

## DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, R., Susanto, V. A., Nelfianti, F., & Elyana, I. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Marketing Mix Pada Event Organizer (Studi Pada Event Organizer Cipayung Jakarta Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(2), 104–108. <https://doi.org/10.31294/jab.v2i2.1642>
- ANISA, R. (2023). *ANALISIS MARKETING MIX 7P DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS AH WEDDING ORGANIZER PEKALONGAN)*. 2(2), 29–44. <https://www.academia.edu/>
- Ardiningrum, A., Isyanto, P., & Yani, D. (2023). Strategi Pengembangan Pada Pelaku Usaha Laundry (Griya Laundry Karawang). *Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 220–226. <https://doi.org/10.58192/profit.v2i3.969>
- Arifin, N. A., & Djamereng, A. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Event Organizer Pt. Tiga Production Dalam Mendapatkan Kepercayaan Pelanggan. *Jurnal Kajian Dakwah*, 614–630. <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/washiyah/article/view/16230>
- Artaningsih, L. (2022). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Pada Mini Market Abd Food Mart Di Singaraja. *Widya Amerta*, 9(1), 40–55. <https://doi.org/10.37637/wa.v9i1.987>
- Bimantara, F., Supriadi, A., & Hanggita, S. (2016). Modifikasi dan Pengujian Alat Pengasapan Ikan Sistem Kabinet. *Jurnal Fishtech*, 4(1), 46–56. <https://doi.org/10.36706/fishtech.v4i1.3498>
- Dewi, S. (2021). Analisis Komparasi Swot Strategi 7P Di Jasa Event Organizer PT. Craton Indonesia Antara Perusahaan dan Klien Di Jakarta Selatan. *Journal of Economics and Business UBS*, 10(1), 100–108. <https://doi.org/10.52644/joeb.v10i1.54>
- Eltebrandt, T. (2008). *Title: Creating marketing strategies for wedding business unit of Amari Atrium Hotel.*
- Firdaus, R., Faizasari, A., Yunus Batusangkar, M., & Padang, U. N. (2022). Analysis Of Marketing Mix In The Perspective Of Islamic Business Ethics Study On The Community Of Pastry MSME Actors In Tanah Datar Regency Analisis Marketing Mix Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Pada Masyarakat Pelaku UMKM Kue Kering Di Kabupate. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(5), 2879–2897. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Fortino, I., Pradhanawati, A., & Prihatini, A. E. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT pada Industri Konveksi Tas CV. Gerhatas. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 151–160. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34205>
- Guntarayana, I., Putri, K., & Chuly, R. Y. (2018). ANALISA STRATEGI DALAM PEMASARAN (Studi Kasus pada Mie Gacoan di Karangtengah Kota Blitar). *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 11(2), 46–56.

<https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v11i2.1099>

- Hanif, H. R., & Parantika, A. (2023). Strategi Bauran Pemasaran 7P Menggunakan Pendekatan Analisis SWOT dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Mangata Coffee & Eatery. *Media Wisata*, 21(1), 164–177. <https://doi.org/10.36276/mws.v21i1.460>
- Hikmah, A., Sriyanti, D., Rijal, S., Said, M. I., & Supatminingsih, T. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan ( Studi Kasus Yotta Milk Di Kota Makassar ). *Indonesian Journal of Social Studies and Humanities*, 2(1), 12–24.
- Komari, A., Indrasari, L. D., Tripariyanto, A. Y., & Rahayuningsih, S. (2020). Analysis of SWOT Marketing Strategies and 7P Influence on Purchasing Decision. *Journal of Physics: Conference Series*, 1569(3). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1569/3/032002>
- Lapian, A. A., Massie, J., & Ogi, I. (2016). *PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA*. 4(1), 1330–1339.
- Larasati, A., & Nugroho, R. H. (2023). *Enrichment : Journal of Management Marketing mix strategy through SWOT analysis method at PT. Toyo Maitso Surabaya*. 13(1).
- Leindarita, B. (2022). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7P TERHADAP KEPUTUSAN ORANG TUA DALAM MEMILIH RUMAH TAHFIDZ QUR'AN*. 2(10), 3589–3598.
- Luh, N., Saputri, R., Arjaya, K., Citrawati, L. P., Bali, P. P., & Dua, N. (2022). *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Paket Wedding di The Ritz-Carlton , Bali*. 1(1), 39–49. <https://doi.org/10.52352/jecom.v1i1.818>
- Musay, F. P. (2013). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Kfc Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(2), 1–7.
- Permatasari, B., & Anggarini, D. R. (2020). Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Oleh Strategi Bauran Pemasaran Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Warunk Upnormal Bandar Lampung. *Jurnal MANAJERIAL*, 19(2), 99–111. <https://doi.org/10.17509/manajerial.v19i2.23675>
- Prayudi, D., & Yulistria, R. (2020). Penggunaan Matriks SWOT dan Metode QSPM pada Strategi Pemasaran Jasa Wedding Organizer: Studi Kasus pada UMKM Gosimplifywedding Sukabumi. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 225. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i2.516>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Ramadhan, M. I. R. (2023). Strategi Bauran Pemasaran Kafe Tengah Kota Di Kabupaten Jombang Dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Aleph*, 87(1,2), 149–200. <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/167638/341506.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/8314/LUCINEIA%20CARLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://antigo.mdr.gov.br/saneamento/proces>

- Rohmah, I. N. (2023). STRATEGI PEMASARAN AZZA WEDDING ORGANIZER DALAM MEMPERTAHANKAN KUALITAS LAYANAN JASA WO DI YOGYAKARTA. *Ekonomi Dan Bisnis Islam*.
- Saputra, J. E., & Kusumaningrum, A. P. (2022). Analisis Swot Penggunaan Media Online Instagram Sebagai Alat Promosi Di Cafe Kopipapi Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 1802–1818. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2542>
- Setiawan, R. R. & M. (2023). *Digital Marketing Strategy Wedding Planning Tools in Indonesia*. 3(3), 723–734. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i3.540>
- Sonny, S., & Wardhana, I. (2020). Pertambangan Dan Deforestasi: Studi Perizinan Tambang Batubara Di Provinsi Kalimantan Timur. *Jurnal Renaissance*, 5(2), 681. <https://doi.org/10.53878/jr.v5i2.120>
- Wulan Antari, N. N., & Riza Wulandari. (2020). Strategi Pemasaran Wedding Packages Pada My Wedding Organizer. *Journal of Applied Management and Accounting Science*, 2(1), 23–40. <https://doi.org/10.51713/jamas.v2i1.24>
- Wulandari, J. (2021). *Wulandari, J. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Usaha Jasa Wedding Organizer Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ud. Julia Pelaminan Pekanbaru (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau)*.