

DAFTAR PUSTAKA

- Bellia Annishia, F., & Prastiyo, E. (2019). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Tamu Di Hotel Best Western Premier The Hive Jakarta. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 4(1), 1–85. <http://journal.ubm.ac.id/>
- Chakti, G. (2019). *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital (Vol. 1)*. Celebes Media Perkasa.
- Damnjanović, V., Lončarić, D., & Dlačić, J. (2020). Teaching Case Study: Digital Marketing Strategy Of Accor Hotels: Shaping The Future Of Hospitality. *Tourism and Hospitality Management*, 26(1), 233–244.
- Dasuki, I., & Wahid, U. (2020). Penggunaan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Untuk Membangun Brand Awareness Saat Pandemi Covid-19. *PARAHITA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 47–54. <https://doi.org/10.25008/parahita.v1i2.49>
- Falentia Tia Indana, & Beni, S. (2021). Strategi Pemasaran Sayuran Hidroponik Shanti Bhuna. *Business, Economics and Entrepreneurship*, 3(2), 86–92. <https://doi.org/10.46229/b.e.e..v3i2.316>
- Hadi, A. (2021). *Penelitian kualitatif studi fenomenologi, case study, grounded theory, etnografi, biografi*. CV. Pena Persada.
- Hulu, B., Dakhi, Y., & Zalogo, E. F. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Ud.Mitra Kecamatan Amandraya. *Jurnal Riset Manajemen Dan Binsis*, 6(2), 16–25
- Kabanga, M. S. (2023). Analisis Penerapan Bauran Pemasaran 7p Di Hotel Ima Kupang. 8(1), 11–26. <https://doi.org/10.32511/bisman.v2i2.56>
- Kallesta, K. S., & Erfan, M. (2017). Analisis Faktor penyebab kesulitan belajar ipa fisika pada materi bunyi. *Jurnal Pendidikan Fisika*, 1(1), 49-50.

- Khmiadashvili, L. (2019). Digital Marketing Strategy Based On Hotel Industry Study In Tbilisi. *IJASOS- International E-Journal of Advances in Social Sciences*, V(14), 922–927. <https://doi.org/10.18769/ijasos.592628>
- Komalasari, R., Pramesti, P., & Harto, B. (2020). Teknologi Informasi E-Tourism Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata. *Altasia: Jurnal Pariwisata Indonesia*, 2(2), 163–170. <https://doi.org/10.37253/altasia.v2i2.559>
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2019). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18. <https://doi.org/10.24198/jmk.v3i1.12963>
- Mujektahit, M., Ratna, R., & Sari, N. (2021). Implementasi Strategi Pemasaran Di Era Digital Pada Hotel Grand Surya Kediri.
- Naila Faradila. (2023). Penerapan Digital Marketing Pada Keputusan Pemesanan Kamar Hotel. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 109–115. <https://doi.org/10.56127/jekma.v2i2.617>
- New Sunari Lovina Beach Resort.2021.Experience the New Sunari Resort.Rooms and Facilities. <https://kutuskutus-sunari.com/>
- Pelsmacker, D., P. Van Tilburg, S., & Holthof, C. (2018). Digital Marketing Strategies, Online Reviews And Hotel Performance. *International Journal of Hospitality Management*, 72, 47–55. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.01.003>
- Prasetyowati, A., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). Digital Marketing.
- Purnomo, M., & Charles, M. A. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Tingkat Hunian Pada Novotel Bukittinggi. *Jurnal ADMINISTRASI BISNIS*, 3(2), 53–62.
- Rahayu, M., & Suranto, S. (2019). Strategi Pemasaran Digital Narapati Indah Syariah Hotel Convention Bandung. *Lektur, Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(5), 498–509. <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/ilkom/article/view/16384>

- Regina E. Mamesah, P. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Lucky Inn Manado. *Productivity*, 1(1), 52. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/27448>
- Rifai, D., Fitri, S., & Ramadhan, I. N. (2022). Perkembangan Ekonomi Digital Mengenai Perilaku Pengguna Media Sosial Dalam Melakukan Transaksi. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 3(1), 49–52. <https://doi.org/10.34306/abdi.v3i1.752>
- Santosa, M., & Vanel, Z. (2022). Strategi Digital Marketing Mg Setos Hotel Semarang Dalam Meningkatkan Revenue Di Masa Pandemi. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 6(2), 234–242. <https://doi.org/10.23887/jppsh.v6i2.50088>
- Sari, S. P. (2020). Strategi Meningkatkan Penjualan Di Era Digital. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(3), 291–300. <https://doi.org/10.37481/sjr.v3i3.224>
- Siagian, A. O., Martiwi, R., & Indra, N. (2020). Kemajuan Pemasaran Produk Dalam Memanfaatkan Media Sosial Di Era Digital. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 44. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.4497>
- Sihombing, N. S., Pardede, E., Sihombing, A., & Dewantara, N. (2022). *Pemasaran Digital*. Penerbit Widina.
- Setiawan, E., & Steven. (2021). Minat Beli Pelanggan Di Bakso Kota Cak Man Magelang. *Jurnal Pariwisata Vokasi (JPV)*, 2, 34–41. <https://jurnal.akparnhi.ac.id/jvp/article/view/11>
- Wibowo, R. A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Radna Andi Wibowo.
- Yanti, D. (2019). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Industri Perhotelan Di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Akomodasi Agung*, 6(2). <https://doi.org/10.51827/jiaa.v6i2.37>