

## Daftar Pustaka

- Abdul Rauf, Sardjana Orba Manullang, Tri Endi Ardiansyah P.S, Farah Diba, Ilham Akbar, Robi Awaluddin, Puji Muniarty, Hamdan Firmansyah, Ahmad Mundzir, Vigory Gloriman Manalu, Genesis Sembiring Depari, Elsy Rahajeng, Metha Dwi Apriyanti, Sri Vandayuli Rio. (2021). *Digital Marketing : Konsep dan Strategi*. Cirebon: Penerbit Insania.
- Anugerah Tesa Aulia dan Pratiwi Wahyu Widiarti. (2018). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PATRON WEDDING ORGANIZER MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *LEKTUR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, DOI: 10.21831/lektur.v1i1.12614.
- Aris Darmawan dan Moch Djauhari. (2022). Strategi Komunikasi Instagram Hybool Dalam Pemasaran Wedding Fotografi. *Journal Stikosa*, DOI: <https://doi.org/10.37826/digicom.v2i1.258>.
- Berlo, D. K. (2005). *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*. Michigan: University of Michigan Press.
- Chakti, G. (2019). *THE BOOK OF DIGITAL MARKETING: BUKU PEMASARAN DIGITAL*. Sulawesi Selatan: Celebes Media Perkasa.
- Creswell, J. W. (2017). *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. United States: Sage Publications.
- Dewi Kusumasanthi, Ida Bagus Alit Arta Wiguna, dan Srirahayu Puspawati. (2023). EKSISTENSI FILSAFAT KOMUNIKASI DI ERA DIGITAL. *SAMVADA: Jurnal Riset Komunikasi, Media, dan Public Relation*, DOI: <https://doi.org/10.53977/jsv.v2i1.981>.

Effendi, O. U. (1993). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

George E. Belch, Michael A. Belch. (2015). *Advertising and promotion : an integrated marketing communications perspective*. New York: McGraw-Hill.

Ghassani Shabrina Prasetyo dan Heidy Arviani. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DARMAHESWARA WEDDING ORGANIZER MELALUI INSTAGRAM DALAM ANALISIS SOSTAC DI MASA PANDEMI COVID-19. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, DOI: <http://dx.doi.org/10.31604/jips.v9i4.2022.1177-1183>.

Githa Heggde dan G. Shainesh. (2018). *Social Media Marketing: Emerging Concepts and Applications*. Singapura: Palgrave MacMillan.

Hamidah Sari, Arief Yanto Rukmana, Musran Munizu, Nurillah Jamil Achmawati Novel, Muhammad Fachrul Salam, Raden Marsha Aulia Hakim, Rani Sukmadewi, dan Ratih Purbasari. (2023). *DIGITAL MARKETING : Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital*. Jambi: Sonpedia Publishing.

Handayani, I. (2020, Februari 11). *Investor ID*. Diambil kembali dari Bisnis Industri Pernikahan Tumbuh 30% pada 2020: <https://investor.id/lifestyle/204628/bisnis-industri-pernikahan-tumbuh-30-pada-2020>

Hasan, A. P. (2020). Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media Sosial terhadap Kesadaran Merek dan Citra Merek yang Berdampak pada Electronic-Word

- Of Mouth (E-WOM) Konsumen Batik Danar Hadi. *Repository Universitas Hayam Wuruk Perbanas*, URI: <http://eprints.perbanas.ac.id/id/eprint/6628>.
- Homburg, C. (2020). *Marketing Management*. Netherland: Springer.
- Jiawei Zhou, Yixuan Zhang, Qianni Luo, Andrea G. Parker, dan Munmun De Choudhury. (2023). Synthetic Lies: Understanding AI-Generated Misinformation and Evaluating Algorithmic and Human Solutions. *CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, DOI: <https://doi.org/10.1145/3544548.3581318>.
- Keller, K. (2022). Understanding the changing role and functions of marketing. *APA handbook of consumer psychology*, DOI: <https://doi.org/10.1037/0000262-005>.
- Kusumawardani, D. A. (2011). STUDI MENGENAI KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA WEDDING AND EVENT ORGANIZER (Studi kasus di Mahkota Wedding and Event Organizer Semarang) . *UNDIP Repository*.
- Lasswell, H. (1960). *The Structure and Function of Communication in Society Urbana*. Illonis: University of Illonis Press.
- Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman. (2014). *Qualitative Data Analysis*. United States: Sage Publication.
- Mulyana, D. (2001). *Ilmu komunikasi : suatu pengantar*. Bandung: Remaja Rosadakarya.
- Mustar Aman dan Suroso. (2021). Pengembangan Sistem Informasi Wedding Organizer Menggunakan Pendekatan Sistem Berorientasi Objek Pada CV

Pesta. *Jurnal Janitra Informatika dan Sistem Informas*, DOI:  
10.25008/janitra.v1i1.119.

Nadyfah, N. (2014). ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA NR WEDDING ORGANIZER SURABAYA . *Universitas Veteran Repository*.

Nurliyanti Nurliyanti, Anestesia Arnis Susanti, dan Baruna Hadibrata. (2022). PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (LITERATURE REVIEW STRATEGI MARKETING MANAJEMENT). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora, dan Politik*, DOI: <https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2.982>.

Paul Baines, Sophie Whitehouse, Paolo Antonetti, dan Sara Rosengren. (2021). *Fundamentals of Marketing*. United Kingdom: Oxford University Press.

Philip Kotler dan Gary Armstrong. (2010). *Principles of Marketing*. United Kingdom: Pearson.

Phillip Kotler, Kevin Keller, Mairead Brady, Malcolm Goodman, dan Torben Hansen. (2019). *Marketing Management*. United Kingdom: Pearson.

Rachmawaty, A. (2021). Strategi Marketing Menggunakan Instagram. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, DOI:  
<https://doi.org/10.38204/atrabis.v7i1.565>.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Terry Edward O'Reilly dan Mike Tennant. (2009). *The Age of Persuasion: How Marketing Ate Our Culture*. Canada: Canada Limited.

Tjiptono, F. (2023). *RISET PEMASARAN*. Yogyakarta: Andi Offset.

Umar, H. (2001). *Strategic Management in Action*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Wursanto. (2001). *Etika Komunikasi Kantor*. Yogyakarta: Kanisius.

Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: KENCANA.

Zarella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book*. Canada: O'Reilly Media Inc.

Zunan Setiawan, Arief Yanto Rukmana, Made Putri Ariasih, Tia Nurpriyanti, Dyah Ayu Suryaningrum, Nur Ambulani, Afrina Sari, Subadi Subadi, Jasri Jasri, Rd. D. Lokita Pramesti Dewi, Sovia Rosalin, Isra Ruddin, Najdah T, Evi Rinawati Simanjuntak. (2023). *BUKU AJAR DIGITAL MARKETING*. Jambi: Sonpedia Publishing.