

## DAFTAR PUSTAKA

- Abd. Gaffar. (2017). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hotel Arrahman Tembilahan. *Вестник Росздравнадзора*, 4, 9–15.
- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasara Jasa* (Cetakan Ke). Bandung: Alfabeth.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Anwar, & Putra, S. H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Travellers Suites Medan. *Universitas Diponegoro*, 3, 1–7.
- Athar, H. S. (2020). The Effect Of Brand Image, Price And Promotion On The Decision To Stay At Cadaka Hotel - Central Java. *Orphanet Journal of Rare Diseases*, 21(1), 1–9. <https://doi.org/10.1155/2010/706872>
- Awinasi, N. W., & Ni Made Rastini. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Menginap Pada Hotel Inna Grand Bali Beach Sanur. 7(8), 4297–4324.
- Brata, B. H., Husani, S., & Ali, H. (2017). Credit Risk Management: Implications on Bank Performance and Lending Growth. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(5B), 584–590. <https://doi.org/10.21276/sjbms>
- Dimiyati, M. (2018). *Pendekatan Hayati: Strategi Pemasaran Untuk Menghadapi Persaingan Yang Dinamis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Erisha, M., & Razati, G. (2017). Pengaruh Kinerja People Dan Physical Evidence Terhadap Keputusan Menginap (Survei Terhadap Tamu Hotel Kampung Sumber Alam Garut). *Journal of Business Management Education (JBME)*, 1(2), 17–24. <https://doi.org/10.17509/jbme.v1i2.5878>
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: deepublish.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran: Dasar dan Konsep*.
- Geçit, B. B., & Kayacan, M. (2017). Effect of Price and Brand on Purchase Decision – An Application on Turkish Smart Phone Consumers. *International Conference on Eurasian Economies 2017*, 2–6. <https://doi.org/10.36880/c09.01960>
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.

- HM, B., Effendi, R., & Susanto, B. (2018). *Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Bahagia Pangkalan Bun Kalimantan Tengah*. 6(2), 87–96.
- Iqbal, M. (2020). *Pengaruh Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap Di Hotel Bintang Lima*. 1, 145–162.
- Jumiati, Sudarwati, & Widayanti, R. (2017). Analisis Pengaruh Brand Image, Promosi, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Menginap Di hotel Sala View Solo. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 196–208. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v4i2.6599>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasara* (13th. Jili). jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th.Jilid). jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & dan Keller K. (2016). *Marketing Management 15th Global Edition*. In England: Pearson Educationn Limited.
- Lestari, O. D. P., & Handayani, T. (2016). *Keputusan Pembelian Shampoo Sunsilk Black Shine*. 3(2), 105–114.
- Limakrisna, N., & Purba, T. P. (2017). *Manajemen Pemasaran: Teori dan aplikasi* (2th ed.). jakarta: Mitra Wacana Media.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi Edisi 3*. Penerbit Salemba.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. In *Mitra Wacana Media*.
- Muchson, M. (2017). *Statistik Deskriptif*. Jakarta: Gue pedia.
- Putra, S. M., Sutomo, M., & Tombolotutu, M. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Jasa Hotel Mercure Di Kota Palu. 3(2), 179–190.
- Rachmawati, D., Shukri, S., Ferdous Azam, S. M., & Khatibi, A. (2019). Factors influencing customers' purchase decision of residential property in selangor, malaysia. *Management Science Letters*, 9(9), 1341–1348. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.5.016>
- Radjab, E., & Jam'an, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Makasar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah.

- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: deepublish. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=W2vXDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=riyanto+dan+hatmawan&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwjMk4DO4YDtAhUMdCsKHQTECyYQ6AEwAHoECAYQA#v=onepage&q=riyanto dan hatmawan&f=false>
- Rumambi, M. K., Soegoto, A. S., & Jopie, R. J. (2019). *Keputusan Menginap Pada Grand Luley Manado the Effect of Promotion Mix , Price and Quality of Service To the Decision of Staying on Grand Luley Manado*. 7(4), 5.
- Safitri, I. (2020). The Influence of Product Price on Consumers' Purchasing Decisions. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 7(2), 328–337.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. In Penerbit Salemba.
- Sari, F. P., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Harga Citra Merek dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(6), 1–15. Retrieved from <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/746/756>
- Setyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi. (2015). *Prinsip-prinsip Manajemen*. Yogyakarta: ANDI.
- Sudaryanto, S., Subagio, N. A., Awaliyah, I. N., Wulandari, D., & Hanim, A. (2019). Influence of brand image, price and promotion on consumer's buying decision of fast moving consumer's goods with culture as a moderating variable in basmallah retail store in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(3), 85–92.
- Sudaryono. (2014). *Budaya dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeth.
- Sulastiyono, A. (2011). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Suparyanto, & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bogor: IN MEDIA.

- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenadamedia grup. Retrieved from <https://books.google.co.id/books?id=YHA-DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=metode+Riset+Kuantitatif+Teori+dan+Aplikasi+pada+Penelitian+Bidang+Manajemen+dan+Ekonomi+Islam&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwipwZid44DtAhUv6nMBHYhTDbgQ6AEwAHoECAUQA#v=onepage&q=metode Riset>
- Taan, H., Abdussamad, Z. K., & Palangka, I. (2020). *Fasilitas dan lokasi terhadap keputusan konsumen menginap di grand q hotel kota gorontalo*. 2, 53–65.
- Tjiptono, F. (2011). *Service Managemen Mewujudkan Layanan Prima* (2nd ed.). Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Gregorius, C. (2017). *Pemasaran Strategik Edisi Ke 3*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, & Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. In *Yogyakarta: Andi*.
- Zeithaml, V. A., Dan, M. J. B., & Gremler, D. D. (2013). *Service Marketing: Integrating Costumer Focus Across the Firm* (7th ed.). Boston: Mc.Graw-Hill.