

DAFTAR PUSTAKA

- Almagsus, F. F., & Lutfie, H. (2022). Strategi Marketing Komunikasi Pemasaran Melalui Media Komunikasi Online / Electric Word Of Mouh Dalam Peningkatan Keputusan Pembelian Di Ditie Wedding Planner Tahun 2022. *E-Proceeding of Applied Science*, 8(4), 300–304
- Amirah, T. N., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran (Word Of Mouth) Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Di Bank Syariah. *Jurnal Perbankan Syariah*, 4(1), 42.
- Argita Endraswara. (2016). Metode penelitian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Arum Wahyuni Purbohastuti. (2017). Vol. 12, No. 2, Oktober 2017. *Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Azarkasyi, B. (2020). Brand Image Produk Orisinil Menjadi Otentik Dalam Membangun Komunikasi Trend Bisnis. *Jurnal Komunikasi Dan Budaya*, 1(1), 8–17.
- Aziz Setiawan, Husen Fahmi, & Ani Yuningsih. (2022). Strategi Manajemen Public Relations dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2(1), 345–351.
- Berliana, N. (2021). Landasan Teori ادب دج. *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, 18.
- Berry, L. L. (1983). *Journal of Marketing “ Relationship Marketing .”* 1983.
- Darmansah. (2018). Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan. *FOKUS: Publikasi Ilmiah Untuk Mahasiswa, Staf Pengajar Dan Alumni Universitas Kapuas Sintang*, 16(1), 312–318.
- Darwin dan Nurwulandari. (2019). Metoda Penelitian. *Bab III Metoda Penelitian*, 170.
- DeDe, H. N. (2022). Manajemen Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Klien di Walimah Syar’i Wedding Organizer Kota Bandar Lampung. *Journal of Economic Perspectives*, 2(1), 1–4.
- Fadhilah, N. (2024). Peran Media Sosial dalam Upaya Promosi Kesehatan. *Oshada*, 1(1), 25–34.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan). In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.

- Firmansyah, M. A. (2020). Buku Komunikasi Pemasaran. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (Vol. 6, Issue August).
- Hardiyanti, T., Riswardini, C. I., Kusumastuti, A. D., Administrasi, J., Universitas, B., & Surakarta, S. (2024). *Pengaruh program loyalitas terhadap kepuasan pelanggan*. 7, 134–139.
- Hasniaty et al. (2023). Analisis Strategi Pemasaran, Kualitas Layanan Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Kepuasan konsumen Pada Jasa Property Wedding Organizer. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 221–230.
- Henri. (2018). Pengaruh Dimensi Informasi Ewom Dan Penerimaan Informasi Terhadap Keinginan Untuk Mengirimkan Ulang Pesan. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1987, 11–30.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan - - Google Books. *Unitomo Press*, 61.
- Isnawati, S. I. (2022). Viral Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1), 36–46.
- Jaenudin, J., & Pratiwi, V. A. (2024). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen: Analisis pada Belva Wedding Gallery di Majalengka. *Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 1(1), 45–52.
- Jannatul Aulia, & Bashori. (2024). *Penyusunan_Kerangka_Berpikir_Dalam_Penelitian*. *Univeristas Islam Negeri Antasari Banjarmasin*, 1–5.
- Japariato, E., Laksmono, P., & Khomariyah, N. A. (2007). Analisa Kualitas Layanan Sebagai Pengukur Loyalitas Pelanggan Hotel Majapahit Surabaya Dengan Pemasaran Relasional Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 3(1), 34–42.
- Kawakibi, A. M., & Rachmawati, I. (2023). Faktor Pendukung Komunikasi Pemasaran Digital Word Of Mouth (WOM) pada Bisnis Beverage. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 3(2), 645–649.
- Khadafi, M. (2023). *Analisis sistem pelayanan dan promosi jasa Wedding Organizer ditinjau dari etika bisnis Islam: Studi kasus di Autumn Project* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung). 1–23.
- Lestari, S. P. (2015). Hubungan Komunikasi Pemasaran dan Promosi dengan Keputusan Memilih Produk. *Jurnal Interaksi*, 4(2), 139–147.

- Lintang, R. (2018). Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Biro Perjalanan Pt. Pacto Tour Dan Travel Medan. *Universitas Medan Area*, 7–31.
- Logahan, J. M., & Putri, Y. T. E. (2013). Pengaruh Komunikasi Pelayanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan di 7-Eleven Buaran. *Binus Business Review*, 4(2), 886–896.
- Mardhiyyah, L. (2014). *S_PAUD_0804441_Chapter3*.
- Mujiasih, E. (2024). Hubungan Antara Customer Engagement Dengan Kepercayaan Merek Fashion Dari Ukm Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Diponegoro Semarang. *Jurnal EMPATI*, 13(3), 34–39.
- Mulyani, Y. S., Wibisono, T., & Hikmah, A. B. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Untuk Pemasaran Bisnis Digital Sebagai Media Promosi. *Hospitality*, 11(1), 291–296.
- Muzaiyin, A. M. (2021). Analisis Sistem Pelayanan jasa Wedding Organizer Ditinjau dari Etika Bianis Islam (Studi Kasus Di UD. Santoso Wedding Organizer). *Fenomena*, 20(1), 129–144.
- Nabilah Anjani, P., & Hasanah Sudradjat, R. (2023). Analysis of Word of Mouth as a Marketing Communication Strategy of Dj Arie Public Speaking and Broadcasting Schools on Social Media Instagram. *Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*, 3(5), 796–802.
- Nurjanah, D. S. (2018). *Analisis Service Convenience Dalam Meningkatkan Customer Satisfaction Pada Jasa Wedding Organizer CV. Anpian Cabang Banjar Dara*. 235–244.
- Oktini, D. R. (2011). Hubungan Word Of Mouth Marketing dengan Loyalitas Pelanggan Produk Kesehatan Merek Xxx di Serang Banten. In *Jurnal Manajemen dan Bisnis (Performa)* (Vol. 8, Issue 2, pp. 78–95).
- Penelitian, A. K. (n.d.). *Fitria Halim, dkk, Manajemen Pemasaran Jasa , (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 77 1. 1–22*.
- Penelitian, L., Nasution, A., & Analisis, S. (2017). *Jurnal Riset Sains Manajemen*. 1, 1–12.
- Priambodo, G., & Subyanto, M. (2017). Peran Komunikasi Word of Mouth Tradisional dan Electronic Word of Mouth terhadap Merek. *Jurnal Komunikologi*, 14(1), 8–17.

- Rahmi. (2021). Bab I Pendahuluan^ل ي ِ خ حض د. *Galang Tanjung*, 2504, 1–9.
- Rayandi, J. R. (2019). Pengaruh Responsiveness Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Yostien's Wedding Gallery di Tasikmalaya. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
- Ristiana, R., & Jumaryadi, Y. (2021). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Paket Wedding Organizer Menggunakan Metode SAW (Simple Additive Weighting). *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, 10(1), 25–30.
- Riska Sulistiani, Diana Yusuf, & Vany Terisia. (2023). Penerapan Algoritma C4.5 Dalam Penilaian Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan (Studi Kasus: Nilla Wedding Gallery). *Jurnal Teknologi Informasi (JUTECH)*, 4(2), 89–100.
- Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114.
- Sarandang, G., Soegoto, A. S., & Ogi, I. (2014). Pemasaran Relasional, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Mie Steven Pada UD. Sehati. *Jurnal EMBA*, 2(3), 644–653.
- Sari, G. G., & Gusti, G. E. (2017). Penerapan Strategi Word To Mouth Dalam Sistem Jual Beli Di Kelompok Pengajian Salafi Kota Pekanbaru. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 17–26.
- Shafira, G., & Rachmawati, I. (2022). Strategi Promosi di Media Sosial dalam Menarik Minat Beli Produk Pakaian. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 2(1), 59–62.
- Sudarta. (2022). *BAB III Pembahasan*. 16(1), 1–23.
- Suhairi:, Adawiyah, R., Hanum Rao, R., Kumala Dewi, C., & Lastarian Nahulae, L. (2022). Penerapan Teknik Lobi Dan Negosiasi Yang Efektif Dalam Melakukan Bisnis UMKM Di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 10(1), 363–370.
- Sunaryo, & Kholid, A. (2016). *Analisis Keeratan Hubungan Di antara Pelanggan – Karyawan (Sunaryo dkk)*. 217–224.
- Syafir, I. A., Romadhan, M. I., Made, N., & Pratiwi, I. (2023). Strategi Customer Relations Dalam Membangun Hubungan Baik Dengan Pelanggan Pada Mahar Agung Organizer. *UNTAG Journal*, 536–545.

- Syifa'urrahmah, A. D., & Surkadani, P. S. (2024). Pola Komunikasi Lm Wedding Planner & Event Organizer Dalam Menjalin Relasi Bisnis Dengan Vendor. *The Commercium*, 8(2), 98–111.
- Umar, H. (2018). Teori Pemasaran Jasa: Dari Transaksional ke Pengalaman. *Liberty, Yogyakarta.*, 6(1), 1–8.
- Vena Swara, N. N. A. A., & Dewi Putri, N. M. K. (2018). Peran Word of Mouth Memediasi Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Green Product Merek Oriflame Di Kota Denpasar. *Widya Manajemen*, 1(1), 80–98.
- Yonika, R. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Word of Mouth dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Wedding Organizer)*.