

## DAFTAR PUSTAKA

- Afiatin, B. A. (2016). Konsep Diri, Harga Diri, Dan Kepercayaan Diri Sendiri. *Jurnal Psikologi*.
- Alam, D. W. (2023). *Sosial Media dan Strategi Pemasaran*. Mega Press Nusantara.
- Annur, C. M. (2023, December 7). *Tingkat Penghunian Kamar Hotel Bintang di Indonesia (Januari 2020-Oktober 2023)*. Retrieved from databoks.katadata.co.id web site: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/12/07/tingkat-hunian-hotel-bintang-indonesia-hanya-naik-tipis-pada-oktober-2023>
- Armstrong, G. A. (2018). *Principles of Marketing 7th edition*.
- BMW, L. (2024). Cara Menyiasati Persaingan di Industri Perhotelan. *Artikel Hotel*.
- Fawzi, D. M. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Firmansyah, S. M. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pauruan, Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Grandkemang. (2024). *grandkemang jakarta*. Retrieved from grandkemang.com web site: <https://grandkemang.com/id/>
- Harefa, N. H. (2022). ANALISIS STRATEGI BERSAING HOTEL SOLIGA DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN INDUSTRI PERHOTELAN DI KOTA GUNUNGSITOLI, SUMATERA UTARA. *Journal of Business Administration (JBA): Entrepreneurship and Creative Industry*, 1-12.
- Helianthusonfri, J. (2018). *Tools for Social Media Marketing*. Elex Media Komputindo.
- JDIH. (2024). *JDIH Ministry of Tourism and Creative Economy*. Retrieved from [jdih.kemendparekraf.go.id](https://jdih.kemendparekraf.go.id) web site: <https://jdih.kemendparekraf.go.id/en>
- Keller, P. K. (2016). *Marketing Management Global Edition*. Pearson Education Limited.
- Kotler. (2019). *Marketing Management*. Pearson UK.

- Maritim, J. (2024). *Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 tentang Standar Usaha Hotel*. Retrieved from [jdih.maritim.go.id](http://jdih.maritim.go.id) web site:  
<https://jdih.maritim.go.id/permenparekraf-no-pm53-tahun-2013>
- Maslow, A. H. (2020). *A Theory of Human Motivation*. Blurb, Incorporated.
- Muchlis, A. F. (2016). Persepsi Kriteria Kenyamanan Rumah Tinggal. *TEMU ILMIAH IPLBI*, 1-6.
- Pappas, C. (2015). *The Impact Of Maslow's Hierarchy Of Needs In eLearning*. ELearning Industry.
- Reddi, C. N. (2019). *Effective Public Relation and Media Strategi 3rd Edition*. Delhi: PHI Learning Pvt. Ltd.
- Sachs, H. (2020). *The Tiers Of Maslow's Hierarchy Of Needs, How Maslow's Hierarchy Of Needs Theory Is Relevant To The Workplace Environment, And How Maslow's Hierarchy Of Needs Can Impact An Individual's Life*. US: Amazon Digital Services LLC - KDP Print US.
- Setiadi, A. (2016). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK EFEKTIFITAS KOMUNIKASI . *AMIK BSI Karawang*.
- Syahriani, D. (2018). HUBUNGAN KOMUNIKASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DENGAN REPUTASI PERUSAHAAN . *Jurnal Komunikasi Pembangunan , Volume 16, No. 1, 4-7*.
- Tangduil, S. V. (2023). Pemenuhan Kebutuhan Penghargaan Diri Menurut Teori Maslow dan Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan Diri Orang Dewasa Awal. *Jurnal Teologi dan Pendidikan Agama Kristen*, 1-9.
- Widyastuti, D. A. (2017). Analisis Personal Branding Di Media Sosial (Studi Kasus Personal Branding Sha'an D'antes Di Instagram). *Jurnal inovasi*, 11(1), 1 - 16.