

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI). (Tahun). *Laporan industri tentang penjualan sepeda motor di Indonesia*.
- AksaraData. (2021). Digital Marketing untuk Jangkauan Pasar Tanpa Batas. Diakses dari <https://aksaradata.id/blog/digital-marketing-adalah/>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (6th ed.). Pearson.
- Databoks. (2024). Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Wiley.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kaushik, A. (2010). *Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity*. Wiley.
- McKinsey & Company. (2020). *The future of automotive sales and aftersales*.
- Motorkux.id. (n.d.). *Beranda*. Diakses pada 23 Mei 2024, dari <https://www.motorkux.id>
- Statista. (2023). *Digital marketing in the automotive industry*.
- Slice.id. (2024). Tren Pengguna Media sosial dan Digital Marketing Indonesia. Diakses dari <https://www.blog.slice.id/blog/tren-pengguna-media-sosial-dan-digital-marketing-indonesia-2024>