

DAFTAR PUSTAKA

- Adolph, R. (2019). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi Media Sosial dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah (Studi pada Perumahan Graha Estetika Semarang). *Jurnal Ilmiah Telaah Manajemen*, 6(2), 159–169..
- Ariyanti. (2024). Manajemen, Pengertian Manajemen, Fungsi, dan Jenis Keilmuan yang Harus Kamu Tahu. Cermati.Com.
- Arnida, A., Meda, T., & Sabridah. (2023). Analisis Hubungan Kualitas Produk, Pelayanan, dan Promosi Terhadap Persepsi Harga (Studi Kasus Pada Penghuni Perumahan Griya Pasir Putih Mas Pekanbaru). *AkMen JURNAL ILMIAH*.
- Asral, & Sellina, S. (2023). Jurnal Mirai Management Pengaruh Social Media Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Perumahan Subsidi (Studi Empiris Pada PT. Sarana Bumi Sentosa di Kabupaten Bekasi). *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 321–335.
- Awalia, A. N., Dipatmodjo, T. S. P., & Haeruddin, M. I. W. (2025). Implementasi Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Rumah Kuning Kecamatan Sinjai Barat. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Ekonomi*, 3(1), 81–92.
- Derioktajaya, H., & Indriani, F. (2025). Analysis Of The Influence Of Location , Price Perception , Product Quality And Promotion Of The Purchase Decision (A Study On Pt . Adhi Persada Properti). 2(2), 720–734.
- Erpurini, M. & M. dalam W. (2022). Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen). Cv Budi Utama, 5 No.(september), 5–299.
- Farhat, L., & Marnas, M. (2022). Analisis Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Harga dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Properti (Studi Kasus pada Perumahan Citra Raya City Jambi). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1), 364.
- Fermayani, R., Indrayani, T. I., Egim, A. S., & Darwis, I. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Media Sosial, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Perumahan Griya Wanayu. *Jurnal Menara Ekonomi : Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 10(1), 96–105.
- Firmansyah, A dan Mahardika, B. (2020). Pengantar Manajemen. Yogyakarta: Deepublish.5–6.
- George R. Terry. (2020). *Dasar-Dasar Manajemen* (Edisi Revisi). Jakarta: Bumi Aksara. ISBN: 978-602-444-485-3..

- Godey, B., Manthioua, A., Pederzoli, D., Rokka, J., Aiello, G., Donvito, R and Singh, R. 2016. *Social media marketing efforts of luxury brands: Influence on brand equity and consumer behaviour*. *Journal of Business Research* 69 (12):5833–584. Gommans.
- Kurniadi, H., & Keni, K. (2023). Pengaruh Trust, Product Quality, Desain Produk, dan Time Delivery Terhadap Kepuasan Konsumen Properti di Kota Tangerang. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(1), 199–212
- Hayati, A. N., & Haryanti, T. (2022). Pengaruh Online Consumer Review (OCR), Persepsi Harga Serta Aksesibilitas Terhadap Keputusan Pembelian Property di Boyolali. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 1(4), 190–202.
- Hidayati, N. (2021). Peran Marketing Mix 3P (People, Process, Phisycal Evidence) dalam Keputusan Orangtua Memilih Man 2 Kuningan. *Eduvis: Jurnal Manajemen*, 6(1), 20–36.
- Ismail, M. R., Sugiati, M. A., & Suhendra, A. A. (2025). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Purchase Intention Dengan Mediasi Trust Dan Purchase Value Pada Konsumen Produk Furnitur Di Indonesia *Jurnal Niara*, 17(3), 214–229.
- Jumlah Penduduk Berdasarkan Kecamatan di Kabupaten Bogor. (2024). Open Data Kabupaten Bogor.
- Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota (Jiwa), 2021-2024. (2024). Badan Pusat Statistik.
- Jumlah Pengguna Internet Indonesia. (2024). Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing* (18th ed.). New York: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management*. Pearson India Education Services.
- Krisna, A. (2021). “Riset Populer Pemasaran Jilid 1” (Bandung:Media Sains Indonesia. *Journal of Applied Management*, 37, 345–356.
- Kristia Silvi, D., & Palupi Prabandari, S. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen dan Minat Beli. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 3(1), 188–195.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. CVAI Fath

Zumar.

- Menurut Murtini et al. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah. *Mutawazin (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2, 15–26.
- Mulyani, A., Muhamad, L. F., & Amri, A. M. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Perumahan Vinewood City Bekasi. *DEVELOP : Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 4(1), 30–45.
- Musnaini, S., & Hadion Wijoyo, I. I. (2020). *Digital Marketing*, (September).
- Natalia Celline, Guard, B., Faisal Mirza, D., Harahap, N., Ekonomi, F., Prima Indonesia, U., & Medan, P. (2024). The Effect Of Sales Promotion, Personal Salling And Customer Confidence On Purchasing Decisions On Pengaruh Promosi PT Sukses Maju Bangunan Medan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 839–851.
- Nurfitri, A. R., & Dimiyati. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Iklan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Tinggal Di Kota Depok. *Jurnal Cahaya Mandalika*, 108–122.
- Nurliyanti, N., Anestesia Arnis Susanti, & Baruna Hadibrata. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi Marketing Manajement). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(2), 224–232.
- Nurul Kumala, F. O., & Anwar, M. K. (2020). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Pt.Hasanah Mulia Investama. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(2), 26–39.
- Pokhrel, S. (2024). Produk, Harga dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Btp Residence Bekasi. *Αγαη*, 15(1), 37–48.
- Raviqy, M., Vaz, V., & Sutedjo, B. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Corporate Image dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Perumahan Konsumen PT. Muliamas Land Kendal). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1), 2022–2275.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). New York: Pearson.
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Silcyljeova Moniharapon. (2024). Pengaruh Lokasi, Promosi dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA* 9(2), 1576–1585.

- Siwi, B. K., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi dan Word of Mouth Terhadap Kepercayaan Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Perumahan Taman Gaharu Kabupaten Kendal. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 1156.
- Suciani, L. P. E., & Sri Ayuni, N. M. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Lifestyle, Perchieved Ease of Use and Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbalife Nutrition Pada Rumah Sehat Ratu Yuye Singaraja. *Jurnal Daya Saing*, 8(3), 459–465.
- Sudarsono. (2020). *Manajemen pemasaran Jember: Pustaka Abadi*. ISBN: 978-623-762-821-7.
- Suryani, & Sari, R. P. (2023). *The Influence Of Social Media Marketing And Pricing On Purchasing Decision At Pt. Berjaya Abadi Kita*.
- Tasiana, R., & Adiba, F. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Smart Phone Samsung (Studi Kasus Perumahan Griya 8 Permai Bumiayu Kota Malang). *Akses : Journal of Publik & Business Administration Science*, 4(1), 38–45.
- Tjiptono Fandy, A. D. (2020). *Pemasaran*. Penerbit Andi Yogyakarta : Penerbit ANDI. ISBN: 978-623-010-416-9.
- Wibowo, A. (2019). Analisis Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Price Perception (Studi pada Perumahan Sembungharjo Permai Pengembang PT. Sindur Graha Tama). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, VIII(2), 173–186.
- Wicaksana, P. S. I., & Baldah, N. (2021). The Influence Of Trust, Location And Promotion On Subsidized Home Purchase Decisions At PT. Mitra Indah Properti. *Pelita Ilmu*, 15(1), 1–8.
- Wijayanti, H., & Handayani, C. M. S. (2019). Pengaruh Lokasi, Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rumah Surodinawan Grandsite pada PT Dwi Mulya Jaya Mojokerto. *Majalah Ekonomi*, 20(1), 109–123.
- Zikmund, W. G., & D'Amico, M. (2019). *Marketing. South-Western College Pub*.