

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2019). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). PT.Rajagrafindo Persada.
- Afiyanti, S. N., Syaifullah, M., & Mulyani, I. D. (2023). Pengaruh Arga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Wedding Organizer Ratu Rias Sitanggal . *Jurnal Manajemen Riset Inovasi (MRI)*, 1(4), 61–75.
- Agustina, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijaya Press.
- Alhasni, A. (2024). *Testimoni Konsumen Dari Ibu Pengantin Mengenai Pelayanan HWS*.
- Arndt, J. (1967). *Word Of Mouth Advertising: A Review Of The Literature*. Advertising Research Foundation.
- Awaliyah, S. (2022). Pengaruh Peresepsi Arga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Wedding Organizer (Survei Pada Konsumen Permata Wedding Organizer Tasikmalaya). *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3972–3975.
- Bridestory. (2024, December 27). *Wedding Trend Survey Report 2024*. Bridestory for Business. <https://business.bridestory.com/id/blog/bridestory-wedding-trend-survey-report-2024>
- Dodds, W. B., Monroe, K. B., & Grewal, D. (1991). The Effects Of. Price, Brand, And Store Information On Buyers' Product Evaluations. *Journal Of Marketing Research*, 28, 307–319.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behavior* (6th Edition). Dryden Press.
- Fadhila, R. (2013). Analisis Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Toko LEO Fashion Karangjati Kabupaten Semarang). *UNDIP Institutional Repository*, 22–26.
- Fatihudin, D. (2020). *Metodologi Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi* (Revisi). Zifatama.
- Firmansyah, A. (2019). *Perilaku Konsumen*. CV. Budi Utama.
- Friedenthal, S., Moore, A., & Steiner, R. (2015). *A Practical Guide to SysML: The Systems Modeling Language* (3rd ed.). Morgan Kaufmann.

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete SPSS 23* (8th Ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goetsch, D. I., & Davis, S. B. (2019). *Pengantar Manajemen Mutu 2* (2nd ed.). PT Prenhallindo.
- Grönroos, C. (2020). Viewpoint: Service Marketing Research Priorities. *Journal Of Services Marketing*, 34(3), 291–298. <https://doi.org/10.1108/JSM-08-2019-0306>
- Helmi, Y., Pradhanawati, A., & Seno, A. (2022). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kosmetik Pond's (Studi Kasus Pada Toko Jun Kosmetikdi Kota Solok). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 359–369.
- Husen, I. A., & Setiawan, D. A. (2023). The Influence Of Price, Word Of Mouth, And Service Quality On Fast Food Purchasing Decisions Sabana Fried Chicken, Cilincing Branch, North Jakarta. *International Journal Of Social Science*, 2(5), 2209–2228. <https://doi.org/10.53625/Ijss.V2i5.4934>
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Mile). Prenhalindo.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Prinsip-Prinsip Marketing* (Edisi Ke Tujuh). Salemba Empat.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12. Jilid. 2). PT. Indeks.
- Lahtinen, V., Dietrich, T., & Rundle-Thiele, S. (2020). Long Live The Marketing Mix. Testing The Effectiveness Of The Commercial Marketing Mix In A Social Marketing Context. *Journal Of Social Marketing*, 10(3), 357–375. <https://doi.org/10.1108/JSOCM-10-2018-012>
- Lee, M., & Johnson, C. (2011). *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Kencana Prenada Media.
- Lovelock, C., Wirtz, J., & Mussry, J. (2011). *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi Jilid 1* (7th Ed.). Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.

- Maranisya, U., & Putra, R. A. (2024). Pengaruh Promosi Digital Marketing Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa Wedding Organizer Siapnikah.Id. *Journal Of Student Research*, 2(2), 140–146. <https://doi.org/10.55606/Js.V2i2.2838>
- Martha, L. P., Primadewi, A., Priwirjanto, E. S., Nahdiana, Yustina, I., & Hidayati, L. L. (2023). The Effects Of Digital Marketing, Word Of Mouth, And Service Quality On The Purchase Decisions: An Empirical Study Of Food Smes Products. *International Journal Of Data And Network Science*, 7(3), 1117–1124. <https://doi.org/10.5267/J.Ijdns.2023.5.012>
- Monica, & Sihombing, S. (2007). Pengaruh Pemasaran Keterhubungan Terhadap Penggunaan Ulang Dan Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut: Kualitas Hubungan Dan Komitmen Sebagai Variabel Mediasi. *Derema Jurnal Manajemen*, 2(2), 214–234.
- Mulyanto, D. (2022). Word Of Mouth, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Dampaknya Pada Keputusan Pengguna Jasa Transportasi Gojek Di Kota Surakarta. *MUARA : Jurnal Manajemen Pelayanan Nasional*, 5(1), 29–34. <https://doi.org/10.62826/Muara.V5i1.57>
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? . *Journal of Marketing*, 63(Special), 33–44. <https://doi.org/10.2307/1252099>
- Pamungkas, B. A., & Zuhroh, S. (2016). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Komunikasi*, X(02), 145–160.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality. *Journal Of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Pustaka Setia.
- Putri, A. R., & Hidayat, W. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap keputusan pembelian jasa event organizer. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(3), 215–223.
- Rafa, M. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Miniso Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1–129.
- Rahmawati, S. (2021). Pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian jasa pernikahan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 45–54.
- Riani, A. (2024, October 3). *Tren Pernikahan 2024 Menurut Survei, dari Biaya sampai Lokasi Acara*. Liputan6.

<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5518444/tren-pernikahan-2024-menurut-survei-dari-biaya-sampai-lokasi-acara?page=3>

- Riany, A. I., & Dahmiri, D. (2020). Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Wedding Organizer Hastina Puspita Decoration Kota Jambi). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 9(2), 94–104. <https://doi.org/10.22437/jmk.v9i2.12038>
- Sahroma, K. S., & Anasrulloh, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Pada Nadzira Wedding Organizer Tulungagung. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 229–239. <https://doi.org/10.32670/ht.v2i2spesial.11140>
- Schiffman, L., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th Edition). Pearson. Education Limited.
- Siswanto, A. H. (2021). The Influence of Price, Service Quality, and Word Of Mouth on the Purchase Decision of PT Daniel Samudra Abadi's Loadin and Unloadin Services. *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*, 139–148.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumardy. (2011). *The Power of Word of Mouth Marketing*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sundari, M. (2019). Pengaruh Kreativitas Wedding Organizer (Wo)Elly Dekor Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kota Jambi. *In Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality and Satisfaction* (ed. 3). Andi.
- Umri, T. A., Samsudin, S., & Harahap, A. M. (2024). Sistem Informasi Pemesanan Nita Wedding Organizer Dengan Penerapan Customer Relationship Management Berbasis Web. *Journal Of Science And Social Research*, 7(2), 573–580.
- Wuysang, V. A. E., Tulung, M., & Palandeng, I. D. A. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Jasa Wedding Organizer (WO) di Kota Manado. . . *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1496–1507.