

## DAFTAR PUSTAKA

- Febriant, R. (2021). *Pengaruh Industri 4.0 terhadap Industri Otomotif Indonesia*. Kompasiana.Com.  
<https://www.kompasiana.com/riofebriant6387/600cff2f8ede4878e02ca8a2/peengaruh-industri-4-0-terhadap-industri-otomotif-indonesia?page=all#sectionall>
- Firmasyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. CV BUDI UTAMA.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25* (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- Jamilah, Z., & Hadi, M. (2018). PENGARUH WORD OF MOUTH DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA DI SPENCER SALON CABANG GEDUNG SOEKARNO HATTA MALANG. *JAB Jurnal Aplikasi Bisnis*, 6.
- Lestari, N. R. I. (2020). PENGARUH WORD OF MOUTH MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Prosiding Manajemen*, 6, 4.
- Manfi, M. D. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PENCUCIAN MOBIL SI GALUH SAMARINDA. *EJurnal Administrasi Bisnis*, 9, 10.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. CV PUSTAKA SETIA.
- Riadi, E. (2016). *Statistika Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS)* (A. Prabawati (Ed.); 1st ed.). CV ANDI OFFSET.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). PENGARUH DIGITAL MARKETING, WORD OF MOUTH, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *E-Jurnal Manajemen*, 9, 25.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i07.p07>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (Setiyawami (Ed.)). CV ALFABETA.
- Sulaeman, A., Komarudin, & Rahayu, S. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR KAWASAKI PADA PT. KAWANSAKTI ADHISEJAHTERA BINTARO TANGERANG SELATAN. *Jurnal ARASTIRMA*, 1, 8.
- Sumarwan, U. (2014). *Metode Riset Bisnis dan Konsumen* (U. Sumarwan (Ed.)). PT. Penerbit IPB Press.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* (A. Diana (Ed.); 1st ed.). CV ANDI OFFSET.

Wibowo, H. A., & Fausi, M. (2017). *Pelayanan Konsumen*. Parama Publishing.