

## DAFTAR PUSTAKA

- Achidah, N., Hasiolan, L. B., & Warso, M. M. (2016). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio GT. *Journal Of Management*, 2(2).
- Ahn, J., Lee, S. L., & Kwon, J. (2020). Impulsive buying in hospitality and tourism journals. *Annals of Tourism Research*, 82(August), 102764.  
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102764>
- Amin, M., Hamdan, H., & Yani, A. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Kebijakan Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen. *JEM Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 4(2), 58–78.
- Andriani, D. (2020,08,19) New Normal Tingkat Hunian Hotel Meningkat , diakses dari <https://traveling.bisnis.com/read/20200819/102/1281197/new-normal-tingkat-hunian-hotel-mulai-meningkat> (Diakses pada 22 Oktober 2020)
- Anggriawan, J., & Brahmayanti, I. A. S. (2016). Keputusan Pembelian Konsumen Di Pt . Finele ( Amala Gold Shop ) Pasar Atom Mall Surabaya. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(1), 11–30.
- Arora, A., Srivastava, A., & Bansal, S. (2020). Business competitive analysis using promoted post detection on social media. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 54(August), 101941.  
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101941>

- Arrendamento, M. Y. (2017). Penerimaan Pajak Penghasilan Pasal 21 Dengan Pengangguran Sebagai Variabel Intervening Periode Tahun 2008-2016.
- Berman, Barry dan Joel . Evans. (2010) *Retail Management a Strategic Approach* 8<sup>th</sup>Ed. New Jersey. Use the "Insert Citation" button to add citations to this document.
- Budiansyah, F. (2020, 03,16). Apa itu virus corona dan cirinya menurut WHO, diakses dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200316135138-37-145175/apa-itu-virus-corona-dan-cirinya-menurut-situs-who> (Diakses pada 22 Oktober 2020)
- Desembrianita, E., & Ruslin. (2016). Terhadap Keputusan Pelanggan Untuk Menggunakan Jasa Hotel Oval Surabaya. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 16(2), 345–354.
- Diayudha, L. (2020). INDUSTRI PERHOTELAN DI INDONESIA PADA MASA PANDEMI COVID-19 : ANALISIS DESKRIPTIF Indonesian Hospitality Industry in the Covid-19 Pandemic : Descriptive Analysis. *INDUSTRI PERHOTELAN DI INDONESIA PADA MASA PANDEMI COVID-19 : ANALISIS DESKRIPTIF Indonesian Hospitality Industry in the Covid-19 Pandemic : Descriptive Analysis*, 3(1).
- DJ, Y. R. (2019). Pengaruh Harga Kamar Dan Fasilitas Hotel Terhadap Kepuasan Konsumen Di Shangrila Hotel Surabaya. *Jurnal Manajemen*, 4(1), 889. <https://doi.org/10.30736/jpim.v4i1.229>
- Efrianto, A. (2016). PENGARUH HARGA, LOKASI, PROMOSI DAN LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL THE ALANA SURABAYA. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(9), 1–19.
- Enos Julvirta. (2017). Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan

Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Topas Galeria Hotel Bandung. *Jurnal Elektronik Ilmu Komputer*, 7, 1–14.

El-Said, O. A. (2020). Impact of online reviews on hotel booking intention: The moderating role of brand image, star category, and price. *Tourism Management Perspectives*, 33(March 2019), 100604.  
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.100604>

Fajri, D. D. (2020). Pelatihan Penerapan Protokol Kesehatan Karyawan Hotel di Masa Pelatihan Penerapan Protokol Kesehatan Karyawan Hotel di Masa Tatanan Normal Baru. *Pelatihan Penerapan Protokol Kesehatan Karyawan Hotel di Masa Pelatihan Penerapan Protokol Kesehatan Karyawan Hotel di Masa Tatanan Normal Baru*, 1(1), 26–32.

Ferdika, H. (2018). PENGARUH PROMOSI PENJUALAN, EXPERIENTIAL MARKETING, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG. *manajemen ekonomi*, 10(2), 1–15.

Fitrianda, M. I. (2013). PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI PKWT PADA PT. KERETA API INDONESIA(PERSERO) DAOP IX JEMBER DENGAN KOMITMEN ORGANISASIONAL SEBAGAI VARIABEL INTERVENING.

Gulla Rendy, Sem, O. G., & Ferdy, R. (2012). Perseptif Manajemen dan Pemasaran Konteporer. *Analisis Harga ,Promosi, dan Kualitas Pelayanan*

terhadap Keupasan Konsumen pada Hotel Manado Grace INN, 3(1), 1313–1322.

Hawkins, Del I dan David, L. Mothersbaugh(2013). *Consumer Behavior, Building Marketing Strategy* 12<sup>th</sup>Ed. New York.

Hidayat, R. (2016). Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Tingkat Penjualan Tiket pada PSA Mihin Lanka Airlines, 4(1), 33–46.

Ichsan, I. Z., Rahmayanti, H., Purwanto, A., Sigit, D. V., Kurniawan, E., Dewi, A. K., ... Marhento, G. (2020). PEMBELAJARAN SAINS DAN LINGKUNGAN DI SMP yang berisi himbauan kepada masyarakat untuk melakukan Physical Distancing ( menjaga. *COVID-19 DAN E-LEARNING:PERUBAHAN STRATEGI PEMBELAJARAN SAINS DAN LINGKUNGAN DI SMP*, 6, 50–61.

Indonesia, C. (2020, 06 17). *Menyelamatkan Ekonomi Indonesia Melalui Penerapan New Normal*. Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200616191535-297-514013/menyelamatkan-ekonomi-indonesia-melalui-penerapan-new-normal> (Diakses pada 22 Oktober 2020)

Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>

Indraswari, G. R., & Martono, S. (2017). Pengaruh Promosi Terhadap Impuls Buying Dengan Gender Sebagai Variabel Dummy. *Management Analysis Journal*, 5(2), 116–122.

- Ismail, I., & AlBahri, F. P. (2019). Perancangan E-Kuisisioner menggunakan CodeIgniter dan React-Js sebagai Tools Pendukung Penelitian. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer dan Informatika)*, 3(2), 337.  
<https://doi.org/10.30645/j-sakti.v3i2.152>
- Jang, S., & Moutinho, L. (2019). Do price promotions drive consumer spending on luxury hotel services? The moderating roles of room price and user-generated content. *International Journal of Hospitality Manage*
- Januar Mahardhani, A. (2020). Menjadi Warga Negara yang Baik pada Masa Pandemi Covid-19: Perspektif Kenormalan Baru. *Jurnal Pancasila dan Kewarganegaraan*, 5(2), 65–76.  
<https://doi.org/10.24269/jpk.v5.n2.2020.pp65-76>
- Kementrian Kesehatan Republik Indonesia. (2020). Surat Edaran No.02.01-MENKES-335-2020 tentang Protokol Pencegahan Penularan Coronavirus Disease (COVID-19) di Tempat Kerja Sektor Jasa dan Perdagangan (area publik) dalam Mendukung Keberlangsungan Usaha. *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia*, 1–4.
- Kementrian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif. (2020). Panduan Pelaksanaan Kelestarian Lingkungan di Hotel, 2019.
- Kurniawan, T. R. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Konsumen Menginap Di Hotel the Premiere Pekanbaru. *Eko dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 11(1), 20–28.  
<https://doi.org/10.36975/jeb.v11i1.254>

Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen*, 5(2), 137–160.  
<https://doi.org/10.30656/sm.v5i2.1861>

Kotler, Philip dan Armstrong Gary. 2013. *Principles of Marketing*.  
Fourteenth<sup>th</sup> Ed. New Jersey : Pearson.

Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane. 2013. *Marketing Management*. Fourteenth<sup>th</sup>  
Ed. United States of America

Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane. 2016. *Marketing Management*. Sixteen<sup>th</sup>  
Ed. New Jersey : Pearson.

Martono, Nanang. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers

Maulida, Z. (2017). PENGARUH KUALITAS DAN HARGA AIRMINUMAN  
DALAM KEMASAN MEREK ADES TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN DI KOTA BANDA ACEH, 8(2), 79–92.

Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2019). Standar  
Usaha Hotel. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–  
1699. Diambil dari  
[https://peraturan.bkpm.go.id/jdih/userfiles/batang/PERMEN ttg Standar  
Usaha Hotel.pdf](https://peraturan.bkpm.go.id/jdih/userfiles/batang/PERMEN%20ttg%20Standar%20Usaha%20Hotel.pdf)

Nasruddin, R., & Haq, I. (2020). Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan  
Masyarakat Berpenghasilan Rendah. *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya  
Syar-i*, 7(7). <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i7.15569>

Ni, R., Sri, M., & Dewi, P. (2020). Implementasi Konsep Responsible Tourism

Marketing (Rtm) Di Desa Wisata Jatimulyo Kabupaten Kulonprogo  
Yogyakarta, 18(2). <https://doi.org/10.36275/mws>

Nurhayati, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. *JBMA – Vol. IV, No. 2, September 2017 ISSN : 2252-5483, IV(2), 60–69.*

Pranita, Ellyvon(2020,05,11).Diumumkan Awal Maret ,Ahli: Virus Corona Masuk Indonesia dari Januari, diakses dari <https://www.kompas.com/sains/read/2020/05/11/130600623/diumumkan-awal-maret-ahli--virus-corona-masuk-indonesia-dari-januari//> (Diakses pada 10 Januari 2021)

Pratomo, D., & Ermawati, L. (2019). Kecenderungan Pembelian Impulsif Ditinjau dari Perspektif Islam (Studi Kasus Pada Pengunjung Malioboro Mall Yogyakarta). *Jesyta (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 240–252. <https://doi.org/10.36778/jesyta.v2i2.103>

Prawira, S. H. (2019). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Menginap (Survei pada Wisatawan yang Menginap di Hotel Arjuna Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 72(1), 184–191.

Putu, L., & Purnama, D. (2018). FAKTOR UTAMA PEMBENTUK PEMBELIAN IMPULSIF di MINIMARKET ( STUDI KASUS PADA ALFAMART SUKABIRUS BANDUNG ), 5(1), 907–915.

Rohaeni, H. (2016). Peranan Promosi Melalui Personal Selling Terhadap Volume Penjualan. *Ecodemica*, IV(2), 223–231. Diambil dari

<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/802>

Rosidi, A., & Nurcahyo, E. (2020). Penerapan New Normal (Kenormalan Baru)

Dalam Penanganan Covid-19 sebagai Pandemi Dalam Hukum Positif.

*NASPA Journal*, 42(4), 1.

Soehardi, S., Purnamaasih, L., & Ralitasari, D. (2020). Dampak Pandemi Covid-

19 Terhadap Kunjungan Turis Asing dan Domestik serta Tingkat Hunian

Kamar Hotel Bintang di Indonesia. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 20(3), 291–308.

<https://doi.org/10.31599/jki.v20i3.287>

Taali, M. (2018). Pengaruh bauran pemasaran ( marketing mix ) terhadap

pengambilan keputusan menginap di The Sun Hotel Madiun. *Jurnal*

*Epicheirisi*, 2(1), 13–21.

Ulumuddin, I., Wibowo, L. A., & Barbo, A. (2016). Pengaruh Brand Feelings

Terhadap Loyalitas Tamu Di Sheraton Senggigi Beach Resort Lombok. *THE*

*Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 3(2), 607.

<https://doi.org/10.17509/thej.v3i2.1973>

Yunus, N. R., & Rezki, A. (2020). Kebijakan Pemberlakuan Lock Down Sebagai

Antisipasi Penyebaran Corona Virus Covid-19. *Kebijakan Pemberlakuan*

*Lock Down Sebagai Antisipasi Penyebaran Corona Virus Covid-19*, 7(3).

<https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i3.15083>



Yusharmen, Sulistyowati, F., Munthe, N. F. ., Fitrianda, M. I., Suryaningsih, T., & Raharjo, M. (2017). *Digital Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember Jember Digital Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember diakses tahun 2018. Karya Tulis Ilmiah. Program Studi DIII Keperawatan. Fakultas Keperawatan. Universitas Sumatera Utara. Medan.* Diambil dari <http://repository.unimus.ac.id/411/>

Zulkifli Matondang, “Validitas dan Reliabilitas Suatu Instrumen Penelitian” dalam *Jurnal Tabularasa PPS UNIMED Vol. 6 No. 1 (2009):87*