

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, A. T. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Patron Organizer Melalui Media Sosial Instagram Wedding Marketing Communication Strategy of Patron Wedding Organizer. *Strategi Komunikasi Pemasaran, 1*.
- Bungin. B. (2014). *Penelitian Kualitatif Edisi Kedua*. Kencana Prenada Media Group.
- Desi, M. & Yuliana, L. (2014). *Wedding Organizer Order Management*. Bina Nusantara
- Faruqi, A. & Wahyuni, I. L. (2017). *Analisis Strategi Word of Mouth Marketing Akun Instagram @Exploresawahlunto*.
- Febriani, Nufian & Asmara, Wayan, W. (2018). *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Universitas Brawijaya.
- Herdiansyah, H. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Salemba Humanika.
- J. Paul Peter, C. O. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (09 ed.). Salemba Empat.
- Jeremy Kees, P. D. (2018). *Consumer Behaviour*. Villanova School of Bussnines.
- Machfoeds, Mahmud. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Nurkholiq, I. (2019). *Pengatuh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati di Kota Bandung*. Bandung: Universitas Telkom.
- Nursalam, 2016, metode penelitian, & Fallis, A. (2013). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Pandrianto, N., & Sukendro, G. G. (2018). Analisis Strategi Pesan Content Marketing Untuk Mempertahankan Brand Engagement. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 167. <https://doi.org/10.24912/jk.v10i2.2619>
- Philip, Kotler. & Gary, A. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Edisi 13.). Erlangga.
- Putu, I. & Fanni Hanifa, S.E., M. (2019). *Effect of Event Marketing Towards Interest in Buying Daihatsu All New Terios*. 05.
- Prisgunanto, I. (2014). *Komunikasi Pemasaran Era Digital*. Prisani Cendekia.
- Ramidah, K. (2020, 09 Juni). *New Normal di Tengah Pandemi Covid-19*. Diambil dari: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-sidempuan/bacaartikel/13169/New-Normal-di-Tengah-Pandemi-Covid-19>. Djkn.kemenkeu.go.id. (Akses: 21 Oktober 2020).

- Roro, Maheswari. & Barzyan. (2020). *Officially Told Podcast Ep. 02. Wedding di New Normal*. Diambil dari: https://www.youtube.com/watch?v=dET_txSz440. (Akses: 21 Oktober 2020).
- Sugiyono. (2015). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sukwadi, R., Inderwati, M. W., & Yemima, M. I. (2016). Perilaku konsumen dalam pemilihan online shop instagram. *Jurnal Metris*, 17, 123–132.
- Satih, S. & Very, J. (2013). *Problem Pernikahan dan Strategi Penyelesaiannya: Studi Kasus Pada Pasangan Suami Istri Dengan Usia Perkawinan Di Bawah Sepuluh Tahun*. 15.
- Suherman, K. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods PT. Expand Berlian Mulia di Semarang*.
- Sulistya, R. (2020, 25 Maret). *Jasa Wedding Organizer Terdampak Wabah Covid-19*. Diambil dari: <https://republika.co.id/berita/q7ratl463/jasa-emwedding-organizerem-terdampak-wabah-covid19>. Republika. (Akses: 21 Oktober 2020).
- Sutisna, S. M. (2013). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Zuraya, N. (2020, 26 Agustus). *Industri Kreatif Terdampak Pandemi Paling Parah*. Diambil dari: <https://republika.co.id/berita/qfnqn9383/kemenperin-industri-kreatif-terdampak-pandemi-paling-parah>. Republika. (Akses: 21 Oktober 2020).