

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullahi, D. (2014). Assessment of Advertising on the Sales Revenue and Profitability of Nigerian Bottling Company Plc. *Business and Management*, 6(37), 144–154.
- Ahmad, Y., Fattah, A., & Sutopo. (2015). Pengaruh Harga, Promosi Dan Fasilitas Terhadap Tingkat Hunian Kamar Pada The Sun Hotel Sidoarjo. *Manajemen Branchmarck*, 183–196.
- Ajagbe, M. A., Joshua Olusola Olujobi, Rowland E. Worlu, & Anthony Akwawa Uduimoh. (2015). Consumer Personality and Increase in Sales Volume.pdf. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 4(4), 29–39.
- Alhasni, A., & Ogi, I. (2014). Iklan Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Penjualan Mobil Toyota Avanza Pada PT. Hasjrat Abadi Manado. *Exectutive Master of Business Administration*, 2(2), 1021–1031.
- Ali, M. T. R., & Khuzaini. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Rumah. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(9), 1–20.
- Andyani, N. L. H. (2015). *Manajemen Devisi Kamar* (Pertama). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ariyani, L., Amalia, R., & Lisa, Y. (2017). Pengaruh Personal Selling Dan Periklanan Terhadap Volume Penjualan Produk Bepang UD.Diah, Kecamatan Pelaihari. *Teknologi Agro-Industri*, 4(1), 42–52.
- Arnanto, H., & Khuzaini. (2017). Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(9), 15.
- Batubara, A., & Hidayat, R. (2016). Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Tingkat Penjualan Tiket pada PSA Mihin Lanka Airlines. *Ilmu Manajemen*, 4(1), 33–46.
- Danang, S. (2015). *Perilaku Konsumen Dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Devi, Lie, D., Butarbutar, M., & Halim, F. (2017). Peranan Harga Dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada PT Permata Niaga Cabang Pematangsiantar. *Maker*, 3(2), 19–26.
- Doyle, C. (2013). *Kamus Pemasaran*. (B. Sarwiji, Ed.). Jakarta Barat: PT Indeks.
- Fathoni, A. (2016). Analisis Pengaruh Ketidakpuasan, Iklan Komparatif Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek. *Penelitian Ilmu Manajemen*, 2(2), 432–440.
- Fatima, S., & Lodhi, S. (2015). Impact of Advertisement on Buying Behaviours of the consumers: Study of Cosmetic Industry in Karachi City. *Management Sciences and Business Research*, 4(10), 125–137.
- Febrina, Y. A., & Oetomo, H. W. (2016). Pengaruh Fasilitas, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Penumpang PT. ASDP. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(12), 19.
- Gde, P. P., & Ida Bagus Brata. (2018). Implementation of Tourism Facilities Expansion to Hedonism and Community Imaging. *International Journal of*

- Social Sciences and Humanities*, 2(1), 33–42.
<https://doi.org/10.29332/ijssh.v2n1.76>
- Hanif, M. H., & Soesanto, H. (2017). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Kelompok Acuan terhadap Perpindahan Merek pada Laptop Toshiba dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal Of Management*, 6(4), 10.
- Hardiyanti, T., Lie, D., Efendi, & Wijaya, A. (2017). Pengaruh Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pemandianalam Sejuk Mariah Jambi. *Maker*, 3(1), 9.
- Haryanto, E. (2013). Kualitas Layanan, Fasilitas dan Harga pengaruhnya terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan pada Kantor Samsat Manado. *Exectutive Master of Business Administration*, 1(3), 750–760.
- Jacob, A. A., Lapian, S. L. H. V. J., & Mandagie, Y. (2018). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Chips. *Exectutive Master of Business Administration*, 6(2), 988–997.
- Karim, D., Sepang, J. L., & Lumanauw, B. (2014). Marketing Mix Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Manado Sejati Perkasa Group. *Exectutive Master of Business Administration*, 2(1), 421–430.
- Kusumawati, R. D., Detty Purnamasari, & Sardiyo. (2013). Innovation And Promotion Activities In The Internet To Increase Sales Volume Of Music Product Using Augmented Reality Technology. *Egitania Scientia*, 7(13), 243–253.
- Mardiyati, U., Qothrunnada, & Kurnianti, D. (2018). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Struktur Aktiva, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan Dan Profitabilitas Terhadap Kebijakan Utang Pada Perusahaan Sektor Aneka Industri Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2012 – 2016. *Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(1), 105–124.
- Mayangsari, E., & Agustin, S. (2017). Pengaruh Iklan, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Menggunakan Produk Cantik Skin Care. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(9), 19.
- Mokalu, F. o., & Tumbel, A. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Distribusi terhadap volume penjualan roti jordan CV. Minahasa Mantap Perkasa. *Exectutive Master of Business Administration*, 3(1), 254–265.
- Mustika, S., Zamhari, & Hariyani. (2017). Analisis Pengaruh Layanan Purna Jual Dan Kepuasan Konsumen Yang Berdampak Pada Tingkat Penjualan. *Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis*, 19(2), 33–45.
- Nabila Mariska Iskandarsyah, & Utami, S. (2017). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Murah Di Hadrah Property. *Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 2(1), 129–141.
- Nurchayati, & Huda, N. (2018). Pengaruh Atribut Produk, Iklan, Harga, Dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek.pdf. *Jurnal Ilmiah Untag Semarang*, 7(1), 22.
- Nurdiyansyah, D., & Dewi, D. A. L. (2013). Pengaruh Citra, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Konsumen Yang Dimoderasi Kepuasan Konsumen. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 18(2), 136–146.
- Philip Kotler, John T. Bowen, & James C. Makens. (2010). *Marketing For*

- Hospitality And Tourism*. (W. L. V. A. D. T. L. Dimmick, Ed.) (Fifth). United States of America: Pearson Prentice Hall.
- Pratiwi, Y. M., Budi Eko Soetjipto, & Agus Hermawan. (2018). The Effect Of Attraction And Facilities On The Revisit Intention By Tourists Satisfaction As An Intervening Variable (A Study In Banyuwangi Ijen Crater). *International Journal of Social Science and Economic Research*, 3(6), 2313–2326.
- Priyatno, D. (2010). *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS (Pertama)*. Yogyakarta: MediaKom.
- Purwanto, Fitriyadi, & Hasanur Arifin. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Volume Penjualan Okky Jelly Drink Pada Distributor PT Sinar Niaga Sejahtera Di Wilayah Banjarmasin. *Bisnis Dan Pembangunan*, 5(1), 25–30.
- Rompis, D., Tumbuan, W., & Sumarauw, J. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Tridjaya Mulia Sukses. *Exectutive Master of Business Administration*, 5(3), 3078–3087.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Saragih, L. P., Lie, D., Efendi, & Sherly. (2017). Peranan Periklanan Dan Personal Selling Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada PT Lovely Holidays Tour And Travel Cabang Pematangsiantar. *Sultanist*, 6(1), 21–29.
- Sari, R., Lie, D., Butarbutar, M., & Efendi. (2016). Peranan Periklanan Dan Personal Selling Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Radio Citra Anak Siantar (CAS) 89,4 Fm Pematangsiantar. *Maker*, 2(1), 34–41.
- Siregar, M. Y., & Winita. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Sparepart Pada PT. Calispo Multi Utama Medan. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 3(1), 105–120. Retrieved from <http://ojs.uma.ac.id/index.php/jurnalakundanbisnis/article/view/429/312>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sujata, J., Sandeep, P., & Abhijit, C. (2016). Impact of advertising and sales promotion expenses on the sales performance of indian telecommunication companies. *Science and Technology*, 9(46), 6. <https://doi.org/10.17485/ijst/2016/v9i46/107317>
- Suryanti, Rafani, Y., & Hariyani. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis*, 18(2), 30–39.
- Swastha, B. (2017). *Manajemen Penjualan* (3rd ed.). Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Swastha, B., & Irawan. (2008). *Menejemen Pemasaran Modern* (2nd ed.). Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Syamsudin, M., & Soekotjo, H. (2017). Pengaruh Iklan, Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Pembelian Modem Smartfren. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(8), 1–21.
- Tarjoman, S. (2015). Effect of Suitable Installations, Welfare and Facilities in the Hotels, inns, on Tourism Development in Iran. *IOSR Journal of Business and Management Ver. II*, 17(5), 2319–7668. <https://doi.org/10.9790/487X->

17516264

- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Umar, H. (2014). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Kedua). Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Utama, G. B. R. (2016). *Pengantar Industri Pariwisata* (Revisi). Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Utama, G. B. R. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. (A. A. C, Ed.). Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Wibowo, A. E. (2012). *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian*. (A. Djojo, Ed.) (I). Yogyakarta: Gava Media.
- Widyaningrum, M., Didin Hadi Saputra, & Moh.Rusmayadi. (2018). Effect Of Entrepreneurship, Social Capital And Marketing Communications To Increase The Sales Of Motorcycle Products In Mataram City. *Journal Research And Analysis : Economy*, 1(1), 10–18.
- Wulandari, V., & Wahyuati, A. (2017). pengaruh Fasilitas, Pelayanan, Harga, Dan Kepuasan, Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Ilmu & Riset Manajemen*, 6(3), 20.