

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., HM., J., & Prabantini, D. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis* ((22nd ed.)). Penerbit Andi.
- Annishia, F. B., & Prastiyo, E. (2019). Menginap Tamu Di Hotel Best Western Premier The Hive *The Effect Of Prices And Facilities On Guest Stay At The Best Western Premier The Hive Hotel Jakarta*. 4(1), 19–28.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pers.
- Baiti, M., Purba, A. S., & Yandi, F. S. (2013). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Fasilitas Hotel Terhadap Keputusan Menginap Pelanggan Pada Hotel Paragonbiz Bandung. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Pariwisata*, 1, 47–58.
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees. *Journal of Marketing*, 56(2), 57. <https://doi.org/10.2307/1252042>
- Bps Sumbar. (2021). *Belum ada wisatawan mancanegara (wisman) yang datang ke Sumatera Barat pada bulan September 2021*. 2021-11-01. <https://padangkota.bps.go.id/pressrelease/2021/11/01/677/belum-ada-wisatawan-mancanegara--wisman--yang-datang-ke-sumatera-barat-pada-bulan-september-2021.html>
- BPS Sumbar. (2023). *Jumlah kunjungan wisman ke Sumatera Barat melalui pintu masuk Bandara Internasional Minangkabau (BIM) pada Desember 2022 mencapai 3.062 kunjungan*. 01 Februari 2023. <https://sumbar.bps.go.id/pressrelease/2023/02/01/1128/jumlah-kunjungan-wisman-ke-sumatera-barat-melalui-pintu-masuk-bandara-internasional-minangkabau--bim--pada-desember-2022-mencapai-3-062-kunjungan.html>
- Caesari, S., Nugraha, H. S., & Prabawani, B. (2015). *Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science Tahun 2015, Hal. 1-11* <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/> Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Untuk Menginap di Hotel Puri Saron.
- Carrasco, J. L. (2010). Structural Equation Model. *Encyclopedia of Biopharmaceutical Statistics*, 8(3), 1300–1305. <https://doi.org/10.3109/9781439822463.209>
- Efrianto, A. (2016). *Pengaruh harga, lokasi, promosi dan layanan terhadap keputusan menginap di hotel the alana surabaya*. 5(September).
- Faisal Hardiansyah, M. N. dan I. R. (2019). *Faisal Hardiansyah 1 Mahmud Nuhung 2 Ismail Rasulong* 3. 90–107.
- Finora, R. T., & Putra, T. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Daima Padang. *Jurnal Pendidikan Dan Keluarga*, 11(02), 65. <https://doi.org/10.24036/jpk/vol11-iss02/643>
- Fitrianiingsih, F., Damanik, A. Z., & Zuliany, R. (2022). Pengaruh Servicescape dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian konsumen Pada 212 Mart Tebing Tinggi. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 478–485.

<https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.592>

- Frista, R., Moningka, C., Loindong, S. S. R., Sam, U., & Manado, R. (n.d.). *Pengaruh servicescape dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada manado town square i*. 4(2), 778–788.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2012). *Partial Least Square: Konsep, Teknik, dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 3.0 untuk penelitian empiris*.
- Ghozali Imam Prof. Dr. , M.Com, A., & Latan Hengky, S. (2012). *Partial Least Square: Konsep, Teknik, dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, F., J., Hult, G.T.M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.
- Hair, J. F., Black, B., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis: Global Edition, 7th Edition (7th editio)*. PEARSON.
- Hartini S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap di Hotel Sakura Palangka Raya. *Al – Ulum Ilmu Sosial Dan Humaniora* , 3(1), 404–418.
- Heizer, J., & Barry Render. (2005). *Operation management (7th editio)*. Prentice Hall.
- Heizer, J., & Render, B. (2015). *Strategi Pemasaran Jasa*. Pt. Mandom.
- Hightower, R., & Florida, A. (2014). *service encounter in eight countries ' COMMENTARY ON CONCEPTUALIZING THE SERVICESCAPE CONSTRUCT IN ' A STUDY OF THE SERVICE ENCOUNTER IN EIGHT COUNTRIES . ' May*.
- Karim, D., Sepang, J. L., & Lumanauw, B. (2014). Marketing Mix Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Manado Sejati Perkasa Group. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 421–430. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/4006>
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. (2022a). *kunjungan bulanan wisatawan mancanegara 2021 vs 2020*. 10 Januari 2022. <https://kemenparekraf.go.id/statistik-wisatawan-mancanegara/Statistik-Kunjungan-Wisatawan-Mancanegara-2021>
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. (2022b). *Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara Bulan November 2022*. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. <https://kemenparekraf.go.id/statistik-wisatawan-mancanegara/statistik-kunjungan-wisatawan-mancanegara-bulan-november-2022>
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. (2022c). *Tingkat Penghunian Kamar Hotel Bintang Tahun 2021*. 10 Januari 2022. <https://kemenparekraf.go.id/statistik-akomodasi/Tingkat-Penghunian-Kamar-Hotel-Bintang-Tahun-2021>
- Kiswanto, A. H. (2011). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Berkunjung wisata Dampo Awang Beach Rembang. In *Jurnal Nasional Pariwisata*.

<https://lib.unnes.ac.id/5883/>

- Korowa, E., & Asaloei, S. (2018). *Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado)*. 6(3).
- Kotler, P. (2015). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (D. Sihombing (ed.); Jilid 1). Erlangga.
- Kristanto, V. D. (2019). *PENGARUH FASILITAS DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI THE WIN HOTEL SURABAYA*.
- Kusuma, R. W., & Suwitho. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(12), 1–17. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3143>
- Masiero, L., Yang, Y., & Qiu, R. T. R. (2019). Understanding hotel location preference of customers: Comparing random utility and random regret decision rules. *Tourism Management*, 73(April 2018), 83–93. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.12.002>
- Masiero, L., Yoonjoung, C., & Pan, B. (2015). International Journal of Hospitality Management Determining guests ' willingness to pay for hotel room attributes with a discrete choice model. *International Journal of Hospitality Management*, 49, 117–124. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.06.001>
- Pratama, B. H., Shilvana husani, & Ali, H. (2017). The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(5B), 584–590. <https://doi.org/10.21276/sjbms>
- Pristanto, Y., Wahyuni, S., & Handini, Y. D. (2012). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menginap pada Hotel Bintang Mulia Jember. *Artikel Ilmiah*, 1(1), 1–6.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen* (Ketujuh). PT. Indeks.
- Selang, C. A. D. (n.d.). *ISSN 2303-1174 Christian A.D Selang, Pengaruh Bauran Pemasaran...* 1(3), 71–80.
- Septiyowati, E. A., & Oetomo, H. W. (2017). *KUALITAS PELAYANAN, HARGA, LOKASI DAN FASILITAS TERHADAP PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN MENGINAP*. 6(September), 1–20.
- Soegoto, A. S., & Jorie, R. J. (2019). the Effect of Servicescape, Facilities and Quality of Service Quality of Consumer Decisions To Choose Goldenlake Resort. *5812 Jurnal EMBA*, 7(4), 5812–5820. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/26516/26132>
- Sohrabi, B., Vanani, I. R., Tahmasebipur, K., & Fazli, S. (2012). An exploratory analysis of hotel selection factors: A comprehensive survey of Tehran hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 31(1), 96–106.

<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.06.002>

- Stefanie, K. A. & D. L. S. (2018). Analisa Pengaruh Lokasi dan Servicescape Terhadap Keputusan Menginap Konsumen Pohon Inn Hotel. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 6(1), 104–113.
- Sugiharto, S., & Setiawan, W. (2014). Pengaruh Marketing mix terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza Tipe G Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–8.
- Sukoharjo, S. D. I. (2021). *Maker : Jurnal Manajemen MENGUJI MARKETING MIX 7P TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN Membeli produk ataupun jasa bauran pemasaran memiliki peran penting untuk memengaruhi Dapat dikatakan bahwa Marketing Mix merupakan alat dalam pencapaian tujuan pemasaran . Pro. 7(May)*, 81–94.
- Sulastiyono., A. (2011). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Alfabeta.
- Wahyuningrum. (2004). *Buku Ajar Manajemen Fasilitas Pendidikan*. FIP UNY.
- Wichmann, J. R. K., Uppal, A., Sharma, A., & Dekimpe, M. G. (2022). A global perspective on the marketing mix across time and space. *International Journal of Research in Marketing*, 39(2), 502–521. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2021.09.001>
- Wirtz, C., & Jochen, L. (2011). *Service marketing*. New Jersey: Pearson.
- Wulansari, N., Abrian, Y., & Adrian, A. (2021). Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Menginap. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 10(02), 171–182. <https://doi.org/10.22437/jmk.v10i02.14217>

