

## DAFTAR PUSTAKA

- Adha., Hartino., Tosy, A., & Mona, M. (2020). Optimalisasi Pendidikan Kewarganegaraan Sebagai Upaya Meningkatkan Civic Knowledge Peserta Didik Melalui Media Sosial. *E Prosiding Seminar Nasional*, 169-176
- Alaloul, W. S., Liew, M. S., Amila, N., Abdullah, W., & Kennedy, I. B. (2022). Industrial Revolution 4 . 0 in the construction industry : Challenges and opportunities for stakeholders. *Ain Shams Engineering Journal*, 11(1), 225–230.
- Alfatiyah, R. (2018). Analisis Kualitas Jasa Periklanan dengan Kombinasi Metode Servqual dan Quality Function Development (QFD) untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Teknik dan Manajemen Ilmiah*, 1(1), 4-7.
- Amin, A. M. (2018). Strategi Perencanaan Model Bisnis Perusahaan Jasa Konsultan Arsitektur Dan Jasa Kontraktor PT. Architectaria Media Cipta. *Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 13(1), 56-58.
- Ari. W., Sjahrudin, H., Sriyanto., Noerhartati, E., & Saddhono, K. (2020). Digital marketing support and business development using online marketing tools: An experimental analysis. *Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(1), 1181
- Arisandi.D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing bagi usaha Mikro, kecil dan Menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN, *Jurnal Manajemen Dewantara*, 1(2), 62.
- Aulia, D., Rifah, L. M., Yurrazak, I., & Purba, H. H. (2021). manajemen Risiko Safety dalam Proyek Konstruksi Bendungan: Kajian Literatur. *Journal of Industrial and Engineering System (JIES)*, 2(1), 63-74.
- Bala, M., & Verma, D.(2018). A critical review of digital marketing. *Journal of Management, IT, and Engineering*, 8(10), 321-339.
- Baltes, L, P.(2016). Inbound Marketing - The Most Important Digital Marketing Strategy, *Bulletin of The Transilvania University of Brasov*, 9(2), 62.

- Bhojaraja., & Muniraju, D, M.(2018). Challenges And Opportunities In Digital Marketing. *International Conference on Management and Science*, 4(1), 1707-1710.
- Bhosale, V, S., Raverkar, D, D, P., & Tamondkar, T.(2020). Importance Of Digital Marketing In The New Age. *Journal of Advance and Innovative Research*, 7(6), 79-81.
- Bolpagni, M., Gavina, R., & Ribeiro, D. (2022). Industry 4.0 for the Built Environment: Methodologies, Technologies and Skills. Springer US. <http://tinyurl.com/yusnen4d>
- Chigombe, P., Chundu, M., & Mucheri, T. (2022). Factors Affecting Adoption of Social Media Marketing by Construction MSMEs in Zimbabwe: Case of CIFOZ and SMEA Members in Harare. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 9(7), 436–456.
- Christina, I, D., Fenni, F., & Roselina, D.(2019). Digital Marketing Strategy In Promoting Product. *Journal Management and Entrepreneurship*, 4(10), 58-60
- Cui, H., Nie, Y., Li, Z., & Zeng, J. (2022). Construction and Development of Modern Brand Marketing Management Mode Based on Artificial Intelligence. *Journal of Sensors*, 2022, 1–11.
- Djakasaputra, A., Wijaya, O, Y, A., Utama, A, S., Yohana, C., Romadhoni, B., & Fahlevi, M.(2021). Empirical Study Of Indonesian SMES Sales Performance In Digital Era: The Role Of Quality Service And Digital Marketing
- Fei, W. (2022). Construction of Real Estate Network Marketing System based on mobile Internet, Qingdao. <https://eudl.eu/pdf/10.4108/eai.17-6-2022.2322645>
- Firmansyah, R. B. (2023). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Customer Loyalty melalui Virtual Experience yang di Mediasi oleh Customer Involvement. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 1(4), 1-3
- Gao, W., & Ding, Z.(2022). Construction of Digital Marketing Recommendation Model Based on Random Forest Algorithm. *Journal Security and Communication Networks*, 22(9), 1-3.
- Gloria Putri, C., & Santoso, S. (2020). Analisis transformasi digitalisasi melalui

- aplikasi sistem integrasi konstruksi terhadap produktivitas kerja quantity surveyor proyek konstruksi bangunan gedung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis (JIMB)*, 6(03), 335–346, Jakarta.
- Gumilang.R.R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industry, *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9-10.
- Harahap, B., Hasibuan, E. H., Rambe, A., Singarimbun, R. N., & Syahputra, D. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Kewirausahaan dan Pemasaran Digital pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 22-24.
- Hasanat, M, W., Hoque, A., & Hassan, M.(2020). The Lack Of Digital Marketing Skills: Developing A Digital Marketer Model For The Retail Industries. *Journal of Xi'an University of Architecture & Technology*, 12(3), 2673-2674.
- Herhausen, D., Miocevic, D., Morgna, R, E., & Kleijnen, M, H, P.(2020). The Digital Marketing Capabilities Gap.
- Heryanto, S., & Subroto, G. (2020). Kajian Penerapan Building Information Modelling (BIM) di Industri Jasa Konstruksi di Indonesia. *Journal of Architecture Innovation*, 4(2), 193-194.
- Himawan.D.A. (2022). Strategi Pemasaran Jasa Konstruksi dalam menghadapi kondisi turunnya pasar konstruksi swasta (Studi kasus PT.XX - Divisi Gedung). *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(7), 2945-2946.
- Jayady, A. (2018). Teknologi Konstruksi: Sebuah Analisis. *Jurnal Karkasa*, 4(1), 1, Papua.
- Kannan, P, K., & Li, H, A. (2017). Digital Marketing: A Framework, Review And *Research Agenda*
- Khiong, K.(2022). Impact and Challenges of Digital Marketing in Healthcare Industries during Digital Era and Covid-19 Pandemic. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(5), 112.
- Li,H., & Vasilyeva, O, A.(2021). Positioning Strategy for the Success of a Chinese Construction Company in the Russian Market. *International Conference on Industrial and Business Engineering*, 21, 228-234.
- Linardo. (2018). Manajemen Pemasaran. Cikudanews., Jakarta

- Madiistriyatno, H & Santoso, I. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. *Indigo Media*. Tangerang.
- Maheswary, D. M., Pusparini, H., Suryantara, A. B. (2022). Efektivitas Bantuan Langsung Tunai Dana Desa Bagi Masyarakat Terdampak Covid 19 di Desa Kekait. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 7(1), 123-129.
- Makbul, M. (2021). Metode Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian. *Universitas Islam Negeri. Makassar*.
- Mangesti, Y. A. (2019). Konstruksi Hukum Transformasi Digital Telemedicine di Bidang Industri Konstruksi Berbasis Nilai Pancasila Yovita. 157–172, Surakarta.
- Melinda, V & Zainil, M. (2020). Penerapan Model Project Based Learning untuk Meningkatkan Kemampuan Komunikasi Matematis Siswa Sekolah Dasar (Studi Literatur). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 4(2), 1530
- Nurazizah, N, N., Mulyati, N., Fahira, I., Asikin, M., Yusup., & Nurbanyu, N, R.(2022). Pelatihan Digital Marketing Melalui Media Sosial Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Berbasis Rengginang. *Jurnal Penelitian & Pengabdian*, 1(1), 16.
- Olson, E, M., Olson, K, M., Czaplewski, A, J., & Key, T, M.(2021). Business Strategy And The Management Of Digital Marketing. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2020.12.004>
- Omar, R., Masrom, M. A. N., & Wee, T. S. (2023). Perkembangan Penggunaan Internet of Things (IoT) dalam Industri Pembinaan di Malaysia: Persepsi Pihak Kontraktor. *Research in Management of Technology and Business*, 4(2), 379-381.
- Otero, T, P., & Rolan, X, M.(2016). Understanding Digital Marketing—Basics and Actions. *Journal of Management and Industrial Engineering*, 37-74
- Perera, S., Nanayakkara, S., Rodrigo, M. N. N., Senaratne, S., & Weinand, R. (2022). Blockchain technology: Is it hype or real in the construction industry? *Journal of Industrial Information Integration*, 100125.

- Pradiani.T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan, *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 11(2), 86-91.
- Prakosa, A., Farhan, F., Nurrohman, A., Daroini, M., Kurniasari, R., Suwarni, E., & Wardani, T. (2023). Penerapan Sosial Media Marketing di Era Marketing 5.0 sebagai Solusi Pemasaran pada Usaha Jasa Konstruksi. 2(2), 187-188.
- Prasetyo, D.W. (2021). Pendampingan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Pengelola Badan Usaha Milik Desa Bung Hatta, *Jurnal STIE Dewantara*, 1(1), 83-90.
- Prasetyowati, A., Aulia, J., & Indrawati, A. (2020). Digital Marketing (Edisi 1). Edulitera. <https://repository.um.ac.id/1150/1/fullteks.pdf>
- Pratiwi, N. I., & Kandel, N. M. S. N. (2022). Pengaruh Pemasaran Building Information Modeling Terhadap Proyek Infrastruktur Di Pt. Tunas Jaya Sanur. *Jurnal Pengabdian Al-Ikhlash*, 7(April), 337–349.
- Purboseno, S., Hermantoro, & Sunardi. (2022). Peran Generasi Millennial Mendorong Percepatan Transformasi Digital Di Industri Pembangunan. *Prosiding Seminar Nasional Instiper*, 1(1), 37–45, Yogyakarta.
- Putri, D. H., & Hanggraeni, D. (2022). Determinants of Risky Investment Intention among Generation Y: An Evidence from Indonesia. *Asian Journal of Research in Business and Management*, 4(1), 41–51.
- Putri, A. P., Hetami, A. A., Fourqoniah, F., Andriana, A. N., Ardiyani, M., Salsabila., Muniroh, T. U., Riandani, R., Mulyani, E., Yasshyka, A., Listiana, A. P., & Indah, S. R. (2022). Pelatihan Digital Marketing untuk Mencapai Optimalisasi Strategi Pemasaran Pada UMKM. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 3(2), 828-839.
- Rosalina.S. (2016). Analisa Pengaruh Product Image Terhadap Purchase Intention Dengan Trust Sebagai Variabel Inevening Pada Blesscon PT. Superior Prima Sukses. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(1), 1-11.
- Rosokhata, A., Rybina, O., Derykolenko, A., & Makerska, V.(2020). Improving the classification of digital marketing tools for the industrial goods

- promotion in the globalization context. *Research in World Economy*, 11(4), 42-52.
- Sampe, F., Yusuf, M., Pakiding, D, L., Haryono, A., & Sutrisno.(2022). Application Of Digital Marketing In Maintaining Msmes During The Covid-19 Pandemic. *Jurnal Darma Agung*, 3(4), 2283-2289.
- Sari, T. N. (2022). Sosialisasi Strategi Peningkatan Bisnis Konstruksi Dengan Metode Business Model Canvas ( BMC ). 6(3), 81–86, Bekasi.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). Metode Penelitian Untuk Bisnis (6 Buku 1). Salemba Empat, Jakarta.
- Setiawan, B., Indrajit, R. E., Dazki, E., & Informasi, M. T. (2022). Enterprise Architecture Untuk Industri Konstruksi Indonesia. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 9(2), 1175–1186.
- Setiawan, B., Indrajit, R. E., Dazki, E., Informasi, M. T., & Pradita, U. (2022). Evaluasi Sistem Informasi Industri Konstruksi Menggunakan COBIT (Studi Kasus: Kwan Setia Konstruksi). 9(2).
- Setiawan, I., & Setiyanto, S. (2022). Optimalisasi Digital Marketing dengan Sosial Media Facebook. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 259–267.
- Siswanto, A. B., Salim, M. A. (2019). Manajemen Proyek. Perpustakaan Republik Indonesia. <http://tinyurl.com/4kp92ram>
- Subchiani, R. (2016). Perbandingan Metode Maximum Likelihood Unweighted Least Square dan Weighted Least Square dengan Beberapa Ukuran Sampel pada Model Persamaan Struktural (MPS). *Universitas Lampung, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam*.
- Suganya, R., Rao, B., & Monica, B. S. (2020). Customer’s Awareness Towards Digital Marketing Techniques In Construction Industry. *SSRN Electronic Journal*, 1(1), 225–232.
- Sugiyono. (2019). Statistika Untuk Penelitian (Edisi 30). Alfabeta, Lampung.
- Sustiawan,F., Husin,A,E. (2021). Analisa RII (Relative Important Index) terhadap faktor-faktor yang berpengaruh dalam mengimplementasikan BIM 4D dan M-PERT pada pekerjaan struktur bangunan hunian bertingkat tinggi. *Jurnal*

- Aplikasi Teknik Sipil*, 19(4), 41.
- Tanesia, R. K., Suryani, D., Yudha, F. M., & Ramba, J. (2015). Kajian Segmentasi Pasar dan Strategi Pemasaran Usaha Jasa Konstruksi di Negara-Negara ASEAN. *Jurnal Teknik Sipil*, 13(3), 216-218.
- Todor, R. D.(2018). Small and Medium Enterprises (SMEs) Face Digital Marketing. *Journal of Economics and Business*, 1(2), 115-120.
- Venkata Ramana, J., Hanuma Reddy, D., Venkateswara Kumar, K. S., & Sirisha, K. (2022). An empirical study on marketing of handloom fabrics in Andhra Pradesh (A case study with reference to Guntur district). *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*, 8(8), 1071–1075.
- Wahid, A., Hermansyah, M., Prasetyo, N. A., Fauziah, D. A., & Muliawan, A. (2023). Meningkatkan Literasi Teknologi melalui Webinar Pintu Gerbang Menuju Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 44-45
- Wardhani. (2021). Analisis Strategi Digital Marketing Di Masa Pandemi Covid-19, *Journal of Research in Business and Economics*, 4(1), 29-55.
- Widnyani, N. M., Astitiani, N. L. P. S., & Putri, B. C. L. (2021). Penerapan Transformasi Digital Pada Ukm Selama Pandemi Covid-19 Di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 79–87.
- Yin, R. K. (2018). Case Study Research and Applications: Design and Methods Sixth Edition. *Los Angeles: SAGE Publications, Inc.*
- Yunianto.A. (2022). Penggunaan Digital Marketing Dalam Keberlangsung Pemberdayaan Perekonomian Upada Masa Pandemi MKM. *Jurnal Esensi Sistem Informasi dan Sistem Komputer*, 6(1), 59-64.
- Zhang, J., Ouyang, Y., Ballesteros-Pérez, P., Li, H., Philbin, S. P., Li, Z., & Skitmore, M. (2022). Understanding the impact of environmental regulations on green technology innovation efficiency in the construction industry. *Sustainable Cities and Society*. <https://doi.org/10.1016/j.scs.2020.102647>
- Zima, K., Plebankiewicz, E., & Wiczorek, D. (2022). A SWOT analysis of the use of BIM technology in the polish construction industry. *Buildings*, 10(1).