

DAFTAR PUSTAKA

- A.M, Morissan. 2010. Periklanan komunikasi pemasaran terpadu, Jakarta : Penerbit Kencana.
- Basu Swastha dan Irawan, (1999), Manajemen Pemasaran Modern, Edisi 2, Yogyakarta : Liberty
- Effendy, Onong. 2003. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: Citra Aditya Bakti. CV Alfabeta.
- Kotler dan Armstrong. 2008. dasar – dasar pemasaran. Alih bahasa oleh Alexander Sindoro dan Tim Mark Plus. Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Kotler dan Keller. 2007. Marketing Management. Global Edition. New Jersey: Pearson Education
- Onong Uchjana Effendy, 1993, Human Relation & Public Relation. (CV Mandar Maju)
- Philip T. Kotler; John T. Bowen; James Makens 2012. Marketing for Hospitality and Tourism, Publisher: Pretince Hall, Indian International
- Santoso, Sastropetro. 1990. Pendapat Publik, Pendapat Umum, dan Pendapat Khalayak dalam Komunikasi Sosial. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Soemanagara, Rd. 2012. Strategic Marketing Communication. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono, (2011), Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods), Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, da R&D. Bandung:
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi, Mix Methods. Bandung : Alfabeta.

Tjiptono, Fandi. 2001. Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Cetakan Keempat. Yogyakarta. Penerbit Andy Offset.

Wiryanto. 2004. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT. Gramedia Indonesia.

JURNAL:

Diayudha, L. (2020). Industri perhotelan di Indonesia pada masa pandemi Covid-19: analisis deskriptif. *Journal FAME: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services*, 3(1).

Ferdian, Y. (2021). STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN TAMU HOTEL GRAND BARUMBAY SAMARINDA SEBERANG. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 9(4), 322-328

Lestari, S. P. (2016). Hubungan Komunikasi Pemasaran dan Promosi dengan Keputusan Memilih Jasa Layanan Kesehatan (Studi pada Rumah Sakit Islam Lumajang). *Majalah Ilmiah Inspiratif*, 2(2).

Nurnawati, E. K., & Ardyrusmarryya, D. (2017). Pemetaan Hotel untuk Menunjang Potensi Wisata Berbasis Mobile untuk Menunjang Smart City. *PROSIDING SENSEI 2017*, 1(1).

Pandiangan, L. H. (2019). Peranan Komunikasi Pariwisata PT. Lovely Holidays Medan Dalam Mempromosikan Objek Wisata Daerah Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Akomodasi Agung*, 6(1), 38-56.

Sujana, E. (2015). Pengaruh Karakteristik Informasi Sistem Akuntansi Manajemen (Sam), Desentralisasi, Dan Ketidakpastian Lingkungan Terhadap Kinerja

Manajerial (Studi Empiris Pada Hotel Se-Kabupaten Buleleng). *Journal Akuntansi*, 3(1).

Suswanto, P., & Setiawati, S. D. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning di Tengah Pandemi Covid-19 di Indonesia. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 16- 29.

Utari, Y. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Penginap Di Hotel Best Skip Palembang (Doctoral dissertation, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik).

INTERNET :

<https://myhorison.com/corporate> (diakses pada 13 Mei 2022)

www.kemenparekraf.go.id (diakses pada 13 Mei 2022)

www.bps.go.id (diakses pada 7 Juni 2022)

www.kompasiana.com (diakses pada 1 Agustus 2022)