

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2020). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Aryani, D. N., Hartutik, Desi Derina Yusda, Ni Desak Made Santi Diwyarthi, & Yanti Setianti. (2023). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Marketplace Shopee. In *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)* (Vol. 9, Issue 6, pp. 2438–2443). <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i6.1664>
- Binus. (2021). *Memahami Inner Model (Model Struktural) Dalam Smart PLS*. Accounting Binus. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-inner-model-model-struktural-dalam-smart-pls/>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson.
- Deshpande, S. K. (2025). *Service Quality , Customer Satisfaction , and Loyalty in Event Planning : A Sstudy of Indian Weddings*. 13, 60–67. <https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v13.i4.2025>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls*. BP Undip.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, F. F., Faisol, & Itot Bian Raharjo. (2025). Pengaruh Promosi Digital, Kualitas Layanan, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Konsumen dalam Penggunaan Jasa Omahbiru Wedding Organizer. *Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, Dan Pajak (JBEP)*, 2, 365–376. <https://doi.org/10.61132/jbep.v2i2.1302>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Cengage.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S.

- (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer.
- Harahap, M. G. (2024). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Sada Kurnia Pustaka.
- Hendrik, J. J. (2024). Analisis Kepuasan Konsumen Atas Kualitas Pelayanan Customer Service , Harga , Dan Ketepatan Waktu Pengiriman. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 03(1), 145–154. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2024.03.1.15>
- Khoirunnisa, S., & Nuryani, Y. (2025). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Jopankar Cosmetics Kota Bandung*. 2(4), 564–573. <https://doi.org/10.70451/cakrawala.v2i4.661>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2023). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.
- Mahmud, A., & Kunci, K. (2023). *Analisis Pengaruh Promosi Digital Dan Kualitas Layanan Aplikasi Go- Food Terhadap Keputusan Pembelian*. 6(1), 258–271.
- Maulana, D. A., Musyaffa, H., Yusuf, & Tiara Mushiarsih. (2025). *The Influence of Price and Product Quality on Consumer Satisfaction with Oppo Smartphones on Shopee Dani*. 5(2), 1947–1960.
- Mittal, V., Han, K., Frennea, C., Blut, M., & Shaik, M. (2023). Customer satisfaction, loyalty behaviors, and firm financial performance: what 40 years of research tells us. *Marketing Letters*, 34(2), 171–187. <https://doi.org/10.1007/s11002-023-09671-w>
- Muzaiyin, A. M. (2021). *Analisis Sistem Pelayanan Jasa Wedding Organizer Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di UD. Santoso Wedding Organizer)*. 20(1), 129–144. <https://doi.org/10.35719/fenomena.v20i1.56>

- Pramestyan, Marshanda, M. E., & Tiarawati, M. (2025). The Effect Of Customer Experience And Service Quality On Purchase Decision Of Event & Wedding Organizer Services (Study On Event & Wedding Organizer Seven Production). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 16(1), 98–113.
- Rizkiana, C., Bekti, S. M., Suryawardana, E., & Indriyanti, I. S. (2023). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada produk jasa wedding organizer. In *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 16, Issue 1, p. 81). <https://doi.org/10.26623/jreb.v16i1.6260>
- Rokeman, N. R. M. (2024). Likert Measurement Scale in Education and Social Sciences Explored and Explained. *Journal of Social Science*, 10(1), 77–78.
- Rosida, K., Wilujeng, B., Dwiyantri, S., & Arita Puspitorini. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Xpressi Weeding Organizer. *Journal Unesa*, 10, 43–49. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-tatarias/article/view/41018/35407>
- Safitri, H. A., Syahputra, R., & Ikhsan, M. A. Al. (2025). Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Happy Kiddy Indonesia Rantauprapat. In *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan* (Vol. 5, Issue 1, pp. 333–343). <https://doi.org/10.55606/jimek.v5i1.6321>
- Salam, M. A., Hidayah, I., Erwinsyah, Pinagaran, H., & Benazira, A. (2024). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek. In *Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi* (Vol. 2, pp. 180–197). <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v2i4.2460>
- Santoso, H. D., Aliami, S., & Damayanti, S. (2024). *The Role of Service Quality, Prices and Promotions on Customer Satisfaction Wedding Organizer Liska Nganjuk*. 2, 1282–1286. <https://humasjournal.my.id/index.php/HJ/article/view/391>
- Sari, P. D. S., Prapanca, D., & Adji Kusuma, K. (2024). Pengaruh Kualitas

- Promosi, Harga Dan Meningkatkan Kualitas Layanan Belanja Online Terhadap Kepuasan Pelanggan Penelitian pada Bisnis E-commerce Shopee. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 5, Issue 2, pp. 6113–6130). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literatur Review Manajemen Pemasaran). *Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill-Building Approach* (7 th). Wiley.
- Shifa, L. L., Citrawati, L. P., & Sumadi, I. G. (2025). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Avinci Wedding Planner Yogyakarta*. 4(1), 59–71. <https://doi.org/10.52352/jecom.v4i1.2345>
- Siyoto, S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Slack, N., Gurmeet Singh, & Shavneet Sharma. (2020). *The Effect of Supermarket Service Quality Dimensions and Customer Satisfaction on Customer Loyalty and Disloyalty Dimensions*. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-10-2019-0114>
- Sudirman, A., Alaydrus, S., Rosmayati, S., Syamsuriansyah, Nugroho, L., Arifudin, O., Hanika, I. M., Haerany, A., Rusmana, F. D., & Khairul Rijal. (2020). *Perilaku Konsumen dan Perkembangannya di Era Digital*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Sukma, B. C., & Murwanto, H. (2023). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan*. 21(3), 300–309.
- Syafira, T., Sudarman, & Ellyawati, N. (2024). Pengaruh Harga Dan Promosi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Oentha Pada Tahun 2024. *Jurnal Prospek Pendidikan Ilmu Sosial Dan Ekonomi*, 6(1), 24–36. <https://doi.org/10.30872/prospek.v6i1.4025>
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Tjiptono, F. (2020). *Pemasaran Jasa*. Andi.

- Tuten, T., & Solomon, M. (2017). *Social Media Marketing*. Sage.
- Ujang Sumarwan. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. G.
- Vicky Howard. (2006). *Brides, Inc.: American Weddings and the Business of Tradition*. University of Pennsylvania Press.
- Wibowo, T. S., Asir, M., & Anwar, M. A. (2022). *Product Pricing Strategy On Consumer Purchasing Power: A Literature Study Efektifitas Strategi Penetapan Harga Produk Barang Pada Daya Beli Konsumen: Studi Literature*. 3(August), 2987–2996.
- Wicaksono, A. B., & Sri Widodo. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas*. 13(1), 1–14.
<https://doi.org/10.35968/jimspc.v13i1.1145>
- Yuniarti, N., & Sukma, R. P. (2024). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Customer Trust*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3.
<https://al-haramjournal.id/index.php/EKOMA/article/view/4611/3605>