DAFTAR PUSTAKA

Amelia, N. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Electronic Word Of Mouth Di Media Sosial Instagram @Marthabeauty.Bar*. Universitas Komputer Indonesia.

Amelia, N., Yuni Dharta, F., & Arindawati, W. A. (2023). *Pemasaran Memopro Wedding Organizer Dalam Meningkatkan Konsumen Memopro*. *4*(1).

Aynie, R. Q., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2021). *Strategi pemasaran electronic word of mouthpada e-commerce dalam menghadapi era digital 4.0 di indonesia*.

Bellajane, N. C., Setyanto, Y., & Salman, D. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Electronic Word of Mouth ESQA Cosmetics*.

Creswell. (2008). *RESEARCH DESAIGN Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (Third).

Febriana, L. (2016). The Influence Of Word Of Mouth Communication Towards Brand Image Of Iphone On Student Of Political Science And Social Science Faculty University Of Riau. *Jom Fisip 3 (2)*.

Febrianti, I. (2017). *Strategi Word of Mouth Marketing Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada Jujud OnTime Purwokerto Perspektif Ekonomi Islam*.

Felicia, J., Yafet, T., Putu, I., Widaharthana, E., Swandewi, N. K., Kepariwisataan, J., Pengelolaan, S., Dan, K., Politeknik, A., & Bali, P. (2024). *Panorama Jurnal Kajian Pariwisata Pengaruh Kualitas Pelayanan Di Gracia Wedding Terhadap Keinginan Merekomendasikan Melalui Word Of Mouth*. *2*. https://doi.org/10.34833/panorama.v1i1.1395

Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV. Penerbit Qiara Media.

Haque, M., Iskandar, A., Erlangga, H., & Nurjaya. (2021). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books.

Hasan. (2010). *Marketing Dari Mulut Ke Mulut* (Giri Wija, Ed.). MEDPRESS.

Hasna, S., & Irwansyah. (2019). *Electronic Word of Mouth Sebagai Strategi Public Relation Di Era Digital*.

Herdian, N. A., & Candraningrum, D. A. (2018). *Komunikasi Pemasaran Word of Mouth dan Electronic Word of Mouth dalam Mempertahankan Brand Existence (Studi Kasus pada Kopi Es Tak Kie)*.

Hermawan, T., Benjamin, A. H., & Adhypoetra, R. (2023). Komunikasi Digital Electronic Word of Mouth Kamalo & Coffee & Eatery Dalam Membangun Brand Awareness. *Hybrid Advertising Journal: Publication for Advertising Studies*, *Vol. 2*.

Kristanto, Y., Saraswati, R. U., & Hamid, S. (2024). Strategi Electronic Word Of Mouth Sebagai Teknik Pemasaran Bolu Susu Lembang. *Jurnal Minfo Polgan*, *13*(1), 428–435. https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13683

Moleong. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT.RemajaRosdakarya.

Nasution, N. F., Prasetya, H., & Khohar, A. (2024). *Peran Electronic Word of Mouthsebagai Strategi Komunikasi Pemasaran pada Produk Avoskin*.

Nur Hikmatul Auliya, Ms., Helmina Andriani, G., Roushandy Asri Fardani, Ms., Jumari Ustiawaty, Mp., Evi Fatmi Utami, Ms., Dhika Juliana Sukmana, A., Rahmatul Istiqomah, R., Oleh, D., Pustaka Ilmu Editor, C., & Abadi, H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*.

Pahleviannur, M. R., De Grave, A., Saputra, D. N., Mardianto, D., Sinthania, D., Hafrida, L., Bano, V. O., Susanto, E. E., Mahardhani, A. J., Amruddin, Alam, M. D. S., Lisya, M., & Ahyar, D. B. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. https://doi.org/10.31237/osf.io/jhxuw

Rahman, H. N. (2023). *Komunikasi Electronic Word Of Mouth (EWOM) Di Media Sosial Twitter*. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Safitri Jayanti. (2023). *Strategi Word of Mouth Pada Promosi Studio Foto WG Di Kabupaten Rejang Lebong*. Institut Agama Islam Negeri Iain Curup.

Sandy, K. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Wedding Organizer Lavanya Stories Dalam Menarik Minat Konsumen Di Pekanbaru*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Silvya, S., Mandey, L., Tumbuan, W. J. F. A., Bauran, S., & Maramis, B. (2022). *Pemasaran Sejarah*.

Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran i*.

Tamba, D. U. N., & Afriani, A. (2024). Analisis Strategi Words of Mouth melalui Booklet pada Strategi Pemasaran Jasa Wedding Organizer Menggunakan Metode SWOT (Strength, Weakness, Threat, Opportunity) : Studi Kasus pada Kabio Wedding. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, *5*(1), 296–307. https://doi.org/10.35870/jimik.v5i1.477