

## DAFTAR PUSTAKA

- Abadi Rizki Wahyu (2022), Totok Mulyono, *Company Profile Wedding Organizer Berbasis Web Pada Novita Rizki Di Kabupaten Bojonegoro* *Web-Based Company Profile Wedding Organizer At Novita Rizki In Bojonegoro*, Jurnal Teknologi Dan Terapan Bisnis (Jttb) Vol. 5, No. 1, hal. 33, Issn(P): 2615-8817, Issn(e) : 2655-5646
- Abdillah Wahyu (2018), Andry Herawati, *Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi Pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya)*, JIABI – Vol. 2 No. 2
- Abuznaid Samir (2012), *Islamic Marketing: Addressing The Muslim Market An-Najah Univ. J. Res. (Humanities)*, Vol. 26
- Achmadi Abu dan Cholid Narkubo (2005), *Metode Penelitian* (Jakarta: PT. Bumi Aksara)
- Agustin Hamdi (2017), *Studi Kelayakan Bisnis Syariah*, PT. RajaGrafindo Persada, Depok
- Aisyah Siti, (2019) Skripsi: “*Implementasi Strategi Marketing Mix pada Toko RB Grosirmart (Cabang Penggaron Semarang)*” (Semarang: Universitas Semarang)
- Ali Karnila,(2020) *Pengaruh Promosi melalui Media Sosial dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian jasa Wedding Organizer (Studi pada Konsumen Art Project Lampung di Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah)*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol 1 No.2. ISSN: 2745-892x
- Alma Bukhari (2005) , *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* Edisi Revisi. (Bandung: Alfa Beta)
- Andrew A. Lumintang (2013), *Marketing Mix pengaruhnya terhadap Loyalitas Konsumen Sabun Mandi Lifebuoy di Kota Manado*, Jurnal EMBA Vol.1 No.3, ISSN 2303-1174
- Andriyanto Lilik, Siti Syamsiar, Indah Widowati (2019), *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix 7-P) Terhadap Keputusan Pembelian Di Thiwul Ayu Mbok Sum* *The Effect Analysis Of Marketing Mix (7P) On Purchase Decision In Thiwul Ayu Mbok Sum*, Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi Vol.20 No.1, ISSN 1411-593X

- Asnawi Nur, Muhammad Asnan Fanani (2017), (*PeMasaran Syariah: Teori, Filosofi, dan Isu-isu Kontemporer*) PT RajaGrafindo Persada, Depok, Edisi -1,Cet. ke-1
- Anwar, M. Muhlis (2022), *Marketing Mix dalam Dual Persepektif (Konvensional dan Syariah)*, Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, VOL: 6/NO: 01 P-ISSN: 2356-1866 DOI : 10.30868/ad.v6i01.2134 E-ISSN: 2614-8838
- Aprianto Iwan, dkk (2020), *Etika dan Konsep Manajemen Bisnis Islam*, (Yogyakarta, deepublish)
- Bestari Cindy Aulia, Dindy Sinta Megasari (2020), *Manajemen Perencanaan Usaha Pada Pelayanan Di Putry Wedding Organizer*,e-Journal, Volume 09 Nomor 1 (2020)
- Benyamin Arie Putra, (2019), *Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix Strategy) Di Pasarkita Pamulang*, Manajemen Pemasaran ISSN N0. (PRINT) 2598-0823, (ONLINE) 2598-2893 Vol. 2 No. 3
- Budiman Agus, Fachrudy Asj'ari (2019), *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Calon Pengantin Menggunakan Jasa Wedding Organizer Pada Pameran Wedding Royal Plaza Surabaya*, Journal Of Sustainability Business Research,Vol.2 No.3
- Edi (2020), *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Suzuki Satria F Pada Pt. Sinar Galesong Mandiri Di Kota Makassar*, [Skripsi Program Studi Manajemen], Makassar, Fakultas Ekonpmi dan Bisnis Islam, Universitas Muhammadiyah, 14-15
- Faitihudin and Anang F (2019), *Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan* (Yogyakarta: Cv. Budi Utama)
- Ginting Nembah F. hartimbul (2011), *Manajemen Pemasaran* (Bandung: Yrama Widya)
- Hariyanto Mashudi, Heru Setiawan (2021), *Konsep Marketing Mix dalam Ekonomi Islam*, AL-AMAL: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah. Volume 1, Edisi-1
- Hendrawansyah (2020), *Penerapan Manajemen Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Ditoko Mr. Daeng Kota Makassar*, {Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis,Universitas Muhammadiyah Makassar

- Herlambang (2014), *Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. (Yogyakarta: BFE, 2014)
- Huda Nurul, dkk.(2017), *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*, (Depok : Kencana)
- Hururiyati Ratih (2010), *Bauran pemasaran Dan Loyalitas Konsumen* (Jakarta: CV. Alfabeta)
- Ibrahim (2015), *Metodologi penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta)
- Jakfa,Kasmir (2003), *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi*, Prenada Group, Jakarta
- Kanaka,“*Jenis Kegiatan Promosi dalam Proses Marketing Communication*” (<https://www.pelatihan-sdm.net/jenis-kegiatan-promosi-dalam-proses-marketing-communication/>), diakses tanggal 13 maret 2023
- Kertajaya Hermawan, Muhammad Syakir Sula (2006), *Syariah Marketing*, (Bandung:PT.Mizan Pustaka)
- Khotijah Siti (2004), *Smart Strategy of Marketing* (Bandung: Alfabeta)
- Kotler Philip dan Armstrong (1997), *Dasar-Dasar Pemasaran Global*,(Jakarta: Prehallindo)
- Kotler Philip, Gary Amstrong (2000), *PrinsipPrinsip Pemasaran*, Jilid 2 Edisi Ketujuh (Jakarta: Erlangga)
- Kotler, Philip (2002), *Manajemen Pemasaran, Milenium*, (Jakarta:PT Prehallindo, 2002)
- Kotler, Philip dan Amstrong Gary (2009), *Prinsip-Prinsip Perilaku Konsumen* (Jakarta: Kencana)
- Kotler, Philip Kotler (2015), *Manajemen Pemasaran Global*, (Jakarta:Salemba Empat)
- Kotler Philip and Keviin lane keller (2009), *Manajemen Pemasaran*, Terj. Benyamin Molan, (Jakarta:PT.Indeks)
- Linchon Suratno Arsyad (1995), *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta: UPP AMPY KNP)
- Lutfiah A (2019), Skripsi: “*Marketing Mix Cafe Carlos dalam Peningkatan Minat Konsumen di Kota Parepare (Perspektif Etika Bisnis Islam)*” (Parepare: IAIN)

- Malik Mas, “Marketing Mix 9P: Pengertian, Contoh, Komponen, Tujuan, Manfaat Menurut Para Ahli” <https://www.kudupinter.com/2019/09/Marketing-Mix.html> Diakses Pada Tanggal 12 Maret 2023
- Moensaku Petrus Yanssen, dan Simon Juan Kun (2016), *Implementasi Marketing Mix Pada Pemasaran Abon Ikan Di Kelurahan Humusu C, Kecamatan Insana Utara Kabupaten Timor Tengah Utara* (Studi Kasus Pada Kelompok Pengolahan Abon Ikan “Pantura”, Jurnal Agribisnis, Lahan Kering, ISSN 2502-1710
- Moleng, Lexy J (2007), *Metode Penelitian Kualitatif, cetakan dua puluh tiga*, (Bandung: Pt. Remaja Rosada Karya)
- Muhyidin Ujang (2015), *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Swasta di Jawa Barat*, Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For Papers Unisbank (Sendi\_U) Kajian Multi Disiplin Ilmu Untuk Mewujudkan Poros Maritim Dalam Pembangunan Ekonomi Berbasis Kesejahteraan Rakyat Isbn: 978-979-3649-81-8
- Munawir (2018), *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Foto Copy Awy Comp Di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi*, Jurnal Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis Vol.4 / No.2: 204-215, Juli 2018, ISSN : 2599-3348 (online) ISSN : 2460-0083 (cetak)
- Nasuka, Moh (2020), *Konsep Marketing Mix Dalam Perspektif Islam: Suatu Pendekatan Maksimalisasi Nilai*, Bisei: Jurnal Bisnis dan Ekonomi Islam Vol.5, No. 1, E-ISSN 2541-2671
- Nasuka, Moh (2021), *Etika Pemasaran dalam Perspektif Islam*, Cetakan Ke-1, Edisi 1, Desember 2021, 70-71
- Nasution Mustafa Edwin, et. al.(2014), *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Prenada Media Group
- Ningsih Ekawati Rahayu (2009), *Perempuan dalam Strategi Komunikasi Pemasaran* (Yogyakarta, Idea Press)
- Nurhadi (2019), *Manajemen Strategi Bauran (Marketing mix) Perspektif Ekonomi Syariah, Human Falah*, Vol. 6. No. 2
- Nurcholifah Ita (2014), *Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah*, Jurnal Khatulistiwa -Journal Of Islamic Studies Volume 4 Nomor 1 Maret 2014

- Permatasari Desy , Tri Harsini Wahyuningsih (2020), *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Richeese Factory Cabang Sudirman Yogyakarta*, Vol 1, No.1 April Cakrawangsa Bisnis [Http://Journal.Stimykpn.Ac.Id/Index.Php/Cb](http://Journal.Stimykpn.Ac.Id/Index.Php/Cb) Issn 2721-3102 (Online), Hal. 101
- Priangati Ade (2013), *Memperkuat Manajemen Pemasaran dalam Konteks Persaingan Global*, Jurnal Kebangsaan, Vol. 2 No. 4, ISSN: 2089-5917
- P. Marius Angipora (2007), *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada)
- Purbohastut Arum Wahyuni Purbohastut (2021), *Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret*, Jurnal Sains Manajemen Volume 7 No.1
- Rachmawati Rina (2011), *Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran)*, Jurnal Kompetensi Teknik Vol. 2, No. 2
- Rasyid Muhammad Fachri Aldyka, Sarah Azzahra, Muhammad Haerul Rizki (2019), *Eksistensi Wedding Organizer ditengah Pandemi covid-19*, E-ISSN: 2714-6286 [Jurnal.umj.ac.id/index.php/senaskat](http://Jurnal.umj.ac.id/index.php/senaskat).
- Rivai Veithzal (2012), *Islamic Marketing*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama)
- Rusdarina Wina, Tresna Wiwitan (2021), *Strategi Digital Marketing X Wedding Organizer*, Journal Riset Public Relations
- Sabariah Etika (2016), *Manajemen Strategis*, Cet. ke-1 (Yogyakarta: Pustaka Pelajar)
- Sabudi, I Nyoman Sukana. I Nengah Wirata, Endro Cahyadi (2020), *Strategi Bauran Pemasaran Wedding Pckage untuk meningkatkan Jumlah Penyelenggara Wedding Event di Discovery Kartika Palza Hotel*, Jurnal Bisnis Hospital, Vol. 9 No. 2, P-ISSN 2302-8343| E-ISSN 2581-2122, DOI:<https://doi.org/10.52352/jbh.v9i2.505>
- Septiani Indriyana, Agus Dwi Cahya, Deki Kurnia, Cut Khairunnisa (2021), *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Home's Cafe Tana Tidung Kalimantan Utara)* Jurnal Ilmiah Feasible: Bisnis, Kewirausahaan & Koperasi, Vol.3. No.2

- Sudibyoy, Gunara (2007), *Marketing Muhammad SAW*, (Bandung: PT. Karya Kita)
- Sugiyono (2008), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: CV. Alfabeta)
- Sugiono (2010), *Metode Penelitian Mixed Method* (Bandung: Alfabeta)
- Sukmadinata Nana Syaodih (2009), *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya)
- Sula M. Syakir (2004), *Asuransi Syariah (Life and general): Konsep dan Sistem Operasional*, (Jakarta: Gema Insani)
- Taufiqullah, (<https://www.tneutron.net/blogs/klasifikasi-barang-konsumen/>), diakses tanggal 14 maret 2023
- Thoriqzafi, *Kebersihan sebagian dari iman* <https://id.scribd.com/document/266641252/Kebersihan-Sebagian-Dari-Iman> (diakses pada tanggal 20 maret 2023)
- Tjiptono (1997), *Upaya Meningkatkan Brand Image*. (Yogyakarta : Kanisius)
- Usman Hardius, Nurdin Sobari, Emil Azman Sulthani (2020), *Islamic Marketing*, PT RajaGrafindo Persada, Depok
- Utami Sri (2021), *Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Wedding Organizer Syaquia Pesta (Studi Kasus pada Masyarakat Desa Perawang Kabupaten Siak)*, {skripsi Program Studi Manajemen}, Riau, Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim
- Wijaya Evelyn, Puspa Marantika Arayanti (2018), *Pengaruh Service Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada Pt. Bank Maya pada Internasional Tbk Cabang A. Yani Pekanbaru*. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)* Vol. 1 Nomor 2, e-ISSN : 2597-5234
- Wijayanti Ratna, Septiarini Ariyanti (2020), *Implementasi Marketing Mix dalam mempertahankan usaha (Studi Kasus pada Es Kelapa Muda Pak Ambon DR. Cipto Semarang)*, *SOLUSI: Jurnal Bidang Ilmu Ekonomi*, Vol. 20, No. 1, P-ISSN: 1412-5231, E-ISSN: 2716-2532
- Wibowo Sukarno dan Dedi Supriadi (2013), *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung: Pustaka Setia)

Wulandari Dessy Fitriyani, Sudirman Zaid, Sinarwaty (2019), *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Konsumen (The Effect Of Marketing Mix On Ccostumer Decision)*, Jurnal Manajemen Bisnis Dan Manajemen Vol. 3, No.1, e-ISSN 2502-4175

Yanti Putro Delvan (2020), *AnAlisis Penerapan Marketing Mix Untuk Meningkatkan Penjualan Souvenir Aceh*, [Skripsi Program Studi Ilmu Ekonomi], Banda Aceh, Fakultas Ekonpmi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri AR-RANIRY