

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2020). *Digital Marketing*. London: Pearson.
- Daft, R. L. (2020). *Organization Theory & Design* (13th ed.). Boston: Cengage Learning.
- Daihatsu. (2025). Daihatsu History. Retrieved July 13, 2025, from https://www.daihatsu.com/company/history/E_history110/
- David, F. R. (2021). *Strategic Management: Concepts and Cases* (17th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Erpurini, W., Ramadhan, I. K., & Indahsari, S. (2023). Strategi Promosi Digital dalam Menarik Minat Beli Konsumen PT Sinverho Energi Indonesia. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 2(1), 95–107. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v2i1.1761>
- Faizaty, N. E., & Laili, R. (2021). Dampak Soft Selling dalam Digital Marketing pada Pengambilan Keputusan Pembelian (Studi pada Platform Grup Facebook Jago Jualan). *Jimek: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 4(1), 2374–2621. <https://doi.org/10.30737/JIMEK.V4I1.1307>
- Felik, Y., & Manggu, B. (2024). Peran Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Brand Awareness dan Penjualan: Pendekatan Strategi. *Mount Hope Management International Journal*, 2(1), 91–99. <https://doi.org/10.61696/momil.v2i1.392>
- Gartner. (2020). Prospecting. Retrieved July 13, 2025, from <https://www.gartner.com/en/sales/glossary/prospecting>
- Heriana, N., Tayo, Y., & Kusumaningrum, R. (2025). Penerapan Personal Selling

- dalam Proses Komunikasi Pemasaran Lavanda Brownies Karawang. *Economic Reviews Journal*, 4(1), 70–78. <https://doi.org/10.56709/mrj.v4i1.602>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing*. London: Pearson.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2020). *Manajemen Pemasaran, Alih Bahasa: Bob Sabran* (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2021). *Marketing*. Boston: Cengage Learning.
- Lestari, P. P. I. (2024). *Strategi Promosi Personal Selling PT Sinar Inti Primajaya Perkasa Cabang Serang*. Serang: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Lubis, L. A., Ramadhani, S., & Syarvina, W. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pasca Covid-19 Studi Kasus Pada Dealer Mobil Honda Arista Thamrin Medan. *Journal of Student Development Informatics Management (JoSDIM)*, 3(2), 151–160. <https://doi.org/10.36987/josdim.v3i2.5054>
- Pratama, E. W. (2024). *Strategi Promosi Media Sosial Instagram dan Personal Selling dalam meningkatkan Penjualan Indihome Pada PT. Telekomunikasi Yogyakarta Unit Home Service*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Puspasari, R. D. (2022). Analisis Strategi Promotion Mix (Advertising, Sales Promotion, Personal Selling, Public Relation) pada Usaha Kecil Menengah (UKM) “Batagor Sarasa Bandung.” *SINTESA*, 13(1), 49–58. Retrieved from <https://ejournal.lppmunsap.org/index.php/sintesa/article/view/219>
- Siagian, A. O., Martiwi, R., & Indra, N. (2020). Kemajuan Pemasaran Produk dalam Memanfaatkan Media Sosial di Era Digital. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3),

44–51. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/337610329.pdf>

Tambunan, D., & Amelya, D. (2024). Penerapan Strategi Pemasaran Produk Ayam Kampung di PT Cakra Duta Hewani Pekanbaru. *INDEKS: Inovasi Dinamika Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 93–101. Retrieved from <https://ejournal.merak.khatulitiwa.com/index.php/indeks/article/view/10>

Thompson, A. A. (2021). *Crafting and Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage: Concepts and Cases* (23rd ed.). New York: McGraw-Hill Education.

Widitya, R. A., Yuwono, F. S. P., & Saleh, M. Z. (2024). Strategi Pemasaran Mobil Konvensional dan Mobil Listrik di Pasar Indonesia. *Trending: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 2(1), 37–54. <https://doi.org/10.30640/trending.v2i1.1910>

