

DAFTAR PUSTAKA

- Adillah, A., Fatimah, S., Gani, N., Arsyad, K., & Gani, I. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Service Excellent Melalui Experiential Marketing Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Minat Brand Pada Bank Muamalat Cabang Gowa*. 02(03).
- Diana, V. N., & Aliami, S. (2024). *Performa Marketing Communication Mix Dan Excellent Service Sebagai Strategi Mengimplementasikan Keputusan Pembelian*. 3.
- Direktur Jenderal Bina Konstruksi. (2025). *Seluruh Pelaku Industri Konstruksi Harus Bersinergi Dalam Menjawab Tantangan Jasa Konstruksi*.
- Indrayana, D. V., & Mahani, I. (2021). *Transformation Of The New Construction Services Development Board To Intensify The Sinergy Of Community In Building The Construction Services Sector In Indonesia*. 6(9).
- Indriani, R. S. (2017). Program Product Knowledge Sebagai Strategi Pemasaran Dan Pengaruhnya Terhadap Penjualan. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 47(1).
- Masgode, M. B., Hidayat, A., Laksmi, I. A. C. V., Triatmika, I. N. A., Puspayana, I. P. A. I., Iskandar, A. A., Syarif, M., Rachman, R. M., Herlambang, A. R., & Others. (2024). *Dinamika Industri Konstruksi Di Indonesia*. Tohar Media. <https://books.google.co.id/books?id=Fqcueqaaqbaj>
- Mulyana, E. (2022). Peluang Dan Tantangan Penyelenggaraan Jasa Konstruksi. *Jurnal Locus Penelitian & Pengabdian*, 1(1).
- Nugraheni, S. R. W., Widyastutik, Syarifah Amalia, Iskandar Panjaitan, Ika Yulisyawati, & Florika Malau. (2021). Strategy To Improve The Competitiveness Of Indonesian Construction Services Sector: Ipb University, Ministry Of Trade. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan*

Pembangunan, 10(2), 176–200.

<https://doi.org/10.29244/Jekp.10.2.2021.176-200>

Prabawani, I., Alsina, A., & Clarissa, G. V. (2022). *Peranan Admin Sales Dalam Menunjang Kelancaran Proses Bisnis Pada Pt. Heriwel Surya Sejahtera Cabang Jakarta*. 1.

Prasetya, P. (2022). B2b Marketing: Bukan Sekadar ‘Order Taker.’ *Forum Manajemen*, 36(2), 55–61.

Pt. Sirtu Alam Makmur. (2025). *Pt Sirtu Alam Makmur*.

Septi, E., & Nugroho, D. C. (2024). Peran Perusahaan Developer Dan Konstruksi Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 2(4).

Seturi, M. (2022). Maiaseturi. *Współpraca Europejska*, 2(54).

Shlepneva, T. O., & Maletina, T. A. (2021). Marketing In Construction, As A Systematic Approach To Managing The Activities Of A Construction Organization. *Iop Conference Series: Earth And Environmental Science*, 751(1), 012176. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/751/1/012176>

Sudarto, Budi Soesilo Soepandji, Ismeth Abidin, & Bambang Trigunarsyah. (2025). *Pengembangan Sistem Bisnis Perusahaan Jasa Konstruksi Di Indonesia Dengan Menggunakan Knowledge Base Management System*. <https://doi.org/10.13140/2.1.3243.6487>

Tanne, Y. A. (2022). Pengaruh Kebijakan Pemerintah Terhadap Bisnis Konstruksi Indonesia. *Crane: Civil Engineering Research Journal*, 2(2), 45–49. <https://doi.org/10.34010/Crane.V2i2.6758>

Wardana, M. A., & Yuliani, E. (2022). *Sales And Marketing In New Era*. Cv. Intelektual Manifes Media.

<https://books.google.co.id/books?id=Hkeeeaaqbaj>