

DAFTAR PUSTAKA

- Al Hamid, D. M., Arisandi, D., Uli, N. Z., Mardah, S., Dewi, I. C., Utami, E. Y., & Armansyah. (2023). *Komunikasi Bisnis (Teori dan Konsep)*. Bandung: CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
[https://repository.bsi.ac.id/repo/files/389314/download/Buku-Digital---KOMUNIKASI-BISNIS-\(TEORI-DAN-KONSEP\)_compressed.pdf](https://repository.bsi.ac.id/repo/files/389314/download/Buku-Digital---KOMUNIKASI-BISNIS-(TEORI-DAN-KONSEP)_compressed.pdf)
- Andrianto, N. (2007). *Good e-Government: Transparansi dan Akuntabilitas Publik Melalui e- Government*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Black, J. A., & Champion, D. J. (2009). *Metode & Masalah Penelitian Sosial (Terjemahan E. Kosmara, Dira Salam, Alfin Ruzhendi)* (Edisi keempat ed.). Bandung: Refika Aditama.
- Boone, L. E., & Kurtz, D. L. (2016). *Contemporary Business* (16th ed.). Wiley.
- Creswell, J. W. (2019). *Research Design pendekatan Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). *Effective Public Relations* ((9th ed.) ed.). Pearson Education.
- Effendy, O. U. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Guffey, M., & Loewy, D. (2019). *Essential of Business Communication 12'th Edition*. Boston: Cengage Learning.
- Halim, A., & Sari, R. (2021). *Transparansi dalam Proses Pengadaan Barang dan Jasa*. Yogyakarta: Deepublish.

- Handika, S. (2016). *Tips Jitu Lobi, Negosiasi, & Memengaruhi Orang Lain Secepat Kilat*. Jakarta: Saufa.
- Harliandini, R., & Huda, a. M. (2025). “Strategi Komunikasi Pemasaran Business To Business Perusahaan Asia Commerce Dalam Meningkatkan Penjualan. 9 (2)(The Commercium), 59-69. Retrieved 2025, from <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/download/66514/49605/159776>
- Hendri, E. (2020). *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi* (Cetakan kedua ed.). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Jefkins, F. (2003). *Public Relations (Edisi Terjemahan)*. Jakarta: Erlangga.
- Jonathan, A. (2012). STRATEGI BUSINESS TO BUSINESS (B2B) DALAM MANAJEMEN BISNIS PERUSAHAAN. *Vol 1, No 1 (2012)*(Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya <http://journal.wima.ac.id>). Retrieved 2025, from <https://media.neliti.com/media/publications/495689-none-aa1956da.pdf>
- Kasali, R. (2014). *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia* (Cetakan keempat ed.). Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kurniawan, A., & Damayanti, I. (2018). *Evaluasi Tender dan Manajemen Kontrak*. Bandung: Refika Aditama.
- Liliweri, A. (2017). *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Kencana.
- Masitah, D. (2016). Analisa Kegagalan pada Proses Tender”. (Institut Teknologi Sepuluh Nopember.). Retrieved 2025, from <https://repository.its.ac.id/75684/>
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Morcov, S. (2023). Implementation of a Business-to-Government (B2G) Sales Analytics Tool -Hermix. *12(4)*(Economic Insights – Trends and Challenges), 61-69. DOI:10.13140/RG.2.2.22267.39203/2
- Morcov, Stefan. (2023). *Structured Approach to Business-to-Government Marketing and Public Sector Market Segmentation*. Journal of Public Sector Marketing, Vol. 28(1), pp. 45–62.
- Mulyana, D. (2007). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muslimah, P., & Mukharomah, W. (2023). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Business to Business (B2B) Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Ekonomi Sirkular Limbah Sampah Plastik : Paste Laboratory di Yogyakarta (Studi Pada Mitra Bisnis PT Inamas Sintesis Teknologi). (Universitas Muhammadiyah Surakarta). Retrieved 2025, from <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/112831>
- Permata, L. B. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BUSINESS TO BUSINESS START UP MACHINE VISION DI SURABAYA. (UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA). Retrieved 2025, from http://digilib.uinsa.ac.id/45732/2/Laras%20Bening%20Permata_B76216096.pdf
- Pradana, M. (2015). Klasifikasi Jenis-jenis Bisnis E-Commerce Di Indonesia. *Volume 9, No. 2*(Bandung: Jurnal Neo-bis).
- Purwanto, D. (2016). *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Erlangga.

- Putri, A. S. (2023). Analisis Komunikasi Persuasif dalam Sosialisasi Pengadaan Tanah Jalan Tol Wilayah Jambi-Rengat 1 oleh Kementerian PUPR. (LSPR Communication and Business Institute.). Retrieved 2025, from <http://repository.lspr.ac.id/id/eprint/2642/>
- Putri, F. W., & Surianto, M. A. (2022). Strategi Mengelola Hubungan Pelanggan Pada Kajian Business To Business PT Wakabe Indonesia. *Vol.3 No.1*(Jurnal Indonesia Sosial Sains), 44-56. Doi: 10.36418/jiss.v3i1.501
- Rakhmat, J. (2019). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang kreatif & Analisis kasus – Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Saefudin, A. (2016). Redefinisi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) “4P” ke “4C (Studi Kasus Pada Universitas Indraprasta PGRI). *Vol 1*(Journal of Applied Business and Economic, 1, 17-23.), 17-23.
- Sandhusen, R. (2008). *Marketing*. Hauppauge, N.Y: Barron's Educational Series.
- Sefudin, Akhmad. (2022). *Konsep Business to Business (B2B) dan Business to Consumers (B2C)*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 10(2), hlm. 130–138.
- Soemirat, S., & Suryana, A. (2018). *Komunikasi Persuasif*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Soepriyanto, B. (2015). *Etika dan Tata Kelola Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sutedi, A. (2012). *Aspek Hukum Pengadaan Barang & Jasa dan Berbagai Permasalahannya*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Teruna, D., Ardiansyah, T., & Awaloedin, M. (2022). B2B Strategy Model in Increasing Consumer Loyalty in Indonesia. *Vol. 3 No. 2(JUDICIOUS)*, 184-199. <https://doi.org/10.37010/jdc.v3i2.1034>
- Utami, R. T., & Sidharta, H. (2024). Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Internet Fiber Optic Dengan Skala B2G Se-Karesidenan Kediri. *Vol. 7 No. 4(Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING))*, 9854-9867. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.9945>
- Yuniarto, H. (2017). *Pengadaan Barang dan Jasa: Aspek Hukum dan Administratif*. Semarang: UNDIP Press.
- Yustianisa, M. R., Barkah, C. S., & Sukoco, I. (2022). TINJAUAN LITERATUR : ANALISIS PROSES TENDER PADA PERUSAHAAN (STUDI PADA PT. MANCANAN). *Vol.10 No.1(Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis)*, 71- 78. Retrieved 2025, from <https://ejurnal.mercubuana-yogya.ac.id/index.php/JPSB/article/download/1818/1101/7597>