DAFTAR PUSTAKA

Adithia, S., & Jaya, M. P. P. (2021). Strategi Pemasaran Digital Produk Minuman Kopi di Masa Pandemi. *Journal of Research on Business and Tourism*, *1*(1), 37. https://doi.org/10.37535/104001120213

Aminuddin Nurdin, & Afriyanto. (2016). *Komunikasi dalam praktik : kreatif & bersahabat*. Gagas Bisnis.

Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2014). *Principles of Marketing* (6th ed.). Pearson Education Australia.

Arndt, J. (1967). *Word of Mouth Advertising: A Review of the Literature. Advertising Research Foundation*. ADV RES FOUND.

Azwar Ferdian. (2023, July 16). *Jumlah Sepeda Motor di Indonesia Tembus 130 Juta Unit*. KOMPAS.com; Kompas.com. https://otomotif.kompas.com/read/2023/07/16/152100215/jumlah-sepeda-motor-di-indonesia-tembus-130-juta-unit

Azmi Fadhilah, D., & Pratiwi, T. (2021). Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, *12*(1), 17–22. https://doi.org/10.32670/coopetition.v12i1.279

Baharuddin, N. U. (2018). *EFEKTIVITAS DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN CHOCOLICIOUS INDONESIA*. https://repositori.uin-alauddin.ac.id/15526/1/NUR%20UTAMI%20BAHARUDDIN%28FILEminimizer%29.pdf?utm

Chevalier, J. A., & Mayzlin, D. (2006). *The effect of word of mouth on sales : online book reviews*. National Bureau Of Economic Research.

Cindian Lase, S. P., Elvianti Waruwu, V., & Zebua, Y. (2025). *EFEKTIVITAS PROMOSI MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA GENERASI MILENIAL (STUDI PADA PASAR NOU, KOTA GUNUNGSITOLI)*.

Chris, J. (2019). Inovasi Pelayanan Jasa Dan Produk Pada Bengkel Aacarbonworks Surabaya. *Agora*, *7*(2).

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Sage Publications.

Dian Sudiantini, Dwi Nurambarwati, Faizah Dwi Julianti, Farhan Febriansyah Putra, Gaida Putri Naraya, & Gea Verina Nazara. (2023). Inovasi Dalam Manajemen Pemasaran Dan Menjaga Relevan Bisnis Di Era Digital. *Jurnal Riset Dan Inovasi Manajemen*, *1*(2), 129–138. https://doi.org/10.59581/jrim-widyakarya.v1i2.378

Dwi Dewianawati, Nunung Nurhayati, Razak, M., Ni, I Gusti Ngurah Suaryasa, Putra, D., I Made Darsana, Hafidz Hanafiah, Mustafa, F., Puspitasari, M., Dewi Puspasari, & Wa, A. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN JASA*. CV. Intelektual Manifes Media.

Farisi, H., Yuliana, A., Sukoco, H., & Andini, M. (2024). *OPTIMALISASI STRATEGI PEMASARAN PADA BENGKEL MOTOR DI PURWOKERTO*. *2*(4), 1256–1261. https://gembirapkm.my.id/index.php/jurnal/article/view/556

Hasanah, M., Jumriani, J., Juliana, N., & Kirani, K. P. (2021). Digital Marketing a Marketing Strategy for UMKM Products in The Digital Era. *The Kalimantan Social Studies Journal*, *3*(1), 36. https://doi.org/10.20527/kss.v3i1.4146

Hasaniyah, A., Wahyuni, U., Habibi, N. S., Digital, P., Saing, D., Sosial, M., & Marketing, C. (2025). *OPTIMALISASI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKMDI ERA EKONOMI DIGITAL*. *8*, 952–961.

Hayes, A. (2024, July 2). *Word-of-Mouth Marketing: Meaning and Uses in Business*. Investopedia. https://www.investopedia.com/terms/w/word-of-mouth-marketing.asp

Herrmann, H., & Bucksch, H. (2014). Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19. *Dictionary Geotechnical Engineering/Wörterbuch GeoTechnik*, *4*(1), 126–126. https://doi.org/10.1007/978-3-642-41714-6_21564

Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2020). *Strategic management: Competitiveness & globalization: Concepts & cases* (13th ed.). Cengage.

indonesiabaik.id. (2022). *Orang Indonesia Suka Banget Motor | Indonesia Baik*. Indonesiabaik.id. https://indonesiabaik.id/infografis/orang-indonesia-suka-banget-motor

Iskandar, M. I. (2024a, May 2). *Inovasi Bisnis: Kunci Utama Tingkatkan Kualitas Perusahaan - Phintraco Technology*. Phintraco Technology. https://phintraco-tech.com/blog/inovasi-bisnis/

Iskandar, M. I. (2024b, May 2). *Inovasi Bisnis: Kunci Utama Tingkatkan Kualitas Perusahaan - Phintraco Technology*. Phintraco Technology. https://phintraco-tech.com/blog/inovasi-bisnis/

Junaidi, F., Abidin, R. Z., & Fatmawati, A. (2022). Optimalisasi Strategi Pemasaran melalui Digital Marketing pada UMKM Cendol Dawet Sagu Lasah Desa Tawangargo. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, *2*, 1427–1432. https://jurnal.politap.ac.id/index.php/literasi/article/view/597%0Ahttps://jurnal.politap.ac.id/index.php/literasi/article/download/597/396

Kottler, K. L. (2013). *Strategic Brand Management : building, measuring, and Managing Brand Equity* (4th ed.). Prentice Hall.

Kottler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Pearson Education.

Kurniawan, A. (2022, November 30). *Populasi Sepeda Motor di Indonesia Tembus 126 Juta Unit*. KOMPAS.com; Kompas.com. https://otomotif.kompas.com/read/2022/11/30/114200715/populasi-sepeda-motor-di-indonesia-tembus-126-juta-unit

Lenti Susana Saragih, Aurora Elise Putriku, Silvia Diva Sari, Yessi Novitasari Laia, & Yoga Syahputra. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Kontribusi Ekspor UMKM di Era 4.0. *Jurnal Strategi Bisnis Teknologi*, *1*(3), 63–72. https://doi.org/10.61132/jusbit.v1i3.174

Morris, N. (2009). Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, *10*(4), 384–387. https://doi.org/10.1057/dddmp.2009.7

Nasional, T., Riset, K. M., Luhung -, B., & Sukresna, M. (2022). Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM SHIBIRU. *Jurnal Dinamika Manajemen*, *14*(1), 111–123. http://jdm.unnes.ac.id

Nugraha, Y. A., & Wahid, U. (2018). New Wave Marketing Dalam Membangun Brand Equity Di Era Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *16*(2), 158. https://doi.org/10.31315/jik.v16i2.3005

Octania, G., & Wahid, U. (2019). Penerapan New Wave Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Brand Kopi Sona). *Jurnal Perspektif Komunikasi*, *3*(2), 105–116.

Laroche, M., Habibi, M. R., & Richard, M. O. (2013). To be or not to be in social media: How brand loyalty is affected by social media? *International Journal of Information Management*, *33*(1), 76–82. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2012.07.003

Lolowang, I. R. A., Maramis, J. B., Saerang, D. P. E., Datulong, L. O. H., & Soepeno, D. (2022). Pola Baru Komunikasi Pemasaran Properti Pasca Pandemi: Sebuah Studi Kasus Penelitian Kualitatif Pada Akr Land Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *10*(2), 1132–1139. https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.41419

PBOIN | PERSATUAN BENGKEL OTOMOTIF INDONESIA – PERSATUAN BENGKEL OTOMOTIF INDONESIA. (2024). Pboin.or.id. https://www.pboin.or.id/?utm_source

PT. Turboly Teknologi Indonesia. (2023). *Pengaruh Skill Mekanik Pada Kualitas Layanan Bengkel*. Turboly.com. https://turboly.com/blog/2023/08/Pengaruh-Skill-Mekanik-Pada-Kualitas-Layanan-Bengkel.html

Rezeky, R., & Toruan, M. (2018). *PROSES IMPLEMENTASI WORD OF MOUTH DALAM STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN LA PERLA PLAZA SENAYAN*.

Romadhan, M. I., Rizqi, M., & Komunikasi, I. (2024). *DIFUSI INOVASI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMBANGUN KULINER BRAND SEBAGAI OLEH-OLEH*. *02*(02).

Rizaldi, A., & Hidayat, H. (2020). Digital Marketing Communication Strategy. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, *9*(2), 57–66. https://doi.org/10.37715/jee.v9i2.1340

Solikhah, Z. (2023). *Komunikasi Bisnis*. Google Books. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=YMmxEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR2&dq=komunikasi+bisnis&ots=-Wpvxc55i5&sig=tpWdFPCNbmI5TSdrEfKWlL_rC3E&redir_esc=y#v=onepage&q=komunikasi%20bisnis&f=false

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Alfabeta.

Thian, A. (2021). *Komunikasi Bisnis*. Google Books. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=TshQEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=komunikasi+bisnis&ots=LUL5chvLsm&sig=35xVUBjUt0b9M0mtzV6qr4fXtAI&redir_esc=y#v=onepage&q=komunikasi%20bisnis&f=false

Widiyanto, A., Hidayat, I., Diwani, M. L., Hurairah, R. A., & Nurlela, S. (2023). Partisipasi Bengkel Motor Konvensional Dalam Digital Marketing Dengan Mengimplementasikan Design Thinking. *Jurnal Pariwisata Bisnis Digital Dan Manajemen*, *2*(2), 97–103. https://doi.org/10.33480/jasdim.v2i2.4240

Winata, E. (2017). Inovasi Bisnis di Bengkel dan Modifikasi Icon Autoworks. *Agora - Online Graduate Humanities Journal*, *5*(3), 7.

Yatri Indah Kusumastuti. (2009). *Komunikasi bisnis : membangun hubungan baik dan kredibilitas*. Ipb Press.

Zaki, M. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, *1*(2), 14–23. https://doi.org/10.15642/manova.v1i2.350

Zhu, G. (2019). Precision Retail Marketing Strategy Based on Digital Marketing Model. *Science Journal of Business and Management*, *7*(1), 33. https://doi.org/10.11648/j.sjbm.20190701.15