# DAFTAR PUSTAKA

Abzari, Ghassemi, & Vosta. (2014). Analysing the effect of social media on brand attitude and purchaseintention: the case of Iran Khodro company. *Social and Behavioral Sciences*, 822 – 82.

Adi, & Riyanto. (2010). *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum.* Jakarta: Granit.

Agus Sugiarto, & Teguh Wahyono. (2002). *Manajemen Kearsipan Modern.* Yogyakarta: Grava Media.

Ahmad Syafii, Mira Hastin, & Salmiah. (2020). *Ekonomi Mikro.* Yayasan kita Menulis: Cetakan Pertama.

Amstrong, Gary, Philip, & Kotler. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Vol. Jilid I). Jakarta: Prenhalindo.

Arikunto. (2008). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek.* Jakarta: Rineka Cipta.

Assauri, & Sofjan. (2012). *Managemen Pemasaran.* Jakarta: PT Raja Grapindo.

Ayu. (2016). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.

Ayu Lestari, & Melisa Zuriani Hasibuan. (2021). PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMAHAN SUBSIDI MULIA GARDEN (STUDI KASUS PERUMAHAN SUBSIDI MULIA GARDEN DESA NAGA REJO). *Jurnal Mutiara Manajemen, Volume 6 Nomor 1*.

Azizah, & Luluk Nur. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Pendapatan, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Permintaan Rumah Subsidi (Studi Kasus Planet Green Tambora Lamongan). *Media Mahardhika*, Vol. 17, No. 3. 444-450.

Bennan, & Evans. (2016). The influence of eWOM in social media on consumers’ purchase intentions: An extended approach to information adoption. *Computers in Human Behavior*, 1-9.

Berry HL, & Kidd MJ. . (2009). Primary care responses to climate change. *Berry HL, Kidd MJ. Primary care responses to climate change. In: Moss J, ed. 5. Climate Change and Social Justice. Melbourne*.

Buchari, & Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa.* Bandung: Alfabeta.

Carswell, A.T. (2012). *The Encyclopedia off Housing* (Vol. Edisi 2). London: SAGE.

Chaffey D. (2009). *Strateg, Implementation and Practic.* United State: Prentice Hall.

Daniel, & Moehar. (2002). *Metode Penelitian Sosial Ekonomi.* Jakarta: Bumi Aksara.

Darmawan, & Deni. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif.* Bandung: Rosdakarya.

Dian Febrina. (2021). PENGARUH PROMOSI DAN FASILITAS TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN. *Eko dan Bisnis (Riau Economics and Business Review), Volume 12, Nomor 4*.

Dianawati. (2007). *Rahasia Sukses Menjadi Jutawan.* Jakarta : Media Kita.

Drabkin. (1980). *Land Policy and Urban Growth.* Oxford: : Pegamon Press.

E. S., Idahwati, & M. G. (2022). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PERUMAHAN SILANGIT RESIDENCE PADA PT. ALGA SEMPURNA MANDIRI. *Jurnal TEKESNOS, Vol 4 No. 1*.

Fadila, & Lestari. (2013). *Perilaku Konsumen.* Palembang: Citra Books Indonesia.

Firza Oktavia Nurul Kumala, & M. A. (2020). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMAHAN PT.HASANAH MULIA INVESTAMA. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 26-39.

Gaspersz. (2011). *Total Quality Management (untuk Praktisi Bisnis dan Industri).* Jakarta: Penebar Swadaya.

Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, & Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Vol. Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gilarso. (2001). *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro.* Yogyakarta: Kanisius.

Gilarso. (2007). *Pengantar ekonomi Makro* (Vol. Edisi Pertama). Yogyakarta: IKAPI.

Hadija, Nuriatullah, & Nurfitriani. (2019). Pengaruh Religiusitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BRI Syariah Dalam Transaksi Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Syariah. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah, Vol. 1 No. 2*.

Hakim, & Mukti. (2021). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Buah Jeruk Impor pada Tingkat Konsumen ddi Kota Binjai* (Vols. Vol. 9, No. 2. 62-66). Binjai.

Haromain, & Suprihhadi. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan di AHASS Z618. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 5 : 4-17.

Hermawan. (2012). *Komunikasi Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.

Imam, & Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Iskandar. (2018). Metodologi Peneltian Pendidikan dan Sosial. (Kualitatif dan Kuantitatif).

Iskandar, & Utami. (2018). Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Murah di Hadrah Property. *Jurnal Ilmu Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol 2, No. 1: 129-141.

Isye R. A. Lolowang. (2019). Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen, Vol 7, No.1*.

Jamiati KN, Aminah Swarnawati, & Velda Ardia. (2022). Pelatihan Penggunaan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Bagi Kelompok Wanita Tani Perumahan Puri Pamulang di Era Pandemic. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*.

Jumriyanor, & Rusdiansyah. (2020). Pengaruh Harga, Fasilitas, Pengeluaran Konsumen, Dan Anggota Jumlah. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan, Vol. 3 No. 1*, 243-257.

Khaira, & Mutiah. (2018). Pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Pendapatan terhadap Permintaan Rumah Syariah di Kota Medan. *APPPTMA*, 1-8.

Kharisma, dkk. (2016). *Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial oleh Kementrian Pariwisata RI.* Bandung.

Kinnear, T.C, & J. R. Taylor. (2018). *Riset Pemasaran (Terjemahan oleh Thamrin).* Jakarta: Erlangga.

Kotler. (2007). *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: PT Indeks.

Kotler, Philip, & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas* (Vols. Edisi Ke-13. Jilid 1). Jakarta: Erlangga.

Kotller, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.

Kottler, & Amstrong. (2018). *Prinsip-Prinsip Marketing* (Vol. Edisi 7). Jakarta: Salemba Empat.

Kottler, & Keller. (2016). *Management pemasaran* (Vol. Jilid 1). Jakarta: Erlangga.

Kottler, & Philip. (2005). *Manajamen Pemasaran* (Vol. Edisi Keduabelas). Jakarta: Indeks.

lskandar. (2018). *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial.* Jakarta: GP Press.

Lucyantoro, & Rachmansyah. (2018). Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya). *Jurnal Ekonomika*, 38-54.

Lumentut, Faris L., Palandeng, & Indrie D. (2014). Fasilitas, Service scape, danKualitas Pelayanan, Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen Mcdonald’s Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis danAkuntansi*, Volume 2, Nomor 3 (hlm. 126-136).

Lupiyoadi, & Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa, Salemba Empat.* Jakarta: Salemba Empat.

Mahardini, Ismi, & Nenik Woyanti. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Pendapatan, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Permintaan Rumah Sederhana (Studi Kasus Perumahan Puri Dinar Mas Semarang). *Diponegoro Journal Of Economics*, Vol. 1, No. 1. 1-11.

Manulang. (2008). Pengantar Bisnis. *Universitas Gajah Mada*, Edisi 1.

Mila Merriment Bagau, Futri Destiani Faradilah, & Leonardo Nelson Makai. (2022). Analisis strategi pemasaran perumahan panorama hill Sumedang. *: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, Vol 1 No 3*.

Moch. Shohib. (2022). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK PERUMAHAN. *Jurnal MANOVA, Volume V Nomor 1*.

Mustan, & Nizar Hamdi. (2021). Peranan Strategi Marketing Guna Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Master Gift Box Malang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol.1, No.1. 21-30.

Nadya, & Maulita. (2020). Analisi Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada UMKM Griya Manik di Desa Plumbon Jombang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, Vol.1, No. 1. 21-30.

Nana, & Ibrahim. (2004). *Penelitian dan Penilaian Pendidikan.* Bandung: Sinar Baru Algesindo.

Noor, & Zulki Zulkifli. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatiff dan Kuantitatif.* Jakarta: CV Budi Utama.

P. R. (2015). Teori Ekonomi Mikro Suatu Pengantar. *Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia*, Edisi Ketiga.

Philip, & Kotler. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium* (Vol. Jilid 2). Jakarta: PT PrenhallIndo.

Pride, & Ferrel. (2005). *Pemasaran : Teori dan Praktek Sehari-hari.* Jakarta: Banarupa Aksara.

Pulunngan, & Nursani. (2014). *Analisis Pilihan (Preferensi) Masyarakat terhadap Permintaan Helm di Kota Pekanbaru* (Vols. Vol. 1, No. 2. 1-15). Pekanbaru: JOM FEKON.

Raharjani J. (2005). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus Pada Pasar Swalayan Di Kawasan Seputar Simpang Lima Semarang). *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*, Vol. 2, No.1.

Rany Sugianto, & Sugianta Ovinus Ginting. (2020). ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, LOKASI, FASILITAS DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH PADA PERUMAHAN MEDAN RESORT CITY. *| Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil : JWEM, Volume 10, Nomor 01*.

Ridwan Sanjaya, & Josua Tarigan. (2009). *Metode – metode Penelitian Kualitataif, Jenis Karakteristik dan Keunggulannya.* Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

Robert. (2014). *Mikro Ekonomi.* Jakarta: Erlangga.

S. S., & Sugiyanto. (2022). Pengaruh Promosi, Lokasi, Kualitas Bangunan Terhadap Minat Beli Pada Perumahan Annieland Cisoka Tangerang. *SINOMIKA JOURNAL, VOLUME 1 NO.3*.

S. Y. (1991). *Rumah Untuk Seluruh Rakyat.* Jakarta: INKOPPOL.

Sam. (2012). *Pengertian Fasilitas Belajar.* Jakarta: PT Rineka Cipta.

Sanjaya, & Tarigan. (2009). *Creative Digital Marketing.* Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Sari Wiyanti, Stevanus, Dwi Ayu Widyaningrum, Muhammad Syadan Farizi, Billy Lorenzo, & Billy Lorenzo Kurniawan. (2023). Pengaruh Harga Paket Produk, Suasana Kafe Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Kafe Belikopi Kota Tegal. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*.

Sarwono, & Jonathan. (2020). *Metode Penelitian: Kuantitatif dan Kualitatif.* Yogyakarta: Candi Gebang Permai.

Siahaan, & Alfionita M. (2015). *Analisis Permintaan Masyarakat Terhadap Produk Kosmetik Oriflame di Kota Pekanbaru* (Vols. Vol 2, No. 2: 1-11). Pekanbaru: JOM FEKON.

Sianturi, & Charles. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Lahan di PT. Kawasan Industri Modern (Persero) Medan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*, Vol. 1, No. 2. 205-224.

Simamora. (2001). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Provitabel.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Simamora. (2004). *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Yogyakarta: STIE YKPN.

Snyder. (1989). *Perencanaan Kota.* Jakarta: Erlangga.

Soeharno. (2019). *Teori Mikro Ekonomi.* Yogyakarta: Andi Offset.

Stantaon, & F. M. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy).* Surabaya: Qiara Media.

Sugiarto. (2005). *Manajemen Kearsipan.* Yogyakarta: Gava Media.

Sugiono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi.* Bandung: ALFABETA.

Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung: ALFABET.

Sugiyono. (2012). Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods).* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: ALFABETA.

Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS.* Yogyakarta: Andi Offset.

Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis.* Yogyakarta: Penerbit Andi.

Surya Bentarti, Dea Aryandhana Mulyana Haris, & , Refangi Hidayatullah. (2021). Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Masyarakat Terhadap. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa, Vol. 06 No. 02*.

Tanjung, Samsidar, Hanafi, & Mariyatul. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Volume Penjualan di Toko UD. Maya Gunung Tua Kecamatan Padang Bolak Kabupaten Padang Lawas Utara. *Jurnal Misi Institut Pendidikan Tapanuli Selatan*, Vol. 4, No. 3, 115-121.

Tjiptono. (2017). *Pemasaran jasa.* Jakarta: Banyumedia Publishing.

Tjiptono, & Chandra. (2012). *Service, Quality Satisfaction.* Jogjakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy, & Gregorius Chandra. (2015). *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: Andi Offset.

Verli Putri Oktaviani, Rahayu Puji Suci, Zulkifli, & Adya Hermawati. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Customer Trust Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Konsumen Perumahan Graha Singhajaya). *Journal of Innovation Research and Knowledge*.

Vivi Devianti, I Ketut Surabagiarta, & Suharyanto. (2022). Pengaruh Harga, Lokasi dan Pendapatan terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Sustainability Business Research, Vol 3 No 2* .

Windarti, & Ibrahim. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas. *Jom FISIP, Volume 4 No. 2*, pp. 1–10.

Wong, & Grace. (2002). A Conceptual Model of the Household’s Housing Decision-Making Process: The Economic Perspective. *Review of Urban and Regional Development Studies*, Vol. 14, No. 3. 217-234.

Y. N. (2012). Digital Marketing Strategies that Millennials Find Appealing, Motivating, or Just Annoying. *Journal of Strategic Marketing*, 489-499.

Yolanda, Felicia, & Dwiridhotjahjono. (2021). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan pada Antenna HDF Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol.16, No. 1. 231-239.