

DAFTAR PUSTAKA

- Brennan, R., McGrath, H., & Canning, L. (2024). *Business-to-business marketing*. SAGE Publications.
- Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya* (Ed. 2). Jakarta: Kencana.
- Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2017). *Marketing management: An Asian perspective* (7th ed.). Pearson.
- Miller, M. (2012). *B2B digital marketing: Using the web to market directly to businesses*. Que Publishing.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). *Digital marketing excellence: Planning, optimizing, and integrating online marketing* (5th ed.). Routledge.
- Clow, K. E., & Baack, D. (2017). *Integrated advertising, promotion, and marketing communications* (8th ed.). Pearson.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Adipratama, M. F., & Mulyana, D. (2022). Studi kasus strategi komunikasi pemasaran Pickers Store dalam meningkatkan penjualan. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(1), 209–214.
- Budiana, M. A., & Ariyani, N. (2023). Strategi komunikasi pemasaran dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di terminal petikemas koja. *International Journal of Demos (IJD)*, 5(1), 1–15. <https://doi.org/10.37950/ijdv5i1.392>
- Erdian, F. S., Barkah, C. S. A., Sukoco, I. S., & Novel, N. J. A. (2023). Peran strategi komunikasi pemasaran business to business (B2B) dalam meningkatkan penjualan online (studi kasus pada bisnis Firsthand Seller). *Jurnal Lentera Bisnis*, 12(3), 657.
- Hänninen, N., & Karjaluoto, H. (2017). The effect of marketing communication on business relationship loyalty. *Marketing Intelligence & Planning*, 35(4), 458–472. <https://doi.org/10.1108/MIP-01-2016-0006>
- Harliandini, R., & Huda, A. M. (2025). Strategi komunikasi pemasaran business to business perusahaan AsiaCommerce dalam meningkatkan penjualan. *The Commecium*, 9(2), 59–69.
- Iary, A., & Puspita, A. P. I. (2023). Strategi komunikasi pemasaran terintegrasi PT XYZ Tbk. tahun 2023–2026. *Journal of Emerging Business Management and Entrepreneurship Studies*, 3(1), 47–66.
- Rabbani, G. M., & Ravenska, N. (2023). Strategi B2B digital marketing PT Satu Sama Serasa. *Prosiding Konferensi Nasional Ilmu Administrasi 7.0*, 97–104. Politeknik STIA LAN Bandung.

- Vinaya, T. (2024). Strategi komunikasi pemasaran produk manufaktur di pasar domestik dalam meningkatkan brand awareness: Studi PT. Argha Teknik Makmur domestik. *Brand Communication*, 3(2), 159–168.
- Wijaya, S. J., & Alam, M. D. M. (2025). Pemanfaatan media sosial LinkedIn sebagai strategi company branding pada company page @Altheaecobag. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)*, 4, 1245–1252.
- Adilla, M. S. (2023). *Strategi komunikasi pemasaran B2B (business-to-business) dalam meningkatkan penjualan produk di PT Cloud Hosting Indonesia (IDCloudHost)* [Tesis]. Universitas Islam Sultan Agung.
- Salsabila, A. P. (2024). *Strategi konten media sosial Instagram PT Maharaksa Biru Energi Tbk dalam membangun citra renewable energy corporate (Studi pada kasus akun Instagram @maharaksabiru)* [Skripsi]. Universitas Bakrie. <https://repository.bakrie.ac.id/id/eprint/9678>
- Supriadi, L. B. (2023). *Analisis efektifitas Strategi Komunikasi Pemasaran langsung di PT Bathi Dua Putra Kota Balikpapan* [Tesis]. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Widyaningsih, N. P. K. (2024). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran wisata winery tour melalui B2B (business to business) pada Sababay Winery Gianyar* [Tesis]. Politeknik Negeri Bali.
- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni mengelola data: Penerapan triangulasi teknik, sumber, dan waktu pada penelitian pendidikan sosial. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146–150.
- Gunawan, I. (2014). *Metode penelitian kualitatif: Teori dan praktik*. Bumi Aksara.
- Iryana, & Kawasati, R. (2022). *Teknik pengumpulan data metode kualitatif*. STAIN Sorong.
- Oliver, R. L. (2014). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer* (2nd ed.). Routledge. (dikutip dalam Pradipta, 2023)
- Pradipta, A. (2023). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Lapangan Futsal Minisoccer Arena Semarang*. Fakultas Ekonomi Universitas Semarang.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press