

DAFTAR PUSTAKA

- Bagyono, & Sambodo, A. (2006). *Dasar – Dasar Kantor Depan Hotel*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Dharmmesta, B. S. (1996). *Azas-Azas Marketing Edisi 3*. Yogyakarta: Liberty.
- Goeldner, C. R., & Ritche, J. (2006). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. United States of America: John Wiley & Sons, Inc.
- Hamidi. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: UMM Press.
- Hedynata, M. L., & E.D.Radianto, W. (2016). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 89-95.
- Hermanto, G. A. (2018). *Tugas Etika Bisnis Penerapan Nilai Etika Bisnis di Fave Hotel Margonda Depok*. Jakarta: Universitas Gunadarma.
- Hermawan, H. (2018). *Pengantar Manajemen*. Bandung: PT. Nasya Expanding Manajemen .
- Hopkins, D. (1993). *A Teacher's Guide to Classroom Research*. Buckingham: Open University Press.
- Kasmir. (2004). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT Raya Grafindo Persada.
- Kholidah, N. (2016). *Proses penjualan produk MICE departemen sales dan marketing guna meningkatkan pendapatan Hotel Haris Pop! dan conventions Gubeng Surabaya*. Jember: Universitas Jember.
- Kotler, P. (1996). *Manajemen Pemasaran : Maketing Management*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Prihallindo.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of marketing: global edition (14th ed.)*. New Jersey, US: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (2002). *Pemasaran Perhotelan dan Kepariwisataaan*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kristi, Poerwandari. (2011). *Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian Psikologi*. Jakarta: LPSP3 Psikologi UI.
- Lestari, B., & hadi, W. (2013). Kinerja karyawan hotel dalam meningkatkan occupancy tamu di Hotel Lilik Dagen Yogyakarta . *Khasanah Ilmu*, 53-54.
- Mangkuwerdoyo, S. (1999). *Perkembangan Pengelolaan Industri Akomodasi & Restoran*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI.
- Moleong, L. J. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Prasadja, R. B. (2010). *Kunci Sukses Memasarkan Jasa Pariwisata*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Provinsi, B. (2018, Februari 14). *Tingkat Penghunian Kamar (TPK) Hotel Berbintang di Jawa Timur Dirinci Menurut Bulan dan Kelas Hotel, Tahun 2016 (persen)*. Dipetik Mei 19, 2020, dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur: <https://jatim.bps.go.id/statictable/2018/02/14/961/tingkat-penghunian-kamar-tpk-hotel-berbintang-di-jawa-timur-dirinci-menurut-bulan-dan-kelas-hotel-tahun-2016-persen-.html>

Rahadian, D., & Pratomo, A. (2013). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Kamar Di Hotel Benua Bandung. *Binus Business Review*, 776-790.

Rahayu, S. (2011). Pengaruh Harga Jual Kamar Terhadap Nilai Penjualan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 193-195.

Rohaeni, H. (2016). Peranan Promosi Melalui Personal Selling Terhadap Volume Penjualan. *Ecodemica*, 225-226.

Rumekso. (2001). *Housekeeping Hotels*. Yogyakarta: Kencana.

Sihite, R. (2000). *Sales & Marketing (Usaha Pemasaran Hotel)*. Surabaya: SIC.

www.surabayakota.bps.go.id diakses pada 02 Mei 2020 pukul 15.00

www.arcadiasurabaya.com diakses pada 20 April 2020 pukul 13.00