

DAFTAR PUSTAKA

Abdjul, F. *et al.* (2022) 'PENGARUH CONTENT MARKETING, SEARCH ENGINE OPTIMIZATION DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA FEB UNSRAT DI E-COMMERCE SOCIOLLA THE EFFECT OF CONTENT MARKETING, SEARCH ENGINE OPTIMIZATION, AND SOCIAL MEDIA MARKETING ON PURCHASE DECISIONS FOR FEB UNSRAT STUDENTS AT E-COMMERCE SOCIOLLA', 10(3), pp. 225–236. Available at: www.sociolla.com.

'Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia' (2024).

Chakti, O.G. (2019) *THE BOOK OF DIGITAL MARKETING: BUKU PEMASARAN DIGITAL*. Available at: <https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=OQzBDwAAQBAJ&o...page&q=buku%20social%20media%20marketing%20merupakan&f=false>.

Chusnaini, A. and Rasyid, R.A. (2022) *SOCIAL MEDIA MARKETING: SOCIAL MEDIA CONTENT, BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS AND PURCHASE INTENTION*.

Erwin, O.E. *et al.* (2024) *Social Media Marketing Trends*. Available at: https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=-5EYEQAAQBAJ&o...=BYaq-77BUB9MDZhjnEp2QwQUPQU&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false.

Hospitality Industry (2021).

Ismail, M. *et al.* (2017) *Analisis Afektivitas Strategi Integrated Marketing Communication guna Meningkatkan Kepuasan Konsumen CV Barisan Nyawiji Meubel Malang*.

Marriot Bonvoy. (2015) *DESTINASI Tambah tanggal Dapatkan dan tebus poin yang membawa Anda ke mana pun Anda ingin pergi*. Available at: <https://www.marriott.com/id/loyalty.mi>.

Octaviana, E. and Zahara, Z. (2024) 'PERAN CONTENT MARKETING INSTAGRAM SEBAGAI STRATEGI MENUMBUHKAN BRAND AWARENESS PADA USAHA

SPRINGSHOP_PLW', 8(3).

Our Story: A Timeline of Innovation (2015). Available at: <https://www.marriott.com/culture-and-values/core-values.mi>.

‘(PDF) PEMASARAN DIGITAL (Teori dan Implementasi)’ (no date).

‘Perkembangan Bisnis Hotel Bintang di Indonesia - GoodStats’ (no date).

Petrinevanti, R. *et al.* (2024) *IMPLEMENTASI INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION GUNAWANGSA HOTEL MANYAR SURABAYA DALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN*.

Ramadhanty, P. *et al.* (2020) *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING CONTENT INSTAGRAM @KEDAIKOPIKULO TERHADAP SIKAP KONSUMEN*.

Ramadhanty, P. *et al.* (2020) *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING CONTENT INSTAGRAM @KEDAIKOPIKULO TERHADAP SIKAP KONSUMEN*.

Santoso, P.Y. (2018) ‘TRANSFORMASI INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION DI ERA DIGITAL’.

‘Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel’ (2015).

Dewi Indonesia, (2017). ‘Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Meraih Dua Penghargaan Prestisius’.

Sholawati, R.L. and Tiarawati, M. (2022) *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN BRAND AWARENESS TERHADAP NIAT BELI PRODUK DI RESTORAN FAST FOOD, Jurnal Ilmu Manajemen*.

Syahputra Salim, H., Sumarsan Goh, T. and Errie Margery, dan (2022) ‘PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN DAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PT. FURNILUX INDONESIA’, *Jurnal Bisnis Kolega*, 8(1), p. 9. Available at:

<https://www.ejournal.pmci.ac.id/index.php/jbk/article/view/75/51> (Accessed: 10 April 2025).

Teguh, M., Selvy, and Ciawati, T. (2019) ‘PERANCANGAN STRATEGI DIGITAL MARKETING COMMUNICATION BAGI INDUSTRI

PERHOTELAN DALAM MENJAWAB TANTANGAN ERA POSMODEREN
Design of Digital Marketing Communication Strategy for the Hospitality Industry
to Answer the Postmodern Era Challenges’, *Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*,
6(1), pp. 51–134. Available at: <http://journal.ubm.ac.id/>.

Wardhana, A. (2025) *SOCIAL MEDIA MARKETING STRATEGY*. Indonesia.
Edited by Pradana Mahir. Purbalingga: Eureka Media Aksara. Available at:
<https://repository.penerbiteureka.com/media/publications/590404-social-media-marketing-strategy-edisi-in-2333cade.pdf> (Accessed: 23 June 2025).

Wardhana, A. (2025) *SOCIAL MEDIA MARKETING STRATEGY-EDISI
INDONESIA PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA*.

We Are Marriott International (2015). Available at:
<https://www.marriott.com/marriott/aboutmarriott.mi>.

Wulan Ayu Rahmadhani *et al.* (2022) ‘PEMANFAATAN WEBSITE SEBAGAI
BENTUK DIGITALISASI PELAYANAN PUBLIK UNTUK MEWUJUDKAN
TRANSPARANSI DI DINAS SOSIAL PROVINSI SUMATERA UTARA DAN
PEMANFAATAN DIGITALISASI PADA PENDIDIKAN ISLAM’, *Jurnal
Pendidikan Islam*, 11(1). Available at:
<http://eprints2.ipdn.ac.id/id/eprint/1125/1/Jurnal%20Pemanfaatan%20Website.pdf>
(Accessed: 23 June 2025).

Zaid, F. *et al.* (2019) ‘Komunikasi Pemasaran Hotel Golden Palace dalam
Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pasca Gempa Bumi Lombok Marketing
Communication of Golden Palace Hotel in Increasing the Number of Visitors after
Lombok Earthquake’, 2(3), pp. 167–175.

Zulhidayati, S. and Widagdo, M. (2024) *PEMBUATAN KONTEN INSTAGRAM
PRODUK INDIBIZ @INDIBIZ. JATENGDIY PADA TELKOM REGIONAL 3
AREA 1 JAWA TENGAH DAN DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA SEBAGAI
SUTRADARA, KAMERAMEN, MEDIA PLANNER, COPYWRITER*. Available at:
<https://fisip.undip.ac.id/>.

Erwin, Cindrakasih, et al (2024) Pemasaran Digital Teori dan Implementasi