

## DAFTAR PUSTAKA

- Angkiriwang, D. I., Susanto, K. C., & Thio, S. (2018). Pengaruh Ulasan Online Di Tripadvisor Terhadap Minat Menginap Generasi Milenial Di Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 6(2).
- Aprianty, V. (2021). Analisis Daya Tarik Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Pada Hotel Borneo Pontianak. 6(5), 975–987.
- Aripin, Z. (2021). *Marketing Management*.
- Ayu, K., & Trida, S. (2022). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Tamu Menginap Pada Masa New Normal Di Villa Kayu Raja Seminyak Bali. *Jurnal Mahasiswa Pariwisata Dan Bisnis*, 01(06), 1579–1587. <https://dx.doi.org/10.22334/paris.v1i6>
- Baruca, P. Z., & Civre, Z. (2012). How do guests choose a hotel? *Academica Turistica*, 5(1), 75-84.
- Damayanti, Ida A. K. W., et al. *Pengantar Hotel dan Restoran*. Eureka Media Aksara, 2021.
- Dinas Pariwisata Buleleng (2019), “Daya Tarik Pantai Lovina” tersedia pada <https://dispar.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/daya-tarik-pantai-lovina-65> (diakses pada tanggal 15 Desember 2023)
- Dinas Pariwisata Buleleng (2023), “Data kunjungan wisatawan tahun2015 – 2022 di Kabupaten Buleleng”, tersedia pada [https://dispar.bulelengkab.go.id/informasi/detail/bank-data/50\\_data-kunjungan-wisatawan-tahun-2015-2022-di-kabupaten-buleleng](https://dispar.bulelengkab.go.id/informasi/detail/bank-data/50_data-kunjungan-wisatawan-tahun-2015-2022-di-kabupaten-buleleng) (diakses pada tanggal 17 Oktober 2023).
- Ekafitri, N., & Puspawati, R. N. M. S. (2023). Analisis Faktor yang Memengaruhi Keputusan Menginap di Novotel Tangerang semasa Pandemi Covid-19. *Jurnal sosial dan sains*, 3(7), 733-740.
- Facrueza, D. (2023). Pengaruh Branding terhadap Keputusan Menginap Tamu di Hotel Pullman Jakarta Central Park. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(2), 306-317.
- Harikusmawan, D., Bagus, G., & Mandala, K. (2014). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan menginap di villa akasha beach estate

- kerobokan badung. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 3(5), 241507.
- Hartin, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap Di Hotel Sakura Palangka Raya. *Al-Ulum Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 3(1), 404–418.
- Hastoko, Y. P., & Stevany, S. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan lokasi terhadap keputusan menginap di hotel POP Kelapa Gading. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(9), 4106-4115.
- Irawan, M. R. N., Sayekti, L. I., & Ekasari, R. (2021). Pengaruh fasilitas wisata, promosi dan harga terhadap minat wisatawan berkunjung ke wisata wego lamongan. *Ecopreneur*. 12, 4(2), 122-131.
- Jienardy, C. (2016). Gap analisis persepsi dan ekspektasi konsumen terhadap kualitas layanan, harga, kualitas produk Esus. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 1(6), 703-710.
- Kesumawatie, M. I., Yulfajar, A., & Hamdiyah, N. (2018). Strategi Pemasaran x`Hotel- Budget Dalam Meningkatkan Occupancy Rate Sebagai Hotel Start-Up Di Kota Surabaya (Studi Kasus pada Hotel Oriza Surabaya). *Media Mahardhika*, 16(2), 254–263.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* sixteenth edition.
- Kurniawan, R., & Lim, J. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Terhadap Keputusan Pemilihan Hotel (Studi Pada Hotel Nagoya Hill Batam). *Jesya*, 5(2), 1227–1237.  
<https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.721>
- Makawowor, C. C., & Dewantara, Y. F. (2023). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menginap pada Generasi Milenial di Mercure Jakarta Sabang. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(2), 334-341.
- Manajemen, S. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Faw Coffee Victor Kota Tangerang Selatan. 3(2), 285–292.
- Musthofa, M., & Karsudjono, A. J. (2023). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Menginap Konsumen (Studi Kasus Pada Grand Dafam Q Hotel

- Banjarbaru). *Al-KALAM: JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN*, 10(2), 1-18.
- Muttaqin, I., & Dhewi, T. S. (2015). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap. *Ekonomi Bisnis*, 20(1), 88-91.
- Oborne, D. (1995). *Ergonomics and human factors*.
- P. Anwar, W. Agustina, A. A. (2022). Analisis Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Menginap Di Novotel Tangerang Semasa Pandemi Covid-19. *Jurnal Sosial Dan Sains*, 2(2), 278–285.
- Poedjiono, L. A., Hianita, S., & Andreani, F. (2020). Analisa Electronic Word of Mouth (EWOM) Pada Online Travel Agent (OTA) Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 8(1).
- Pratiwi, J., & Gadeng, T. (2018). Pengaruh Harapan Pelanggan, Kelengkapan Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Indomaret di Kota Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh (JIMMA)*, 8(2).
- Pratiwi, S., & Murtani, A. (2020). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN TAMU MENGINAP DI HOTEL SAUDARA SYARIAH MEDAN. *Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 277-288.
- Pristanto, Y., Wahyuni, S., & Dwi Handini, Y. (2012). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menginap pada hotel Bintang Mulia Jember.
- Anggara, R., & Pranindyasari, C. (2023). PENGARUH PENERAPAN CHSE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN TAMU MENGINAP DI HOTEL SANTIKA. *Jurnal Perhotelan Bogor*, 7(1), 45-67.
- Rahmawaty, F., & Solihin, D. Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Faw Coffee Victor Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Swara Manajemen*, 3(1), 69-80.
- Ruben, D. F. (2023). Pengaruh Branding terhadap Keputusan Menginap Tamu di Hotel Pullman Jakarta Central Park. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 306–317.  
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JMPP/article/view/61774>

- Sejarah Bali (2017) “Sejarah Lovina”. Tersedia pada <https://www.sejarahbali.com/read/sejarah-pantai-lovina?page=all> (diakses tanggal 15 Desember 2023).
- Sidiq, U., Choiri, M., & Mujahidin, A. (2019). Metode penelitian kualitatif di bidang pendidikan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1-228.
- Siwi, T. R. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Tamu Menginap di Grand Kangen Hotel Yogyakarta.
- Suarsa, S. H. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth (Ewom) Pada Online Travel Agent (Ota) Traveloka Terhadap Keputusan Menginap Di Topas Galeria Hotel, Bandung. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 50-56.
- Suparman, D. (2018). Pengaruh lokasi, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen di Minimarket Cinagen Kab. Sukabumi. *Jurnal Ekonomedia*, 07(1), 1–15. <http://jurnal.stiepasim.ac.id/index.php/ekonomedia/article/download/10/24>
- Susanti Katemung, L. T., Kojo, C., & S. Rumokoy, F. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Pada Hotel Genio Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 978–987.
- Wulansari, N., Abrian, Y., & Adrian, A. (2022). Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Menginap. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 10(02), 171–182. <https://doi.org/10.22437/jmk.v10i02.14217>
- Yandi, F. S., Baiti, M., & Purba, A. S. (2018). Pengaruh lokasi, harga dan fasilitas hotel terhadap keputusan menginap pelanggan.
- Yovita, D. (2021). Analisis Pengaruh Suasana Hotel, Daya Tarik Promosi, dan Citra Merek terhadap Minat Menginap (Studi Kasus Hotel Aston di Pontianak). *Bisma*, 6(8), 1823–1834.