

## DAFTAR RUJUKAN

- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak.
- Boone, L. E., & Kurtz, D. L. (2008). *Pengantar bisnis kontemporer* (Buku I). Jakarta: Salemba Empat.
- Bungin, B. (2008). *Penelitian kualitatif, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, H. (2014). *Perencanaan & strategi komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Darul Islam. (2023). *Strategi komunikasi pemasaran: Membangun kesan dan keterlibatan konsumen*. Purbalingga: Uerika Media Aksara.
- Effendy, O. U. (2011). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fadhallah. (2021). *Wawancara*. Jakarta Timur: UNJ Press.
- Farahdiba, D. (2020). Konsep dan strategi komunikasi pemasaran: Perubahan perilaku konsumen menuju era disrupsi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(1), 7.
- Firmansyah, A. (2019). *Komunikasi pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media.
- Firmansyah, A. (2019). *Komunikasi pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media, 15–18.
- Grace, M., et al. (2022). *Strategi pemasaran: Konsep, teori dan implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Halim, H. S., & Goh, T. S. (2022). Pengaruh komunikasi pemasaran dan produk terhadap keputusan pembelian di PT. Furnilux Indonesia. *Jurnal Kolega*, 8(1), 13.
- Hanafi, A., & Wahab, Z. (2017). Pengaruh komunikasi pemasaran terpadu terhadap keputusan pembelian pengunjung serta dampaknya pada keputusan perpanjangan sewa penyewa kios di Palembang Square Mall (PS Mall). *Jurnal Manajemen*, 20(3), 488–506.
- Hariyanto, D. (2023). *Komunikasi pemasaran*. Sidoarjo: UMSIDA Press.

- Hariyati, F., & Sovianti, R. (2021). Strategi komunikasi pemasaran dalam mempertahankan customer loyalty pada Hotel Salak Bogor, Indonesia. *Journal of Strategic Communication*, 11(2), 54.
- Haris, A. (2023). Marketing communications as strategy expanding market share in era 4.0. *International Journal of Social Science and Business*, 7(1), 191–193.
- Himmah, F., et al. (2024). Strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan pengunjung pada Hotel Dalwa Syariah Bangil Pasuruan ditinjau dari etika bisnis. *Jurnal Iqtisaduna*, 10(1).
- Judijanti, L., et al. (2024). *Manajemen pemasaran*. Banjarnegara: PT. Penerbit Qriset Indonesia.
- Kennedy, S. (2006). *Marketing communication: Taktik dan strategi*. Jakarta: PT Buana Populer Kelompok Gramedia.
- Krestanto, H. (2019). Strategi dan usaha reservasi untuk meningkatkan tingkat hunian di Grand Orchid Hotel Yogyakarta. *Jurnal Media Wisata*, 17(1), 1–8.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Lestariolita, V. (2022). Literature review: Peran sosial media terhadap perkembangan strategi komunikasi pemasaran produk. *Jurnal Manajemen dan Sains*, 7(2).
- Loudon, D. L. (2009). Teori perilaku konsumen. Dalam A. A. P. Mangkunegara, *Perilaku konsumen*. Jakarta: PT. Refika Aditama.
- Mangkunegara, A. A. P. (2009). *Perilaku konsumen*. Jakarta: PT. Refika Aditama.
- Moleong, L. J. (2001). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2013). Teori perilaku konsumen. Dalam Sangadji, E. M., & Sopiah. *Perilaku konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Muhammad, R. (2021). *Metode penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.

- Muafifah, K. (2024). Pengaruh status sosial ekonomi orang tua dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi siswa kelas X IPS di SMA Negeri 2 Tuban. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 4(3), 3.
- Nitisusastro, M. (2013). *Perilaku konsumen dalam perspektif kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Nugroho, S. (2008). *Perilaku konsumen: Konsep dan implikasinya untuk strategi dan penelitian pendidikan*. Jakarta: Kencana.
- Ramadhayanti, A. (2021). Pengaruh komunikasi pemasaran dan affiliate marketing terhadap volume penjualan. *Al-Kalam Jurnal Komunikasi, Bisnis dan Manajemen*, 8(1), 94.
- Sarjita. (2016). Komunikasi pemasaran dalam menghadapi persaingan. *Jurnal Bisnis Manajemen dan Akuntansi (JBMA)*, 3(1), 61.
- Sendy, P., & Ulfa, A. (2023). Strategi marketing communication dalam industri perhotelan. *Pesona Pariwisata*, 2(1).
- Setiadi, N. (2003). *Perilaku konsumen: Konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Shimp, T. A. (2003). *Advertising promotion and supplemental aspects of integrated marketing communication* (Refyani Sahrial, Trans.). Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku konsumen di era internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suwarno, Y., Laksmitasari, R., & Widyawati, K. (2017). Perencanaan hotel bintang tiga dengan konsep hospitality di Jakarta Selatan. *Jurnal Desain*, 5(1), 54.
- Syahputra, H., & Goh, T. S. (2022). Pengaruh komunikasi pemasaran dan produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Kolega*, 8(1), 13.
- Tampubolon, D. N. S., Widiastuti, W., & Yuliati. (2021). Komunikasi pemasaran Hotel Jodipati Kota Bengkulu dalam meningkatkan hunian di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Kaganga: Jurnal Ilmiah Sosial dan Humaniora*, 5(2), 11–18.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran strategik* (Edisi kedua). Yogyakarta: Andi.
- Toha, M., & Miyanto. (2015). Analisis dan perancangan sistem reservasi Hotel D'Griya Serang. *KLIK: Kumpulan Jurnal Ilmu Komputer*, 2(2), 58–61.
- Yakup, A. P., & Haryanto, T. (2019). Pengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Journal Faculty of Economics and Business*, 23(2), 93.
- Yudianoro, D., & Astutiningsih, S. E. (2024). Pendampingan pokdarwis dan pengelolaan wisata pantai di Tulungagung dalam meningkatkan engagement pengunjung melalui media sosial marketing. *Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 4(1).