

DAFTAR PUSTAKA

- [Anonim] Weddingmarket.com (2024). Vendor Bridal Jabodetabek. <https://weddingmarket.com/vendor/bridal>. Diakses pada: 22 Juni 2026.
- [Munifah Attire] (2024). Pricelist Jakarta. <https://munifahattire.com/pricelist-jakarta>. Diakses pada: 12 Mei 2026.
- Abdullah, M. N. F., & Suja'i, I. S. (2022). Pengaruh gaya hidup dan media sosial terhadap perilaku konsumtif. *Jurnal Pendidikan DEWANTARA: Media Komunikasi, Kreasi Dan Inovasi Ilmiah Pendidikan*, 8(2), 72-84.
- Afkarina, R. A. (2020). Minat konsumen dalam pemilihan konsep tata rias pengantin di Bless Salon dan Wedding Service Surabaya. *e-Jurnal, Volume 09 Nomor 4*, 125-132.
- Aini, H., & Afdal, A. (2020). Analisis kesiapan psikologis pasangan dalam menghadapi pernikahan. *Jurnal Aplikasi IPTEK Indonesia*, 4(2), 136-146.
- Al Basya, M. (2018). Analisis preferensi konsumen terhadap keputusan menggunakan jasa kursus bahasa inggris (Studi pada pelanggan lembaga kursus bahasa inggris di Kampung Inggris Pare). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 58, no. 2.
- Arif, N. L. (2017). Pengaruh motivasi, sikap, dan pelayanan terhadap minat beli konsumen di Outlet Sumber Waras di Gkb Gresik. *Doctoral dissertation*. Universitas Muhammadiyah Gresik.
- Banurea, S. A., & Aisyah, S. (2022). Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian: Studi Kasus Kantin UIN Sumatera Utara. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial (Embiss)*, 2(4), 555-560.
- Barus, Y. Y., Sinaga, R. V., & Sagala, R. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada Milala Service Station Medan). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 141-150.
- Bellasaputri, V., & Arif, D. (2022). Analisis kualitas pelayanan, kepuasan konsumen untuk meningkatkan loyalitas nasabah di Bank BCA. *IQTISHADEquity jurnal MANAJEMEN*, 4(2), 94-100.
- Dayat, M. (2019). Strategi pemasaran dan optimalisasi bauran pemasaran dalam merebut calon konsumen jasa pendidikan. *Jurnal Mu'allim*, 1(2), 299-218.
- De Mooij, M. (2019). *Consumer behavior and culture: Consequences for global marketing and advertising*. California: SAGE Publishing.

- Desiana, F. I., & Dienaputra, R. D. (2019). Akulturasi budaya Sunda dan Jepang melalui penggunaan Igari Look dalam tata rias siger Sunda. *Patanjala*, 11(1), 149-164.
- Doembana, I., Rahmat, A., & Farhan, M. (2017). *Buku ajar manajemen dan strategi komunikasi pemasaran*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Fauzi, A. (2020). *Analisis preferensi konsumen buah nanas madu di Kecamatan Belik Kabupaten Pemalang. Doctoral dissertation*. Program Studi S1 Agribisnis Departemen Pertanian.
- Frank, R. H. (2016). *Microeconomics and Behavior. Eighth edition*. New York: Mc.Graw.Hill International Edition.
- Irawan, I. A. (2021). Pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian kopi pada aplikasi online di masa pandemi COVID-19. *KELOLA: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(1), 9-16.
- Ismawati. (2020). Analisis preferensi calon pengantin wanita berhijab dalam pemilihan tata rias pengantin tradisional berhijab di Kecamatan Cakung, Jakarta Timur. *Skripsi*. Universitas Negeri Jakarta.
- Kelvinia, K., Putra, M. U. M., & Efendi, N. (2021). Pengaruh lokasi, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 11(2), 85-98.
- Khalis, I., Satria, R., Putra, Y., Febrina, W., Tra, S. T., & Zefriyenni, I. (2024). *Pengambilan keputusan dalam diskriminasi harga, penentuan harga, dan penetapan harga pada pasar yang telah mapan*. Jakarta; Fahmi Karya.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Edisi 15*. London: Pearson Education.
- Lutfiana, M. (2023). Pengaruh variasi produk dan kualitas pelayanan Islam terhadap minat beli ulang konsumen pada usaha minuman kekinian Mandcap Jiwa Pati (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).
- Makmur, M., & Sos, S. (2024). *Manajemen Bisnis Ritel*. Banten: PT. Sada Kurnia Pustaka
- Manurung, S. F. (2023). Pengaruh brand ambassador dan testimoni terhadap keputusan pembelian pada online shop Tokopedia (Studi Kasus Mahasiswa Fkip Universitas Katolik Santo Thomas Medan). *Doctoral dissertation*. Universitas Medan Area.
- Maydiana, L. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada jasa cuci motor mandiri. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 7(2).

- Matondang, N. (2024). Pandangan masyarakat muslim Desa Hutabargot Setia terhadap larangan tinggal bersama setelah akad nikah sebelum pelaksanaan horja pabuat boru. *Doctoral dissertation*. UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
- Nugroho, I. Y., & Mufidah, C. H. (2022). Pluralisme hukum dalam tradisi perkawinan Sasuku pada masyarakat Minang. *Al-Manhaj: Journal of Indonesian Islamic Family Law*, 4(1), 25-41.
- Nurmin Arianto, S. E. (2022). *Manajemen pemasaran*. Cipta Media Nusantara.
- Nurzakiyyah, I. (2020). Analisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian dalam bidang jasa. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Noviastuti, N., & Cahyadi, D. A. (2020). Peran reservasi dalam meningkatkan pelayanan terhadap tamu di Hotel Novotel Lampung. *Jurnal Nusantara*, 3(1), 31-37.
- Oscar, B., & Megantara, H. C. (2020). Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian produk muslim army. *Pro Mark*, 10(1).
- Purnamawati, N. L. A., Mitariani, N. W. E., & Anggraini, N. P. N. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan persepsi harga terhadap minat beli ulang di Bandung Collection Kecamatan Kuta Utara, badung. *Values*, 1(3).
- Purwati, A. A., Siahaan, J. J., & Hamzah, Z. (2019). Analisis pengaruh iklan, harga dan variasi produk terhadap keputusan pembelian di toko rumah Mebel Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 30(1), 20-28.
- Rahmawati, E. (2017). Pembuatan film dokumenter Paes Pengantin Yogyakarta dengan menggunakan teknik multiple speed. *Undergraduate thesis*. Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.
- Riska, C. F., Hendayana, Y., & Wijayanti, M. (2023). Pengaruh ulasan konsumen, kualitas produk dan marketing influencer terhadap keputusan pembelian produk erigo (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 2(10), 2722-2739.
- Rizky, A., & Astuti, M. (2022). The Influence of Word of Mouth, Price and Company Image on the Decision to Choose Makeup Services. *Academia Open (Vol. 7)*.
- Salam, A., & Widajanto, M. B. (2022). Pengaruh kualitas produk, desain produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian Ice Cream Diamond di Surabaya. *Management & Accounting Research Journal Global*, 6(2), 441-452.

- Salsabila, N. (2022). Pengaruh merek, harga, dan desain terhadap minat konsumen untuk menyewa pakaian indi di Toko Bollywood, Kecamatan Nanggalo, Kota Padang menurut ekonomi syariah. *Doctoral dissertation*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Saragih, H. E. (2024). Pengaruh promosi dan testimoni terhadap keputusan pembelian di e-commerce Shopee (Studi Kasus: Mahasiswa di Kecamatan Medan Selayang). *Doctoral dissertation*. Universitas Quality.
- Sari, W., Abidin, H. Z., Damanik, S., Aswan, A., & Hasibuan, R. I. (2025). *Manajemen Pemasaran Pendidikan Islam*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Schiffman, L., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior*. From <https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/consumer-behavior/P200000003320>
- Shahabi, M., & Azizi, S. (n.d.). *Customer intention in beauty service industry*. 2022.
- Sitohang, S. (2016). Pengaruh lokasi, promosi dan harga terhadap kepuasan konsumen di wisata bahari lamongan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(12).
- Sumarwan, U. (2020). *Perilaku konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Syabaniah, L. (2017). Manajemen sanggar rias pengantin dalam meraih pelanggan. *Sarjana Thesis*.
- Tanjung, A. F., Adha, R., & Batubara, C. (2023). Pengaruh variasi menu, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian makanan di Tom Sushi pada mahasiswa FEBI UINSU. *Jurnal E-Bis*, 7(2), 586-600.
- Taebenu, M., Fanggidae, A. H., Riwu, Y. F., & Fanggidae, R. P. (2025). Marketing dan Electronic Word of Mounth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Shopee (Studi Kasus Pada Generasi Z Di Kota Kupang). *GLORY Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 6(2), 627-637.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Trianita, A. A., & Tukirin, T. (2025). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Ailive. *Jurnal Neraca Peradaban*, 5(3), 396-403.
- Winalda, D. M., Aliami, S., & Paramitha, D. A. (2025). Pengaruh harga, Content marketing dan online customer review terhadap keputusan pembelian jasa By Zahra Make Up. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen dan Bisnis*, 4, 1249-1256.

Widarwati. (2018). *Tata rias pengantin*. Yogyakarta: UNY Press.

Yasmin, N., & Silvia, F. (2025). Pengaruh Keterampilan Karyawan terhadap Kualitas Layanan di Salon Kecantikan Kota Padang Utara. *Nian Tana Sikka: Jurnal ilmiah Mahasiswa*, 3(3), 45-55.

Yuliandra, K. (2018). Strategi Pengelola Jasa Usaha Sanggar Rias Pengantin Dalam Menjaga Kualitas Pelayanan Untuk Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Sanggar Rias Pengantin di Jakarta Selatan). *Skripsi*.

Zeithaml, V. A., Bitner, J., M., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*. From <https://www.mheducation.com/highered/product/services-marketing-integrating-customer-focus-across-firm-zeithaml/M9781259923747.html>

