

DAFTAR PUSTAKA

- Anis, H. B., Lapian, S. L. H. . J., & Mekel, P. A. (2014). *Atribut Produk dan Bauran Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio*. 2(1), 254–263. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v2i1.3812>
- Astuti, S. E. D. P. (2014). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Terhadap penginapan Hotel Winaria Siak Sri Indrapura. In *Skripsi thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*. <http://repository.uin-suska.ac.id/id/eprint/4404>
- Dewa, B. P., & Setyohadi, B. (2017). Analisis Dampak Faktor Customer Relationship Management dalam Melihat Tingkat Kepuasan Dan Loyalitas Pada Pelanggan Marketplace Di Indonesia. *Telematika*, 14(01), 33–38. <https://doi.org/10.31315/telematika.v14i01.1964>
- Ekalista, P., & Tri Hardianto, W. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Kartika Graha Malang Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 1(1), 18–24. <https://doi.org/10.33366/jkn.v1i1.6>
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran (Issue June)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Geno, V. D. (2015). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Resty Menara Pekanbaru. 2006*.
- Hartono, J. (2013). *Metode Penelitian Bisnis (Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman)* (Edisi 6). Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjah Mada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (Vol. 15). Pearson Education Limited.
- Kurniawan, R. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Branding Hotel Lor In Syariah Surakarta Tahun 2016 [Universitas Muhammadiyah Surakarta]. In *Publikasi Ilmiah* (Vol. 2016). [http://eprints.ums.ac.id/48245/1/Naskah Publikasi Ilmiah.pdf](http://eprints.ums.ac.id/48245/1/Naskah_Publikasi_Ilmiyah.pdf)
- Laurency, R. (2015). *Strategi Komunikasi Pemasaran Grand Wahid Hotel Salatiga Dalam Upaya Meningkatkan Pelayanan Terhadap Konsumen. 8ll*. [http://jurnalkommas.com/docs/JURNAL ayunda arimurti.pdf](http://jurnalkommas.com/docs/JURNAL_ayunda_arimurti.pdf)

- Luthfi, A., & Widyaningrat, A. I. (2018). Penerapan Marketing Mix Dalam Meningkatkan Penjualan Jasa Bisnis Perhotelan. *Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 382–389. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/prosiding/article/view/9184>
- Moenir, A. S. (2010). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Bumi Aksara.
- Mulyanto, R. (2019). *Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Minat Beli Konsumen Yang Mengikuti Akun Kuliner Di Media Sosial Instagram (Studi Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unika Soegijapranata)*. 24–32. <http://repository.unika.ac.id/19261/>
- Noviana, B. I. (2013). Pengaruh Service Marketing Mix Terhadap kepuasan Konsumen Hotel Amaris Surabaya. *2000, 2003*, 472–482. <https://docplayer.info/32649672-Pengaruh-service-marketing-mix-terhadap-kepuasan-konsumen-hotel-amaris-surabaya.html>
- Sihite, R. (2000a). *Front Office (Kantor Depan)* (Cetakan Ke). SIC.
- Sihite, R. (2000b). *Hotel Management (Pengelolaan Hotel)*. Penerbit SIC.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Supriyanto, M., & Taali, M. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Pengambilan Keputusan Menginap di The Sun Hotel Madiun. *Epicheirisi*, 2(1), 13–21. <http://journal.pnm.ac.id/index.php/epicheirisi/article/view/201>
- Susepti, A., Hamid, D., & Kusumawati, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Tamu Hotel (Studi tentang Persepsi Tamu Hotel Mahkota Plengkung Kabupaten Banyuwangi). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 50(5), 27–36. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2052>