

**Strategi Peningkatkan Jumlah Hunian Di Hotel Long
Gledhek Bangkalan Perspektif *Marketing Mix* dan
Ekonomi Syariah**

TESIS

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Megister
Dalam Gelar Progam Studi Ekonomi Syariah



Oleh:

QORIATUL FALAHYAKTI

NIM. 02040323046

**PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2026**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Qoriatul Falahyakti

NIM : 02040323046

Progam : Magister (S-2)

Institusi : UIN Sunan Ampel Surabaya

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa TESIS ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 5 Januari 2025

Saya yang


Qoriatul



PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tesis berjudul “ Strategi Peningkatkan Jumlah Hunian Di Hotel Long Gledhek Bangkalan Perspektif Marketing Mix dan Ekonomi Syariah” yang ditulis oleh Qoriatul Falahyakti ini telah disetujui pada tanggal 15 Desember 2025.

Oleh:

PEMBIMBING I

Dr. Siti Musfiqoh, MEd.
NIP. 197608132006042002

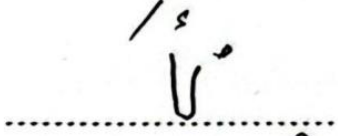
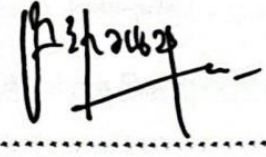
PEMBIMBING II

Dr. Sri Wigati, MEd.
NIP. 197302212009122001

PENGESAHAN

Tesis berjudul “Strategi Peningkatkan Jumlah Hunian Di Hotel Long Gledhek Bangkalan Perspektif *Marketing Mix* dan Ekonomi Syariah” yang ditulis oleh Qoriatul Falahyakti ini telah diuji pada Munaqosah Tesis pada tanggal 5 Januari 2025.

Tim Penguji:

1. Dr. Siti Musfiqoh, MEI (Ketua) 
NIP. 197608132006042002
2. Dr. Sri Wigati, M.E.I. (Sekretaris) 
NIP. 197302212009122001
3. Dr. Hj. Fatma, S.T., M.M. (Penguji I) 
NIP. 197507032007012020
4. Dr. H. Abdul Hakim, M.E.I. (Penguji II) 
NIP. 197008042005011003

Surabaya, 20 Januari 2025
Dekan,



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I
NIP. 197005142000031001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Qoriatul Falahyakti
NIM : 02040323046
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/ Magister Ekonomi Syariah
E-mail address : qoriatulf30@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☐ Sekripsi ☒ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Strategi Peningkatan Jumlah Hunian Di Hotel Long Gledhek Bangkalan Perspektif

Marketing Mix dan Ekonomi Syariah

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 20 Januari 2026

Penulis



(Qoriatul Falahyakti)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “**Strategi Peningkatkan Jumlah Hunian Di Hotel Long Gledhek Bangkalan Perspektif Marketing Mix**”. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tantangan yang dihadapi industri perhotelan, khususnya Hotel Long Gledhek Bangkalan, dalam mempertahankan dan meningkatkan tingkat hunian di tengah persaingan ketat dan kondisi ekonomi yang fluktuatif. Rumusan masalah yang diangkat meliputi: (1) Bagaimana Strategi Peningkatan Hunian Di Hotel Long Gledhek Bangkalan Perspektif *Marketing Mix*? (2) Bagaimana Implementasi Strategi Peningkatan Hunian Di Hotel Long Gledhek Bangkalan Perspektif Ekonomi Syariah?.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus lapangan (*field research*). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam dengan pihak manajemen dan staf hotel, serta dokumentasi terkait operasional pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hotel Long Gledhek Bangkalan telah menerapkan strategi produk melalui diversifikasi fasilitas dan layanan personal, serta penetapan harga yang kompetitif dan fleksibel. Lokasi strategis dekat destinasi wisata menjadi keunggulan utama dalam elemen tempat. Namun, implementasi pada aspek *people* dan *physical evidence* masih perlu dioptimalkan, terutama terkait manajemen SDM untuk menekan turnover karyawan serta pembenahan fasilitas fisik seperti area parkir.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa integrasi strategi *marketing mix* yang lebih komprehensif, khususnya penguatan pada aspek promosi digital dan kualitas layanan SDM, sangat krusial untuk meningkatkan okupansi hotel secara berkelanjutan. Manajemen disarankan untuk mengurus sertifikasi halal resmi (terutama untuk restoran) hal ini akan meningkatkan kepercayaan pasar secara signifikan. Kemudian peningkatan kesejahteraan karyawan, perlu adanya perbaikan sistem remunerasi dan jenjang karir yang jelas untuk menekan angka turnover karyawan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, *Marketing Mix*, Tingkat Hunian.

ABSTRACT

This research is titled “**Occupancy Enhancement Strategy at Hotel Long Gledhek Bangkalan from a Marketing Mix Perspective.**” This study is motivated by the challenges faced by the hospitality industry, specifically Hotel Long Gledhek Bangkalan, in maintaining and increasing occupancy rates amidst intense competition and fluctuating economic conditions. The research questions addressed include: (1) What is the Occupancy Enhancement Strategy at Hotel Long Gledhek Bangkalan from a Marketing Mix Perspective? (2) How to Implement the Occupancy Increase Strategy at the Long Gledhek Hotel, Bangkalan from a Economic Syariah Perspective?

This research employed a descriptive qualitative method with a field research case study approach. Data collection involved participant observation, in-depth interviews with hotel management and staff, and documentation related to marketing operations.

The results indicate that Hotel Long Gledhek Bangkalan has implemented a product strategy through diversified facilities and personalized services, as well as competitive and flexible pricing. Its strategic location near tourist destinations is a key advantage in the place element. However, implementation of the people and physical evidence aspects still needs to be optimized, particularly regarding human resource management to reduce employee turnover and improvements to physical facilities such as parking areas.

This study concluded that a more comprehensive marketing mix strategy integration, particularly strengthening digital promotion and the quality of human resource services, is crucial for sustainably increasing hotel occupancy. Management is advised to obtain official halal certification (especially for restaurants), as this will significantly increase market confidence. Furthermore, improving employee welfare, including improvements to the remuneration system and clear career paths, is necessary to reduce employee turnover.

Keywords: Marketing Strategy, Marketing Mix, Occupancy Rate.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
TRANSLITERASI.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Dan Batasan Masalah	9
1. Identifikasi masalah.....	9
2. Batasan masalah	10
C. Rumusan Masalah.....	10
D. Tujuan Penelitian	10
E. Kegunaan Penelitian	10
1. Aspek Teoritis	10
2. Aspek Praktis	11
F. Kerangka Teoretik.....	11
1. Strategi pemasaran.....	11
2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	12
G. Penelitian Terdahulu	13
H. Metode Penelitian.....	24
1. Jenis Penelitian	24
2. Lokasi Penelitian	25
3. Sumber dan Jenis Data	25
4. Teknik Pengumpulan Data	27
5. Teknik Analisis Data	29
6. Pengecekan Keabsahan Data	30
I. Sistematika Pembahasan	31
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	33
A. Konsep Strategi Pemasaran	33
1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	33
2. Unsur-unsur Strategi Pemasaran.....	36
3. Indikator Strategi Pemasaran	38
B. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	43
1. Produk (Product)	45

2. Harga (Price)	47
3. Tempat (Place)	47
4. Promosi (Promotion)	48
5. Orang (People)	48
6. Proses (Process).....	49
7. Bukti Fisik (Physical Evidence)	49
BAB III STRATEGI PENINGKATAN JUMLAH HUNIAN DI HOTEL LONG GLEDHEK BANGKALAN.....	50
A. Gambaran Umum Hotel Long Gledhek Bangkalan	50
1. Profil Hotel Long Gledhek Bangkalan.....	50
2. Visi Dan Misi Hotel Long Gledhek Bangkalan	51
3. Tugas Dan Fungsi Pegawai Hotel Long Gledhek Bangkalan	51
4. Struktur Organisasi Hotel Long Gledhek Bangkalan.....	54
B. Strategi Peningkatan Hunian Di Hotel Long Gledhek Bangkalan Perspektif <i>Marketing Mix</i>	55
1. Strategi Peningkatan Hunian Berdasarkan Produk	55
2. Strategi Peningkatan Hunian Berdasarkan Harga	60
3. Strategi Peningkatan Hunian Berdasarkan Tempat.....	63
4. Strategi Peningkatan Hunian Berdasarkan Promosi.....	66
5. Strategi Peningkatan Hunian Berdasarkan Orang	70
6. Strategi Peningkatan Hunian Berdasarkan Bukti Fisik	76
7. Strategi Peningkatan Hunian Berdasarkan Proses.....	79
BAB IV ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN JUMLAH HUNIAN DI HOTEL LONG GLEDHEK	85
A. Analisis Penetapan Produk di Hotel Long Gledhek Bangkalan.....	85
B. Analisis Penetapan Harga di Hotel Long Gledhek Bangkalan.....	87
C. Analisis Penetapan Tempat di Hotel Long Gledhek Bangkalan.....	88
D. Analisis Penetapan Promosi di Hotel Long Gledhek Bangkalan.....	89
E. Analisis Penetapan Pekerja di Hotel Long Gledhek Bangkalan.....	90
F. Analisis Penetapan Bukti Fisik di Hotel Long Gledhek Bangkalan...	91
G. Analisis Penetapan Proses di Hotel Long Gledhek Bangkalan.....	91
BAB V PENUTUP	93
A. KESIMPULAN	93
B. SARAN	95
DAFTAR PUSTAKA.....	97
LAMPIRAN PERTANYAAN.....	102

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jumlah pengunjung	7
Tabel 2 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3 Data informan penelitian melalui wawancara	27
Tabel 4 Jenis dan jumlah kamar Hotel Long Gledhek Bangkalan.....	59
Tabel 5 Aspek produk, pelayanan, dan pengelolaan dalam Hotel Long Gledhek Bangkalan	61
Tabel 6 Daftar Harga Kamar Hotel Long Gledhek Bangkalan.....	62
Tabel 7 Data progam promosi yang digunakan tahun 2023-2024	70
Tabel 8 Pelatihan pengembangan SDM yang diikuti pegawai Hotel Long Gledhek Bangkalan pada tahun 2023	74
Tabel 9 Standar Operasional Prosedur Layanan Pada Hotel Long Gledhek Bangkalan	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Kamar Deluxe Hotel, Aula Dan Gazebo.....	59
Gambar 2: Ikan Asam Manis, Udang Goreng Tepung Dan Ikan Bakar.....	60
Gambar 3: Grafik Jumlah Kamar Dan Tamu Yang Menginap.....	63
Gambar 4: Map Hotel Long Gledhek Bangkalan.....	65
Gambar 5: Promosi Hotel Long Gledhek Bangkalan Di Media Online	68
Gambar 6: Parkiran Hotel Dan Minimarket Yang Disediakan Hotel.....	79

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana. *Manajemen Bisnis Syariah Dan Perusahaan*. Cet. 1. Pustaka Setia, 2013.
- Abidillah, Achmad Fadlil, Achsania Hendratmi, Agus Suaidi Hasan, et al. *Ekonomi Islam : PERSPEKTIF FILSAFAT & ILMU PENGETAHUAN*. Zifatama Jawara, 2021.
- Abu Bakar, Rifa'i. *Pengantar Metodologi Penelitian*. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, 2021.
- Aini, Laila Nur. "Strategi Islamic Marketing Mix Dalam Menciptakan Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Pada Toko Basmalah Di Kabupaten Bondowoso." *Jember: UIN KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ*, 2024.
- Alandri, Sheila Khairana, and Verinita Verinita. "Sharia Hotel Concept and Customer Value Effect on Customer Satisfaction." *IJBE (Integrated Journal of Business and Economics)* 3, no. 2 (2019): 2. <https://doi.org/10.33019/ijbe.v3i2.175>.
- Al-Asqalani, Al-Hafiz Ibnu Hajar. *Bulughul Maram*. terj. Fahmi Aziz dan Rohidin ahid. Pustaka Al-Kautsar, 2015.
- Albanjari, Fatkhur Rohman. "Strategi Pemasaran Syariah Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan (Studi Pada Ud. Sari Murni / Jenang Tradisional Lasimun Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung)." *Iqtisadie: Journal Of Islamic Banking And Shariah Economy*, 2, vol. 2 (August 2022). <https://doi.org/10.36781/iqtisadie.v2i2.274>.
- Alimin, Erina, Eddy Eddy, Diana Afriani, et al. *Manajemen Pemasaran: Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern*. 1st ed. Seval Literindo Kreasi, 2022.
- Amiroh, Iklila, Dita Rahmi, Errica Dwitanti, and Bambang Supeno. "STRATEGI BAURAN PEMASARAN UNTUK BISNIS JASA: BIBLIOMETRIK ANALISIS." *JURNAL ILMIAH EDUNOMIKA* 6, no. 2 (2022). <https://doi.org/10.29040/jie.v6i2.5356>.
- Anastasia, Mahilda, and Renny Oktafia. "Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Kerupuk Desa Tlasi Tulangan Sidoarjo." *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* 4, no. 2 (2021): 431–44. [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(2\).7773](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(2).7773).
- Ariasih, Made Putri, Muhammad Subhan Iswahyudi, Scherly Hansopaheluwakan, et al. *MARKETING MANAGEMENT : Best Strategies and Practices*. 1st ed. PT. Green Pustaka Indonesia, 2023.

- Arif, Hery Maulana. "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Penerimaan Mahasiswa Baru (Studi Pada Magister Sains Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin)." Masters thesis, Universitas Hasanuddin, 2023.
<https://repository.unhas.ac.id/id/eprint/26653/>.
- Arif, Muhammad. *Filsafat Ekonomi Islam*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2018.
- Arifin, Anwar. *Dakwah kontemporer: sebuah studi komunikasi*. Graha Ilmu, 2011.
- Asnawi, Nur, and Muhammad Asnan Fanani. *Pemasaran Syariah Teori, Filosofi & Isu-Isu Kontemporer*. 1st ed. 1. Rajawali Pers, 2017. Jakarta.
[//feb.library.unja.ac.id%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D759%26keywords%3D](http://feb.library.unja.ac.id%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D759%26keywords%3D).
- Assauri, Sofjan. *Manajemen pemasaran: dasar, konsep dan strategi*. Raja Grafindo Persada, 2007.
- Astuti, Yuliana Isna Sri, and Icha Rastika. "Kekhawatiran PHK Di Tengah Okupansi Hotel Bangkalan Yang Merosot." August 25, 2025.
<https://surabaya.kompas.com/read/2025/05/28/204910478/kekhawatiran-phk-di-tengah-okupansi-hotel-bangkalan-yang-merosot>.
- Badan Pusat Statistik. "Tingkat Penghunian Kamar di hotel bintang mengalami penurunan dari 48,38 persen pada Januari 2025 menjadi 47,21 persen pada Februari 2025, turun 1,17 poin (m-to-m)." April 8, 2025.
<https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2025/04/08/2421/tingkat-penghunian-kamar-di-hotel-bintang-mengalami-penurunan-dari-48-38-persen-pada-januari-2025-menjadi-47-21-persen-pada-februari-2025-turun-1-17-poin--m-to-m--.html>.
- Cheong, He-in, Agnieszka Lyons, Robert Houghton, and Arnab Majumdar. "Secondary Qualitative Research Methodology Using Online Data within the Context of Social Sciences." *International Journal of Qualitative Methods* 22 (October 2023): 16094069231180160.
<https://doi.org/10.1177/16094069231180160>.
- Churchill, Gilbert A. *Dasar-dasar Riset Pemasaran*. 4th ed. 1. Erlangga, 2005.
- Djunaid, Ika Suryono. "Analisa Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Jasa Penginapan Berbasis Syariah Di Hotel Sofyan Inn Srigunting Bogor." *Journal FAME: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services* 1, no. 1 (2018): 1.
<https://doi.org/10.30813/fame.v1i1.1329>.

- Fadhilah, Ana. "Strategi pemasaran untuk meningkatkan tingkat hunian kamar Hotel Di Hotel Namira Syariah Pekalongan." Undergraduate_thesis, IAIN Pekalongan, 2019. <http://perpustakaan.iainpekalongan.ac.id>.
- Fatoni, Siti Nur. *Pengantar Ilmu Ekonomi Dilengkapi Dasar-Dasar Ekonomi Islam*. Pustaka Setia, 2014. Bandung.
[//opac.uma.ac.id/index.php?p=show_detail&id=18499](http://opac.uma.ac.id/index.php?p=show_detail&id=18499).
- Fauzian, Rizkie. "Sektor Perhotelan Indonesia Cari Nafas Baru di Semester Kedua 2025." medcom.id, September 19, 2025.
<https://www.medcom.id/properti/news-properti/Wb7Q5J2K-sektor-perhotelan-indonesia-cari-nafas-baru-di-semester-kedua-2025>.
- Floren, Jessen. "Islamic Marketing and Consumer Behaviour: A Systematic Literature Review." *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 6 (2019): 1557–78.
<https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2019-0100>.
- Fuad, Muhammad, Christin, Nurlela, Sugiarto, and Paulus. *Pengantar Bisnis*. 5th ed. Gramedia Pustaka Utama, 2016.
- Hana, Ubaid Aisyul. "Konsep Hotel Syariah Dan Implementasinya Di Namira Hotel Surabaya." Masters Thesis, UIN Sunan Ampel, 2018.
<http://digilib.uinsa.ac.id/26620/>.
- Handayani, Tati, and Muhammad Anwar Fathoni. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*. cet. 1. Deepublish Publisher, 2020.
<https://repository.deepublish.com/publications/590740/>.
- Hasan, Ali. *Tourism Marketing*. 1st ed. Media Pressindo, 2015.
- Hasan, Mahamudul. "Social Marketing: An Islamic Perspective." *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 4 (2019): 863–81. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2016-0105>.
- Hashim, Nurhazirah, and Muhammad Iskandar Hamzah. "7P's: A Literature Review of Islamic Marketing and Contemporary Marketing Mix." *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 4th International Conference on Marketing and Retailing 2013, INCOMaR 2013, vol. 130 (May 2014): 155–59.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.019>.
- Huda, Nurul, Khamim Hudori, Rizal Fahlevi, Badrusa'diyah, Dea Mazaya, and Dian Sugiarti. *Pemasaran Syariah: Terori & Aplikasi*. Kencana, 2017.

Izza, Muh. "Penerapan Manajemen Hotel Syariah Dengan Pendekatan Maqasid as-Syariah." *Al Tijarah* 4, no. 1 (2018): 19.
<https://doi.org/10.21111/tijarah.v4i1.2370>.

Kasali, Rhenald. *Membidik pasar Indonesia: segmentasi, targeting, dan positioning*. 8th ed. Gramedia Pustaka Utama, 2007.

Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. Pearson Prentice Hall, 2009.

Mardani. *Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia*. 1st ed. Refika Aditama, 2011. Bandung.
[//opac.syekhnurjati.ac.id%2Fperpuspusat%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D42651](http://opac.syekhnurjati.ac.id%2Fperpuspusat%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D42651).

Mariyani, Mariyani. "Seni Mengelola Data: Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber Dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial." *Jurnal Kajian, Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan Sejarah* 5, no. 2 (2020): 146–50.
<https://doi.org/10.31764/HISTORIS.VXIY.3432>.

Ma'ruf, Jasman J. *Manajemen Pemasaran Perspektif Indonesia*. 1st ed. USK Press, 2025.

McNamara, Hannah. *Niche Marketing for Coaches*. Thorogood Publishing, 2012.

Miles, Matthew B., and A. Michael Huberman. *Analisis data kualitatif: buku sumber tentang metode-metode baru*. UIP, 1992.

Moleong, Lexy J. Surjaman. *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya, 2014. Bandung.
[//lib.unj.ac.id%2Fslims2%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D1832](http://lib.unj.ac.id%2Fslims2%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D1832).

Mugiyati. "Hak Pemanfaatan Sumber Daya Alam Perspektif Hukum Islam." *Al-Jinayah Jurnal Hukum Pidana Islam* 2, no. 2 (2025): 440–71.
<https://doi.org/10.15642/aj.2016.2.2.440-471>.

Mujito. *Riset Pemasaran: Memahami Pasar dan Konsumen dengan Data*. 1st ed. Wawasan Ilmu, 2024.

Mujito, Hari Muharam, and Dasmansyah Adyas. *MANAJEMEN PEMASARAN: Sebuah Pengantar Untuk Pemula*. 1st ed. EDU PUBLISHER, 2023.

- Nabila, Ayu Putri. "Strategi Pemasaran Hotel Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Dengan Menggunakan Pendekatan Maqasid Syariah (Studi Pada Hotel Syariah Depati Cupli Kota Bengkulu)." Skripsi, IAIN Bengkulu, 2021. <http://repository.iainbengkulu.ac.id/6744/>.
- Nandy. *Strategi Pemasaran: Pengertian, Fungsi, Tujuan, dan Contohnya*. n.d. Accessed October 12, 2025. <https://www.gramedia.com/literasi/strategi-pemasaran/>.
- Nurcholifah, Ita. "STRATEGI MARKETING MIX DALAM PERSPEKTIF SYARIAH." *Khatulistiwa* 4, no. 1 (2014). <https://doi.org/10.24260/khatulistiwa.v4i1.230>.
- Oei, Istijanto. *63 kasus pemasaran terkini Indonesia: membedah strategi dan taktik pemasaran baru*. Elex Media Komputindo, 2008.
- Parakkasi, Idris. *Pemasaran Syariah Era Digital*. 1st ed. Penerbit Lindan Bestari, 2020.
- Pratama, Wildan. *PHRI Catat Okupansi Hotel Jatim Menurun Jadi 70 Persen saat Libur Lebaran 2025*. September 4, 2025. <https://www.suarasurabaya.net/ekonomibisnis/2025/phri-catat-okupansi-hotel-jatim-menurun-jadi-70-persen-saat-libur-lebaran-2025/>.
- Pratiwi, Ratih, and Moh Irfan Latif. "Sharia Marketing Mix Terhadap Minat Menginap Kembali Di Hotel Grasia Semarang." *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 8, no. 1 (2020): 1. <https://doi.org/10.35829/magisma.v8i1.129>.
- Purwanto, Edy, and Hetti Mulyaningsih. "Agensi Kelembagaan Modal Sosial Dalam Tata Kelola Wisata Bahari di Pantai Martajasah, Kabupaten Bangkalan, Jawa Timur." *Indonesian Journal of Tourism and Leisure* 5, no. 2 (2024): 107–22. <https://doi.org/10.36256/ijtl.v5i2.408>.
- Rafi'udin, and Maman Abdul Djaliel. *Prinsip Dan Strategi Dakwah*. CV Pustaka Setia, 2001. [//opac2.iainkediri.ac.id%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D15644%26keywords%3D](http://opac2.iainkediri.ac.id%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D15644%26keywords%3D).
- Rahmat, Reny Maulidia. "Analisis Strategi Pemasaran Pada PT. Koko Jaya Prima Makassar." *Universitas Hasanuddin Makassar*, Skripsi, 2012. https://www.academia.edu/12810410/LEMBARAN_PENGESAHAN_ANALISIS_STRATEGI_PEMASARAN_PADA_PT_KOKO_JAYA_PRIMA_MAKASSAR.

Ramdan, Asep Muhamad, Leonita Siwiyanti, Kokom Komariah, and Euis Saribanon. *Manajemen Pemasaran*. 1st ed. Penerbit Widina, 2023.

Rangkuti, Freddy. *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama, 2006.

Rivai, Veithzal. *Islamic Business And Economic Ethic : Mengacu Pada Al-Qur`an Dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW Dalam Bisnis, Keuangan, Dan Ekonomi*. 1st ed. BUMI AKSARA, 2012.

Sari, Indra Anjang, Harsuko Riniwati, and Nuddin Harahab. "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. HATNI (Hasil Alam Tani Nelayan Indonesia) Di Desa Tlogosadang Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan Jawa Timur." *ECSoFiM (Economic and Social of Fisheries and Marine Journal)*, Journal, vol. 3, no. 1 (2015).
<https://ecsofim.ub.ac.id/index.php/ecsofim/article/view/25>.

Shinta, Agustina. *Manajemen Pemasaran*. 1st ed. UB Press, 2011.

Solihin, Ismail. "Manajemen Strategik." Accessed January 23, 2025.
<https://inlislite.kalteng.go.id/opac/detail-opac?id=11062>.

Stanton, William J., Michael J. Etzel, and Bruce J. Walker. *Fundamentals of Marketing*. McGraw-Hill, 1990.

Sugiyono, Prof Dr. "Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D." *Penerbit CV. Alfabeta: Bandung* 225, no. 87 (2017): 48–61.

Sunyoto, Danang. *Strategi Pemasaran*. Media Pressindo, 2015.

Syaikhoni, Achmad Fauzan. "Mengenal Lingkungan Eksternal Perusahaan Dan Contohnya." *Manajemen. Management; Bisnis*, December 2, 2024.
<https://www.bee.id/blog/lingkungan-eksternal-perusahaan/>.

Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran, Prinsip Dan Penerapan*. Andi Offset, 2020.

Triton. "Marketing Strategic Meningkatkan Pangsa Pasar Dan Daya Saing." 2008.
<https://elibrary.bsi.ac.id/readbook/204344/marketing-strategic-meningkatkan-pangsa-pasar-dan-daya-saing>.

Werdani, Riandhita Eri, Nurul Imani Kurniawati, and Mashudi. *Strategi Pemasaran: Strategi Membangun Bisnis dengan Berfokus pada Strategi Segmenting*,

Targeting, Positioning (STP) serta Bauran Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Penerbit Pustaka Rumah C1nta, 2022.

Widari, Dewa Ayu Diyah Sri, Keddy Febriza, and I. Nengah Subadra. "Implementasi Strategi Dan Bauran Pemasaran Di Hotel Novotel Lampung." *Journal of Tourism and Interdisciplinary Studies* 4, no. 2 (2024): 167–79.
<https://doi.org/10.51713/jotis.2024.4251>.

Zeithaml, Valarie A., Mary Jo Bitner, and Dwayne D. Gremler. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill Irwin, 2009.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A