

DAFTAR PUSTAKA

- Adquisiciones, L. E. Y. D. E., Vigente, T., Frampton, P., Azar, S., Jacobson, S., Perrelli, T. J., Washington, B. L. L. P., No, Ars, P. R. D. a T. a W., Kibbe, L., Golbère, B., Nystrom, J., Tobey, R., Conner, P., King, C., Heller, P. B., Torras, A. I. V., To-, I. N. O., Frederickson, H. G., ... SOUTHEASTERN, H. (2019). BAB I Analisis Strategi Bauran Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Produk MICE Di Hotel Indigo Bali Seminyak Beach. *Duke Law Journal*, 1(1), 2014–2018.
- Ahmad, & Muslimah. (2021). Memahami Teknik Pengolahan dan Analisis Data Kualitatif. *Proceedings*, 1(1), 173–186.
- Amran, A., Widjaja, Y. R., & Nuryanti, S. (2019). Service Excellence dan Servicescape: Faktor Dominan Dalam Menciptakan Kepuasan Tamu Hotel. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 1(1), 44–52. <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/JIIP/article/view/135>
- Damanik, D., & Wibowo, F. S. (2018). Implementasi Strategi 4P Dalam Meningkatkan Frekuensi Public Event Di Harris Hotel and Conventions Bekasi (Hhcb). *National Conference of Creative Industry, September*, 5–6. <https://doi.org/10.30813/ncci.v0i0.1248>
- Darari Bariqi, M. (n.d.). Pelatihan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. In *JSMB* (Vol. 5, Issue 2). <http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb>
- Dewi, P. T. (2020). Perspektif Konsumen terhadap Pemasaran Paket MICE pada Departemen Pemasaran Hotel Aston Madiun. *Tourisma: Jurnal Pariwisata*, 2(2), 100. <https://doi.org/10.22146/gamajts.v2i2.56856>
- Issn, O. (2019). *STRATEGI DINAS PARIWISATA PROVINSI KEPULAUAN RIAU DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGERA MELALUI PROGRAM WONDERFUL RIAU ISLANDS TAHUN 2019*. 770–776.
- Kusuma, C. S. D. (2019). Mice- Masa Depan Bisnis Pariwisata Indonesia. *Efisiensi - Kajian Ilmu Administrasi*, 16(2), 52–62. <https://doi.org/10.21831/efisiensi.v16i2.27420>
- Lagarensen, B. E. S., & Bawloe, M. T. (2020). *Pengembangan Pariwisata Mice*. 1–202.
- Lumanauw, N. (2019). Pelaksanaan Bauran Pemasaran Meeting Incentive Conference Exhibition Di Bali Nusa Dua Convention Center. *Journey: Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management*, 2(1), 55–70. <https://doi.org/10.46837/journey.v2i1.39>
- Mohamad1, R., & Rahim2, dan E. (n.d.). *STRATEGI BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) DALAM PERSPEKTIF SYARIAH*.
- Nofiani, P. W., & Mursid, M. C. (2021). Pentingnya Perilaku Organisasi Dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di Era Digital. *Jurnal Logistik Bisnis*, 11(2), 71–77. <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/logistik/article/view/1563>
- Noor, A. A. (2021). *Pengertian MICE (Meeting Incentive Conference Exhibition)*. 1–34.

- Nugroho, S. P., Setyawan, A. A., Isa, M., Susila, I., Nuryulia, P., & Liana, M. (2018). Strategi Pengembangan Mice Sebagai Upaya Peningkatan Sektor Pariwisata Kota Surakarta. *The National Conferences Management and Business (NCMAB) 2018*, 176–189.
- Plutzer, M. B. B. and E. (2021). *PENERAPAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN 7P DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN (Studi Kasus Pada Sambel Layah Arcawinangun)*. 6.
- Rahim, E., & Mohamad, R. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15–26. <https://doi.org/10.54045/mutawazin.v2i1.234>
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Septemuryantoro, S. A. (2019). *Potensi Wisata MICE dalam Usaha Peningkatan Okupansi Hotel di Kota Semarang*. 50–56. <https://doi.org/10.33810/274160>
- Siregar, Y. S., Darwis, M., Baroroh, R., & Andriyani, W. (2022). Peningkatan Minat Belajar Peserta Didik dengan Menggunakan Media Pembelajaran yang Menarik pada Masa Pandemi Covid 19 di SD Swasta HKBP 1 Padang Sidempuan. *Jurnal Ilmiah Kampus Mengajar*, 2, 69–75. <https://doi.org/10.56972/jikm.v2i1.33>
- Soviana, R., & Ok. (2017). Spesifikasi Job Description Meeting Planner dalam Kegiatan MICE pada PT Hariyono Tour and Travel Cabang Malang. *Journal of Tourism and Creativity*, 1(1), 11. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/tourismjournal/article/view/13795>
- Therapy, C., Gordon, V., Meditation, C., VanRullen, R., Myers, N. E., Stokes, M. G., Nobre, A. C., Helfrich, R. F., Fiebelkorn, I. C., Szczepanski, S. M., Lin, J. J., Parvizi, J., Knight, R. T., Kastner, S., Wyart, V., Myers, N. E., Summerfield, C., Wan-ye-he, L. I., Yue-de, C. H. U., ... No, S. (2018). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK PADA PT. PRODERMA SUKSES MANDIRI. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=sph&AN=119374333&site=ehost-live&scope=site%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.neuron.2018.07.032%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.tics.2017.03.010%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.neuron.2018.08.006>
- Wijaya, M. K., Sabudi, I. N. S., & Suastini, N. M. (2022). *Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Minat Beli Tamu Di Harris Hotel Kuta Bali Pada Masa Pademi Covid-19*. 1(1), 11–17. <https://doi.org/10.52352/jah.v1i1.977>
- Yuhana, A. N., & Aminy, F. A. (2019). Optimalisasi Peran Guru Pendidikan Agama Islam Sebagai Konselor dalam Mengatasi Masalah Belajar Siswa. *Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, 7(1), 79. <https://doi.org/10.36667/jppi.v7i1.357>
- Yunita, L. D., & Handayani, T. (2018). Strategi Bauran Promosi Penyelenggaraan Event (Studi Kasus Perencanaan dan Penyelenggaraan Event Pasar Murah). *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(1), 14. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v4i1.989>