

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Abdullah, T. (2018). *Manajemen pemasaran* (p. 7). Rajawali Press.
- Arikunto, S. (2001). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen pemasaran*. Rajawali Press.
- Diana, F. T. A. (2020). *Pemasaran*. ANDI.
- Fahmi, I. (2019). *Pengantar administrasi bisnis*. Alfabeta.
- Ghozalli, I. (2018). *Penelitian Kuantitatif*. Yoga Pratama.
<https://www.jopglass.com/penelitian-kuantitatif/>
- Kamaluddin, A. (2017). *Administrasi bisnis*. CV SAH MEDIA.
- Kotler, K. (2016). *Philip Kotler, Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1* (p. 6).
- Laksana, F. (2019). *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. In *Graha Ilmu* (p. 208). CV. Alfath Zumar. <http://grahailmu.co.id/previewpdf/978-979-756-346-2-385.pdf>
- Malau, H. (2018). *Manajemen Pemasaran teori dan praktik*. Alfabeta.
- Ngatno. (2018). *Manajemen Pemasaran*. EF Press Digimedia.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi pemasaran*. Prenamedia.
- Priyatno, D. (2013). *panduan praktis olah data SPSS*. Indonesia Tera.
- Rachmat, Z. (2022). *Administrasi Bisnis*. PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Rakhman, A. (2018). *Dasar-Dasar Marketing* (p. 260). Anak Hebat Indonesia.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian.pdf* (p. 46). Surabaya.
- Sugiyono. (n.d.). *Metode Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017a). *metode kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017b). *prof. dr. sugiyono, metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d. intro (PDFDrive).pdf*. In *Bandung Alf* (p. 143). Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *metode penelitian kuantitatif kualitatif*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku konsumen dan pemasaran* (p. 248). CAPS.
- Swastha, B. (2018). *Manajemen Penjualan*. BPFE-YOGYAKARTA.
- Swastha dan Irawan, B. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. In *Liberty, Yogyakarta*
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi Ketiga*. In 3 (p. 43).

Tjiptono, F. (2019). Strategi pemasaran. In *Strategi Pemasaran* (p. 101). CV. ANDI OFFSET.

Warnadi & Aris Triyono. (2019). *Manajemen pemasaran*. Deepublish.

Widjaja, A. P. (2018). *9 Rahasia membangun kekayaan melalui properti di zaman digital*.

Sumber Jurnal :

Afifi, G. R. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Narapidana Lembaga Pemasarakatan Kelas 1 Cirebon (Pas Mart). *PROMOSI (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 8(1), 9–17. <https://doi.org/10.24127/pro.v8i1.2859>

Anim, A., & Indiani, N. L. P. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kembali (Studi Kasus Pada Start Up Coffee Renon Denpasar). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 99–108. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2432>

Arizandiah, R. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi dalam meningkatkan volume penjualan tanah kavling pada PT. Laris Abadi Indonesia. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.

Bank For International Settlements. (2022). *Indeks harga properti amerika*. www.ceicdata.com

BI, B. I. (2022). *Survei Harga Properti Residensial Tw-Iii*. 2022(Tabel 3), 1–1.

Desiaty. (2017). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Pt. Columbia Kotamobagu. *Jurnal Administrasi Bisnis UNSRAT*.

Hermawan, F. T. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Motor Honda Di Komplek Graha Indah Bekasi. *STIE Indonesia*, 53(9), 1689–1699.

J, J. (2021). Pengaruh Profitabilitas Dan Tingkat Pertumbuhan Penjualan Terhadap Struktur Modal Pada Pt.Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan. *Kumpulan Jurnal Dosen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*, 2(1), 1–21.

Maryati, E., & Siswanti, T. (2022). 66-134-1-Sm. *JIMA Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi, VOL.2, NO(1)*, 22–31. <file:///C:/Users/Asus/Downloads/66-134-1-SM.pdf>

Njoto, D. P., & Sienatra, K. B. (2019). Pengaruh advertising, sales promotion, dan personal selling terhadap keputusan pembelian konsumen Wenak Tok. *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wenak Tok*, 9–25.

Pasaribu, R. F. A., Sianipar, I. L., Siagian, Y. F., & Sartika, V. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Soyjoy Pt. Amerta Indah Otsuka Kota Medan. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 45–52.

<https://www.ejournal.lmiimedan.net/index.php/jm/article/view/52>

- Rafsyantani, M. (2016). Analisis Implementasi Strategi Pemasaran Produk Perumahan Panam Permata Residence Pada PT. Hari Sejahtera Abadi. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <http://arxiv.org/abs/1011.1669%0Ahttp://dx.doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Sri Wdyanti Hastuti, M. A., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99–102. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v8i2.622>
- Suharsono, R. S., & Sari, R. P. (2019). Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 1(2), 41. <https://doi.org/10.47201/jamin.v1i2.28>
- Waruwu, K., Yunita, M., Yudhira, A., & Tampubolon, D. (2021). Pengaruh Harga Produk dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Batik Pada BT Batik Trusmi Medan. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(2), 394–404. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v9i2.314>
- Wislaturochmah, A. (2018). *Implementasi bauran promosi (promotion mix) untuk meningkatkan volume penjualan pada Syariah Radho Hotel Malang*. <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/11460>
- Zahro', S. L., & Firmansyah, F. (2019). Implementasi Bauran Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Bangunan Tunggal Tata di Tuban Jawa Timur. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 2(1), 77. <https://doi.org/10.47201/jamin.v2i1.34>