbil Group. (2025). *Panbil (homepage)*. Diakses [20 September 2025], dari <https://panbil.com/>
- Prawira, R. S., Sihite, M., & Rachbini, W. (2024). *Strategi pengembangan diversifikasi bisnis PT. United Tractors Indonesia*. *EKOBISMAN: Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen*, 9(2). <https://doi.org/10.35814/ekobisman.v9i2.8009>
- Saragih, D. R. U. (2024). *Manajemen strategik dan keberlanjutan bisnis*. Bandung: Mega Press Nusantara.
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi pemasaran yang unik: Mengoptimalkan kreativitas dalam menarik perhatian konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211. <https://doi.org/10.37531/mirai.v8i1.4054>
- Setyodewi, R. R. H., & Imani, K. H. (2023). *Pemasaran digital berbasis metode SOSTAC untuk keberlangsungan bisnis tradisional*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(5), 929–940.
- Shadrina, A. N., Zaim, S. R., & Arimurti, F. (2023). *Manajemen produksi film pendek Keling: Dari pra produksi, produksi dan pasca produksi*. *Jurnal Audiens*, 4(2), 320–330. <https://doi.org/10.18196/jas.v4i2.36>
- Smith, P. R., & Zook, Z. (2011). *Marketing communications: Integrating offline and online with social media*. London: Kogan Page
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

We Are Social Indonesia. (2025, Februari). *Digital 2025 – Your ultimate guide to the evolving digital world*. We Are Social Indonesia.
<https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>

Wijaya, A., Jamaludin, Khudori, A. N., Tarecha, R. I., Fauziah, Grace, E., Silitonga, H. P., Amna, A., Wardhana, A., Umiyati, H., Abidin, N., & Harto, B. (2022). *The art of digital marketing: Strategi pemasaran generasi milenial*. Bandung: Media Sains Indonesia (CV. Media Sains Indonesia).

