

## DAFTAR PUSTAKA

- Barrows, Clayton W., and Tom Powers. Introduction to Management in the Hospitality Industry. Wiley, 2017.
- Cece Sanusi<sup>1</sup>, Syahfirin Abdullah<sup>2</sup>, Y. S. (2022). *Jurnal Pendidikan dan Konseling ( Study Kasus White Tree Residence )*. 4, 12870–12879.
- Dr. Drs. Danang Sunyoto, S.H., S.E., M.M., C. B. L. D. M. (2020). *Merancang Dan Etika Penelitian Pemasaran & Perilaku Konsumen*. July, 1–23.
- Evaryanti, F. P., Estiyanti, N. M., & Lavianto, S. (2019). Analisis Strategi E-Marketing Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Travel Agent *Online mybaliwisata.com*. *Journal of Applied Informatics and Computing*, 3(1), 12–17. <https://doi.org/10.30871/jaic.v3i1.1154>
- Falihah, N. Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Kepada Pembentukan Brand Image Dan Dampak Kepada Keputusan Pembelian Konsumen Hotel “X” Jakarta.
- guestpro.id.(2013, 15 Desember). Pengertian Segmentasi Pasar Hotel Dan Jenis Kategorinya. Diakses pada 17 February 2024, dari Pengertian Segmentasi Pasar Hotel Dan Jenis Kategorinya (guestpro.id)
- Herman, D. A. (2021). *DI KOTA BATAM Daniel Apdianto Herman*. 5(2), 104–109.
- Kadir, P. A. (2020). Strategi Marketing melalui *Online* Travel Agent dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar di Training Center Damhil Universitas Negeri Gorontalo. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Budaya*, 6(2), 147. <https://doi.org/10.32884/ideas.v6i2.276>
- Karomi, M. I., Febdilan, F. K., Antoni, Y., Putra, A. N. S., & Lantang, A. G. (2020). Strategi Pemasaran Hotel Pasca Bencana Gempa Bumi Di Hotel Kota Mataram Dan Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 6(2), 1–9. <https://doi.org/10.58258/jime.v6i2.1277>
- Kotler Philip dan Gary Armstrong, (2008), *Principles of Marketing*, Pearson

Prentice Hall, Pearson Education Inc.

- Kotler, P., Burton, S., Deans, K., Brown, L., & Armstrong, G. (2015). *Marketing*. Pearson Higher Education AU.
- Martoyo, A., Wiliani, N., & Basri, H. (2022). Strategi Promosi Desa Wisata Tanjungjaya Kek Tanjung Lesung Melalui Platform Digital. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 971–987. <https://doi.org/10.46306/vls.v2i2.136>
- Mujektahit, M., & Sari, R. R. N. (2021). Implementasi Strategi Pemasaran Di Era Digital Pada Hotel Grand Surya Kediri. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 7, 175–187.
- Noviastuti, N., & Cahyadi, D. A. (2020). Peran Reservasi Dalam Meningkatkan Pelayanan Terhadap Tamu Di Hotel Novotel Lampung. *Jurnal Nusantara (Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Perhotelan)*, 3(1), 31–37. <https://jurnal.akpada.ac.id/index.php/jurnalnusantara/article/view/32>
- Nurhayati, R., & Wulandari, A. (2017). Penerapan Strategi Pemasaran Pada Kamojang Green Hotel & Resort Garut Pada Tahun 2017 the Implementation of Marketing Strategy At Kamojang Green Hotel & Resort Garut in 2017. *Penerapan Strategi Pemasaran Pada Kamojang Green Hotel & Resort Garut Pada Tahun 2017 the Implementation of Marketing Strategy At Kamojang Green Hotel & Resort Garut in 2017*, 3(2), 558–563.
- Nurhayaty, M. (2022). Strategi Mix Marketing (Product, Price, Place, Promotion, Eople, Process, Physical Evidence) 7P Di Pd Rasa Galendo Kabupaten Ciamis. *Jurnal Media Teknologi*, 8(2), 119–127. <https://doi.org/10.25157/jmt.v8i2.2669>
- Razak, H., & Ahmad, H. (2020). Peranan Media Sosial TripAdvisor dalam Mempromosikan Destinasi Ekopelancongan di Pulau Langkawi. *Jurnal Wacana Sarjana*, 4(1), 1–14.
- Saragih, L. S. (2019). Dampak *Online* Travel Agent (OTA) Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Di Pardede Internasional Hotel Medan. *Jurnal Online Nasional*, 3(1), 48.