

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, A., yuni dharta, F., & mardiani lubis, F. (2024). Aplikasi Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Wedding Photography “Serenity Photoworks.” *Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(1), 6–16.
- Amalia, L. A., Zulistiani, Z., & Damayanti, S. (2023). Strategi Pemasaran Melalui Social Media Instagram dan Tiktok Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Ardana Studio). *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 8, 14–26.
- Damawati, Windy; Fauji, Diah Ayu Septi; Purnomo, H. (2024). Identifikasi SWOT Dalam Strategi Pemasaran Pada Outlet Minuman Free Time Cabang Mojoroto. *Simposium Manajemen Dan Bisnis*, 3, 126–134. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/4610>
- Dunan, H., Antoni, M. R., Redaputri, A. P., & Jayasinga, H. I. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan “Waleu” Kaos Lampung di Bandar Lampung. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 17(2), 167–185. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v17i2.10626>
- Ernawati, L., & Kusuma, H. (2021). Jurnal of Economic and Social Empowerment. *Journal of Economic and Social Empowerment*, 1(Ii), 69–74.
- Febrian, D. W., Ansori, K., Roza, N., Syafri, M., Susanto, & Lubis, M. F. (2024). Strategi Manajemen Talent Untuk Peningkatan Kinerja dan Retensi Karyawan. *Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(2), 4069–4077.
- Hakim, H. Al, Fakultas, A., Sosial, I., & Klaten, U. M. (2022). Analisis strategi pemasaran CV . Gema Nusa berdasarkan metode SWOT. *Journal of Management and Digital Business*, 2(1), 23–38.
- Haque-fawzi, M. G., Iskandar, ahmad syarieff, Erlangga, H., Nurjaya, Sumarsi, D., & I. (2022). STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Manajemen, S. N., Akuntansi, E., Ekonomi, F., Kediri, U. N. P., Produk, V., Persepsi, D. A. N., Pada, H., & Dekorasi, N. (n.d.). *Meningkatkan omzet penjualan melalui optimalisasi kualitas produk ,variasi produk, dan persepsi harga pada nindy dekorasi*. 127–139.
- Nindya Amelia, N. A. (2023). Implementasi Bauran Promosi Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Memopro Wedding Organizer Dalam Meningkatkan Konsumen Memopro. *NIVEDANA : Jurnal Komunikasi Dan Bahasa*, 4(1), 223–239. <https://doi.org/10.53565/nivedana.v4i1.864>
- Pemasaran, S. B., Mix, M., Organizer, I. Y., Jumlah, M., & Wedding, C. (2024). Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah. *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis*

- Syariah*, 6(10), 6240–6252. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i10.2799>
- Prayudi, D., & Yulistria, R. (2020). Penggunaan Matriks SWOT dan Metode QSPM pada Strategi Pemasaran Jasa Wedding Organizer : Studi Kasus pada UMKM Gosimplywedding Sukabumi. *Maksipreneur Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 9(2), 224–240. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30588/jmp.v9i2.516>
- Purnomo, A. M., Hasbiyah, D., & Fauziah, I. A. E. (2023). *Personal Karakter Ijonk Make Up Artist Pada Penggunaan Jasa Ijonk Wedding Organizer Dalam Membangun Minat Pelanggan*. 2, 2360–2370.
- Purnomo, H., Arifiansyah, R., Sudirman, N. A., Hasdiansa, I. W., & Sitti Hasbiah. (2024). Coffee Shop Marketing Strategy Using SWOT Analysis to Increase Business Competitiveness. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship Research*, 2(1), 49–62. <https://doi.org/10.62794/ijober.v2i1.1444>
- Rahmawati, L. (2024). *Strategi Pemasaran Green Marketing Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Okayu Galeri Cafe Kertosono*. 3, 213–221.
- Rasyad, M., Saraan, G., Arwansyah, O. K. D., & Fatmawati, E. (2025). *Economics , Business and Management Science Journal Peran Media Sosial dalam Strategi Komunikasi Pemasaran : Analisis Efektivitas dan Implementasi The Role of Social Media in Marketing Communication Strategies : Effectiveness and Implementation Analysis*. 5(1), 147–155. <https://doi.org/10.34007/ebmsj.v5i1.13>
- Rosid, A., Purnomo, H., Hamid, A., Wardhana, M. G., & Setianti, Y. (2023). The Influence of Integrated Communication Strategies in Online Business in the Digital Era on Building and Sustaining Corporate Image: a Case Study on the Dynamics of Companies in Indonesia. *International Journal of Economic Literature*, 1(2), 177–190.
- Sari, I. A., Riniwati, H., & Harahap, N. (2015). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT Hatni (Hasil Alam Tani Nelayan Indonesia) Di Desa Tlogosadang Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan Jawa Timur. *Jurnal ESCOFim*, 3(1), 16–26.
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211.
- Widiargun, D., Alamsyah, A., Suseno, A., & Mirza, M. (2024). Strategi Pemasaran Ohana Enterprise dalam Meningkatkan Penjualan Paket Wedding Tahun 2023. *Social Science Academic*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.37680/ssa.v2i1.4441>