

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S. (2022). Analisis Peranan Auditor Internal Terhadap Fungsi Pemasaran (Promosi) Pada Hotel Transit Syariah Medan. *Accumulated Journal (Accounting and Management Research Edition)*, 3(2), 198-206.
- Andreananda, I. G. H., Wisnawa, I. M. B., & Yuni, L. K. H. K. (2024). Strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan kamar di Shore Amora Resort Canggu Badung Bali. *Jurnal Daya Tarik Wisata*, 7(1), 1–7.
- Arismayanti, N. K., Andiani, N. D., & Pitana, I. G. (2022). *Digital marketing: Teori, konsep, dan implementasinya dalam pariwisata*. PENERBIT KBM INDONESIA.
- Atmoko, T. P. H. (2018). Strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 83–96. <https://doi.org/10.17509/jithor.v1i2.13769>
- Batubara, S. (2019). Pengaruh Relationship Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel Reza Motor Panyabungan. *Jurnal Estupro*, 4(2), 22-33.
- Darmawan, M. A. B. (2024). *Perencanaan Bisnis*. Bumi Aksara.
- Dewi, A. A. K., Samsudin, A., Hidayat, R., Sari, D., Destrina, I., Cornelia, M., & Netanya, S. A. (2023). Pengaruh Analisis SWOT terhadap Pengambilan Keputusan pada Usaha Laundry di Kalijudan Surabaya. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(5), 1263-1274. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i5.2754>
- Dewi, L. P. T. A., Wiranatha, A. S., & Suryawardani, I. G. A. O. (2021). Service Quality, Brand Attributes, Satisfaction and Loyalty of Guests Staying at Le Meridien Hotel Bali Jimbaran. *E-Journal of Tourism*, 8(1), 97-114.
- Fadilah, N. (2020). Pengertian, konsep, dan strategi pemasaran syari'ah. *Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 1(2), 194-211.
- Ferliandre, A., & Anggraini, M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan: Gaya Kepemimpinan, Kepribadian Dan Strategi (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Sumberdaya Manusia). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(1), 13-22.
- Freddy Rangkuti. (2004). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. PT. Graedia.

- Hariono, T., & Harianto, A. (2019). Persepsi pengguna aplikasi Marriott Bonvoy. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 7(2).
- Hidayah, I., Ariefiantoro, T., Nugroho, D. W. P. S., & Suryawardana, E. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu). *Solusi*, 19(1), 76-82. <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i1.3001>
- Jaya, K. A. K., & Nugraha, I. G. P. (2023). Penerapan CHSE (Cleanliness, Health, Safety, Environmental, Sustainability) untuk Pencegahan COVID-19 di Front Office Hotel Puri Saron Lovina Singaraja. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(2), 599-607.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen pemasaran* (Edisi 15). PT Indeks.
- Le Grand, J. (1999). Competition, cooperation, or control? Tales from the British National Health Service. *Health Affairs*, 18(3), 27-39.
- Mayantari, N. W., Astawa, I. P., & Susanto, B. (2017). Penerapan strategi pemasaran dalam menunjang reservasi untuk meningkatkan tingkat hunian kamar pada Hotel Le Meridien Bali Jimbaran. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 12(2), 146-157.
- Mowen, J. C., & Carlson, B. (2003). Exploring the antecedents and consumer behavior consequences of the trait of superstition. *Psychology & Marketing*, 20(12), 1045-1065. <https://doi.org/10.1002/mar.10108>
- Nurhabibah, V. P., & Dewi, L. K. C. (2021). Strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan kamar di The Tanis Beach Resort Lembongan pada masa pandemi Covid-19. *Journal Research of Management*, 3(1), 120-139. <https://doi.org/10.51713/jarma.v3i1.66>
- Oktaviyanti, N. M. P., & Sukanadi, I. W. (2022). Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan kamar di Fame Hotel Sunset Road Bali: Internal marketing strategy analysis increase room sales in Fame Hotel Sunset Road Bali. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 1(9), 2550-2560. <https://doi.org/10.22334/paris.v1i9.177>
- Putra, I. G. A. S. (2017). Aplikasi berbasis web untuk pemasaran dan reservasi The Wing Ed Hotel Politeknik Negeri Bali. *Matrix: Jurnal Manajemen Teknologi dan Informatika*, 7(3), 74-79. <http://dx.doi.org/10.31940/matrix.v7i3.586>

- Rahmawati, A., & Althalets, F. (2020). Analisis strategi pemasaran terhadap peningkatan jumlah hunian kamar pada Hotel Bumi Senyur Samarinda. *Cendikia*, 5(1), 168–179.
- Rendrawan, G., Yudha, A. A. N., & Mahardika, M. (2020). Jenis Keluhan dan Cara Penanganan Keluhan di Hotel Holiday Inn Resort Baruna Bali. hal. 14. Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal: JMPP Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*.
- Reza, M. H. (2020). Pelayanan dalam Dunia Perguruan Tinggi (Pengaruhnya Terhadap Kepuasan dan Loyalitas). Muhammad Helmy Reza.
- Satria, E. (2018). Analisa strategi promosi dinas pariwisata dan kebudayaan dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Kerinci. Eksis: *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 53-63.
- Simanjuntak, B. A., Tanjung, F., & Nasution, R. (2017). *Sejarah pariwisata: Menuju perkembangan pariwisata Indonesia*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Sugiyono, (2017): Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D'. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Pengertian Dokumentasi.
- Sulastiyono, A. (2011). *Manajemen penyelenggaraan hotel*. Alfabeta.
- Suprpto, H. (2019). Analisis strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan antar jasa penginapan di Kota Lamongan (Studi pada Hotel Mahkota Lamongan). *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)*, 4(3), 1049–1060. <https://doi.org/10.30736/jpim.v4i3.271>
- Tarihoran, J. E., Mardiani, M. I., Putri, N. D., Novareila, R. S., Sofia, A., & Prawira, I. F. A. (2021). Pentingnya sosial media sebagai strategi marketing start-up di Indonesia. *J. Ilm. Kreat*, 9(1), 72–78.
- Trianasari, N. (2018, February). Hotel's Responses Toward on Line Complaints. In *Proceedings of the 2018 International Conference on E-Business and Applications* (pp. 51-54).
- Trianasari, N., & Arumynathan, P. (2022). The 'yes moments': understanding students' sense of achievement during on-the-job training

program. *International Journal of Knowledge Management in Tourism and Hospitality*, 2(4), 297-314.

Widiastini, N. M. A. (2012). Strategi Pemasaran Pariwisata Di Kabupaten Buleleng, Bali. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(1).

Wijaya, C. P., & Santoso, T. P. B. (2018). Strategi pemasaran dalam meningkatkan tingkat hunian kamar pada Hotel Bali Mandira Legian-Bali. *Jurnal Ekonomi Dan Pariwisata*, 13(1), 45–59. <https://doi.org/10.36002/jep.v13i1.341>

Wijayanthi, I. A. T., Ratini, P. M., & Pradnyadari, N. K. (2020). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan hunian kamar di Anantara Uluwatu Bali Resort. *Juima: Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 23–39.

Zainuri, M., Nuringwahyu, S., & Zunaida, D. (2019). Analisis SWOT sebagai dasar untuk merencanakan strategi pemasaran (Studi pada Ciptaningati Culture Hotel). *JLAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 8(1), 40–50.

Zebua, A. J. (2018). Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan pada Shopie Paris BC, Yenni Kecamatan Muara Bulian. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 18(2), 222–229

