

DAFTAR PUSTAKA

- Abarca, R. M. (2021). Pengaruh Promo Ovo Terhadap Penggunaan Aplikasi Grab (Studi Korelasi tentang Pengaruh Promo OVO terhadap Penggunaan Aplikasi Grab pada Mahasiswa Universitas Sumatera Utara). *Nuevos Sistemas de Comunicación e Información*, 2013–2015.
- Agin, & Christiano. (2018). Pengaruh Tingkat Hunian Pada Keputusan Investasi Proyek Hotel Santika Gubeng Surabaya. *Jurnal Teknik ITS*, 1(1), D93–D96. <http://ejurnal.its.ac.id/index.php/teknik/article/view/1235%0Ahttps://ejurnal.its.ac.id>
- Armstrong, kloter dan. (2021). *Pengaruh harga kamar pada Hotel*. 139–141.
- Arnawa, I. P. (2020). Pengaruh Tingkat Hunian Kamar dan Pendapatan Spa terhadap Laba Operasional di Nusa Dua Beach Hotel & Spa. *Jurnal Bisnis Hospitaliti*, 9(2), 54–63. <https://doi.org/10.52352/jbh.v9i2.504>
- Badan Statistik BPS Kota Tegal. (2023). *No Title*. <https://tegalkota.bps.go.id/publication/2024/04/04/628a8f6ecceb0cfd5f00da6f/produk-domestik-regional-bruto-kota-tegal-menurut-lapangan-usaha-2019-2023.html>
- Basu, S. (2020). Promosi. *Promosi*, 1–62. [https://repository.uin-suska.ac.id/6661/4/BAB III tinjauan teori.pdf](https://repository.uin-suska.ac.id/6661/4/BAB%20III%20tinjauan%20teori.pdf)
- Fatchurohan. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan

Menginap Konsumen Di Hotel Kudus Permata Slawi. In *Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.*

Ghozali. (2011). Uji simultan dan uji parsial. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <http://e-journal.uajy.ac.id/11998/5/EA199583.pdf>

Honggoriansyah, D., Karo Karo, P., & Permatasari, M. (2020). Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian pada hotel berbintang tiga di kota Palembang. *Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas*, 4(2), 82. <https://doi.org/10.24843/jkh.2020.v04.i02.p06>

Joshi, M., Levy, O., Weld, D. S., & Zettlemoyer, L. (2020). BERT for coreference resolution: Baselines and analysis. *EMNLP-IJCNLP 2019 - 2019 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing and 9th International Joint Conference on Natural Language Processing, Proceedings of the Conference*, 5803–5808. <https://doi.org/10.18653/v1/d19-1588>

Khusna, G. K., & Oktafani, F. (2021). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dunkin’Donut Bandung. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 11(1), 27–36. <https://core.ac.uk/download/pdf/234663429.pdf>

Musthofa, M., & Karsudjono, A. J. (2023). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Menginap Konsumen (Studi Kasus di Grand Dafam Q Hotel Banjarbaru). *Al-KALAM: Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Manajemen*, 10(2), 1. <https://doi.org/10.31602/al-kalam.v10i2.10648>

- Nabila, P. A. (2021). *Strategi Pemasaran Hotel Syariah dalam meningkatkan Jumlah Pengunjung dengan menggunakan Pendekatan Maqasid Syariah*.
- Natasya & Aco, A. N. (2020). *Pengaruh Religius, Promosi dan Pelayanan Dalam Pengambilan Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Haji Pada PT. Bank Muamalat Cabang Mamuju*. 1–23.
- Nganro, P. M. (2020). Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Tingkat Hunian Kamar Hotel Idea™ s Bandung. *Prosiding Manajemen*, 191–194. <https://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/manajemen/article/view/19982>
- Niantoro. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Membelian Produk Wardah. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 9(1), 104–119. <https://doi.org/10.47686/jab.v9i1.584>
- Priyanto, J. (2020). Efforts to Improve Understanding of the Food Chain Concept Through Direct Instruction Learning Model for Elementary School Students. *Social, Humanities, and Educational Studies (SHEs): Conference Series*, 3(3), 818. <https://doi.org/10.20961/shes.v3i3.46072>
- Putri, A. (2020). *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Memilih Hotel Grand Duta Syariah Palembang*. <https://doi.org/10.1098/rspb.2014.1396>[https://www.uam.es/gruposinv/meva/publicaciones_jesus/capitulos_espanyol_jesus/2005_motivacion para el aprendizaje Perspectiva alumnos.pdf](https://www.uam.es/gruposinv/meva/publicaciones_jesus/capitulos_espanyol_jesus/2005_motivacion_para_el_aprendizaje_Perspectiva_alumnos.pdf)https://www.researchgate.net/profile/Juan_Aparicio7/publication/253571379

- Putri, S. E. (2020). (Promotional Mix) Pada Matahari Department Store Bengkulu. *Management Insight*, 9(1), 45–54.
<https://media.neliti.com/media/publications/220095-persepsi-konsumen-terhadap-bauran-promos.pdf>
- Raharjani, J. (2005). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja. *Jurnal Studi Manajemen Dan Organisasi (JSMO)*, Volume 2(Nomor 1), 1–15.
- Sari, A. I. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Tingkat Hunian Kamar Pada Mesra Business Dan Resort Hotel Di Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 8(1), 82. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v8i1.3270>
- Sri, K., Arsini, N., Yogantara, K. K., Nyoman, N., Rahayu, S., & Dewi, T. (2023). Pengaruh Biaya Promosi Dan Tarif Kamar Terhadap Pendapatan Pada Discovery Kartika Plaza Hotel. *Journal Research of Accounting (JARAC)*, 4(2), 258–270.
- Stanton, J. (2020). Pengaruh promosi terhadap peningkatkan pengunjung. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1(April), 8–26.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Susanto, R. H., & Budiarti, A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Evora Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(11), 1–16.
- SYARI, F. (2022). Bab III - Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 32–41.

Tania, A., & Sahid, P. (2021). *Analisis Pengaruh Harga Kamar Terhadap Penjualan Kamar Di Montigo*. 6(1), 57–64.

Tjiptono. (2020). Analisis Efek Promosi Dan Discount Terhadap IMPLUSE BUYING (Studi Kasus Konsumen Mall Kediri Town Square). *Jurnal Nusamba*, 2(2), 27–37. Efektor.unpkediri.ac.id/index.php//manajemen