

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, K. (2020). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Wedding Organizer (Studi Pada Konsumen Art Project Lampung di Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 1(2), 11–24. <https://doi.org/10.57084/jmb.v1i2.453>
- Ardhianti, M. P., Hernawan, M. A., & Suryawan, R. F. (2022). *PENGARUH GAYA HIDUP DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA PENGIRIMAN JNE EXPRESS CABANG BEKASI TAHUN 2021*. 1, 157–163.
- Chaterina, I. (2016). Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E'Chick. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(3), 340–348.
- Info, A., On, R., On, R., On, A., Print, I., & Online, I. (2025). *The role of eco-digital learning in enhancing the impact of IoT , blockchain , and artificial intelligence on green supply chain for SME internationalization*. [https://doi.org/10.21511/ppm.23\(1\).2025.06](https://doi.org/10.21511/ppm.23(1).2025.06)
- Maranisya, U. (2024). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa Wedding Organizer Di Purandewi Catering*. 2(2), 97–103.
- Murtiyanto, R. K., Niaga, A., & Malang, P. N. (2021). *Pengaruh gaya hidup dan motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian di arema store malang*. 197–200.
- Nuzanah, S. (2023). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Wedding Organizer Ratu Rias Sitanggal*. 1(4).
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 150–160. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.473>
- Rahmawati, N., Shokhifah, V., Lukito, H., & Amalia, R. (2024). *Jurnal Sains Ekonomi dan Edukasi Pengaruh Word of Mouth , Promosi Melalui Medsos dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen dalam Memilih Wedding Organizer Ainasalsabila _ Mua Kecamatan Pungging Kabupaten Mojokerto*. 1(12), 1043–1056.
- Technology, J. (2023). *Mediating role of inter-firm linkages and innovation capability towards the sustainability of SMEs in Indonesia Faisol Vikas Kumar * Sri Aliami*. 23(4), 387–409.
- Ulfi Maranisya, & Reza Ardian Putra. (2024). Pengaruh Promosi Digital Marketing Dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa Wedding Organizer Siapnikah.Id. *Journal of Student Research*, 2(2), 140–146. <https://doi.org/10.55606/jsr.v2i2.2838>

Zakiyah, A. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko Banda Baru Palembang*. 10(2).

Zakiyah, A., & Hariasih, M. (2023). *Keputusan Pembelian ditinjau dari Brand Trust , Digital Marketing dan Online Customer Review (Studi Kasus Pada Mie Gacoan Sidoarjo)*. 6(2), 113–126.

<https://doi.org/10.35326/jiam.v6i2.4062>.Keputusan

