

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyanti, S. N., Syaifulloh, M. dan Mulyani, I. D. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Wedding Organizer Ratu Rias Sitanggal. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi (MRI)*, 1(4), 61–75. <https://doi.org/10.55606/mri.v1i4.1817>
- Aini, K. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Online terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Studi Kasus di R.A Wedding Lamongan). *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 2(2), 185-199. <https://ejournal.feunhasy.ac.id/bima>
- Amri, F. (2023). Studi Mengenai Keputusan Penggunaan Jasa Wedding Organizer and Event Organizer (Studi Kasus di Master Winner Wedding and Event Organizer di Surabaya). *Soetomo Management Review*, 1(3), 249-262.
- Andira, P., Rusyidi, M. dan Maulana, C. Z. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Faktor Pribadi dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(4), 1523. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i4.2523>
- Aprinniza, S., Sagir, J. dan M. Furkan, L. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Wedding Organizer Jaanur Kuning Lombok. *J-MARKS: Jurnal Manajemen Risiko dan Keuangan Syariah*, 1(1), 20-26. <https://jurnal.institutsunandoe.ac.id/index.php/jmrks>
- Arliman, L. (2018). Perkawinan antar Negara di Indonesia berdasarkan Hukum Perdata Internasional. *Kertha Patrika*, 39(03), 176. <https://doi.org/10.24843/KP.2017.v39.i03.p03>
- Armi, A. dan Zaelani, A. Q. (2023). Penggunaan Jalan Umum untuk Acara Walimatul U'rs dalam Perspektif Hukum Islam. *As-Syar'i: Jurnal Bimbingan & Konseling Keluarga*, 5(2). <https://doi.org/10.47476/assyari.v5i2.2607>
- Asti, E. dan Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Asy-Syuri, M. bin M. bin S. (2009). *Mahkota Pengantin*. Jakarta: Pustaka At-Tazkia.
- Chandra, T., Chandra, S. dan Hafni, L. (2020). *Service Quality, Consumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis*. Malang: CV IRHD (International Research and Development for Human Beings).
- Daga, R., Ismail, N. dan Maddatuang, B. (2020). Analisis Efektivitas Program Mandiri Dagang Untung pada PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk. *Journal of Management & Business*, 3(3), 65–78.

- Efnita, T. (2017). Effect of Variation of Products, the Service Quality, Price and Location on Customer Satisfaction Wedding Organizer. In *Jurnal AdBispreneur* (Vol. 2, Issue 2).
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hanifah, M. (2019). Perkawinan Beda Agama Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1974 tentang Perkawinan. *Soumatera Law Review*, 2(2), 297. <https://doi.org/10.22216/soumlaw.v2i2.4420>
- Haryadi, R. dan Kansaa, H. N. A. (2021). Pengaruh Media Pembelajaran E-Learning terhadap Hasil Belajar Siswa. *AtTàlim: Jurnal Pendidikan*, 7(1), 2548–4419. <https://doi.org/10.36835/attalim>
- Hikmawati, F. (2020). *Metodologi Penelitian*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Jahani dan Saepudin. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen Jasa DR Wedding House Bogor. *ELESTE: Economic Skill Journal*, 2(1), 78-86. <https://journal.stiegici.ac.id/index.php/eleste/index>
- Karim, A. (2008). *Ekonomi Mikro Islami*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Karma. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(4), 341–350. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4128535>
- Kinski, N., Sari, R. L. dan Ruslan, D. (2023). Pengaruh Promosi terhadap Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian di E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(13), 435–443. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8152978>
- Kurniawan, A. W. dan Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Lie, G. dan Wenas, R. S. (2017). The Influence of Promotion Mix and Price Perception on Purchase Decision at Sparkle the Organizer Manado. *Jurnal EMBA* (Vol. 5, Issue 3).
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Maulidasari, C. D. dan Damrus. (2021). Dampak Promosi Produk pada Pemasaran Online. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 5(1), 137–142.
- Muhamad. (2004). *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: BPFE (Bhakti Profesindo).
- Nicholson, W. (1995). *Mikroekonomi Intermediate*. Jakarta: Binarupa Aksara.

- Nuryani, F. T. N. dan B. H. (2022). Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi. *Literature Review Manajemen Pemasaran*, 3(4). <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4>
- Piadada, I. A. A. A., Arjaya, K. dan Asmarani, I. G. A. R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Répondez S'il Vous Plait di Twogather Wedding Planner Bali. *Journal of Event and Convention Management*, 1(1), 18–27. <https://doi.org/10.52352/jecom.v1i1.775>
- Pindyck, R. S. dan Rubinfeld, D. L. (2012). *Mikro Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Purnama, P. M. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen serta Dampaknya pada Loyalitas Konsumen Wedding Organizer di Kota Prabumulih. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 140-152.
- Putra, M. T. P. dan Zulfebriges. (2019). Pengaruh Harga, Citra, dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Devendor Wedding Organizer. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 5(2), 563-567.
- Rahmandika, Y. F., Pr, L. dan Purwanto, H. (2020). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 8 (1), 65-74.
- Rahmatia, Hamida, L. O. dan Hakim, A. (2023). Pengaruh Promosi Media Sosial dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Toko Tho Masagena). *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting)*, 4(2), 186–191. <https://ejournal.almaata.ac.id/index.php/IJMA/index>
- Rahmawaty, A. (2021). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: Idea Press.
- Rizkiana, C., Bekti, S. M., Suryawardana, E. dan Indriyanti, I. S. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Jasa Wedding Organizer. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 16(1), 81-94.
- Rosalin, L. D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Permata Wedding Organizer. *JUMPER: Jurnal Ekonomi Perjuangan*, 3(1), 1–10.
- Rosida, K., Wilujeng, B., Dwiyantri, S. dan Puspitorini, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Xpressi Wedding Organizer. *E-Journal*, 10(2), 43–49.
- Rukmayanti, dan Fitriana. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(2), 206–217. <https://doi.org/10.12928/fokus.v12i2.6671>

- Rumagit, M. F., Tumbuan, W. J. F. A. dan Lintong, D. C. A. (2022). The Influence of Ease of Use, Service Quality and Promotion on Purchase. *Jurnal EMBA*, 10(4), 2176–2185.
- Safri, H. (2018). *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Palopo: Kampus IAIN Palopo.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: KBM Indonesia.
- Sahroma, K. S. P. dan Anasrulloh, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Pengguna Jasa pada Nadzira Wedding Organizer Tulungagung. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(1), 229–239.
- Santosa, R. (2021). The Influence of Cultural Factors, Social Factors, and Personal Factors Against Customer Purchase Decisions in Using Wedding Services Organizer in Surabaya. *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*, 1(2), 77–90. <https://doi.org/10.37715/rmbe.v1i2.2415>
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Subagyo, A., Widayat, E. W. dan Syahrudin. (2018). *Kewirausahaan (untuk Bisnis Start-Up)*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sudarman, A. (2004). *Teori Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: BPFE (Bhakti Profesindo).
- Sudarsono. (1988). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta: PT. New Aqua Press.
- Suhirman, dan Yusuf. (2019). *Penelitian Kuantitatif Sebuah Panduan Praktis*. Mataram: Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Mataram.
- Syaparuddin. (2021). *Edukasi Ekonomi Islam Perilaku Konsumen Muslim*. Yogyakarta: Trust Media.
- Trianto, F. E., Azhad, M. N. dan Hermawan, H. (2022). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS*, 1(7), 1440–1449.
- Wulandari, R., Setiawan, R. dan Mulyani, A. (2019). Perancangan Sistem Informasi Manajemen Wedding Organizer Online Menggunakan Scrum. *Jurnal Alogaritma*, 16(2), 139-150. <http://jurnal.sttgarut.ac.id/>
- Wuysang, J., Tamengkel, L. F. dan Punuindoong, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Jasa Royal Wedding Organizer Manado. *Productivity*, 3(4), 304-308.
- Zusrony, E. (2021). *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.