

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyanto, L., Syamsiar, S., dan Widowati, I. (2020). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix 7-P) Terhadap Keputusan Pembelian Di Thiwul Ayu Mbok Sum. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, 20(1), 26. <https://doi.org/10.31315/jdse.v20i1.3248>
- Arianto, N., dan Muhammad, J. (2018). Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Hotel Dharmawangsa. *Jurnal Ilmiah Semarak*, 1(1), 107–115.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet di Indonesia. (2017). Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet di Indonesia. Tersedia di www.APJII.com diakses pada 5 Juli 2023
- Hermawan, H. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen dalam Pembelian Roti Ceria di Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 1(2), 143-161
- Indriastuty, N. (2019). Kualitas Pelayanan Hotel Le Grandeur Balikpapan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal GeoEkonomi*, 10(September), 260–270.
- Khoirudin dan Fahrullah. (2020). Implementasi Strategi Pemasaran Berbasis Internet Marketing Untuk Meningkatkan Pendapatan Pada Laznas Nurul Hayat Surabaya. *Suparyanto dan Rosad (2015)*, 5(3), 248–253.
- Krestanto, H. (2019). Strategi Dan Usaha Reservasi Untuk Meningkatkan Tingkat Hunian Di Grand Orchid Hotel Yogyakarta. *Jurnal Media Wisata*, 17(1), 1–8. <https://jurnal.akpada.ac.id/>
- Kusnadi, D. S., dan Darma, G. S. (2018). Menakar Implementasi Green Marketing Pada Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(1), 1–18.
- Mandasari, D.J., Widodo, J., Djaja, S. (2019). Strategi pemasaran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 13(1), 123-128.
- Munthe, I. R. (2015) Sistem Inventaris Berbasis Web pada Gudang Perusahaan, Sitem Inventaris Berbasis Web Pada Gudang Perusahaan. 3(1).

- Noviastuti, N., dan 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.akparda.ac.id/index.php/jurnalnusantara/article/view/32>
- Nurseto, S. (2018). Pengaruh Saluran Distribusi dan Promosi terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus pada UKM Furniture Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(2), 103-107.
- Putri, Y. A. (2019). Pengaruh bauran promosi dan gaya hidup terhadap minat beli pada kedai kopi serasi. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 2(2), 137–144. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v2i2.84>
- Puspitarini, D. S., dan Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Ramadhani, T. S., Suryadi, S., dan Irmayani, D. (2019). Sistem Informasi Stok Gudang Pada Platinum Hotel Berbasis Web. *Jurnal Informatika*, 6(2), 35–40. <https://doi.org/10.36987/informatika.v6i2.745>
- Sam, R. F. (2014) Sistem Informasi Penjualan Kopi Berbasis Web Pada Knk Coffie resources. (5).
- Ujang. (2022). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Arista Hotel Palembang Pasca Covid-19. *JIIPTS*, 1(2), 102–112.