

DAFTAR PUSTAKA

(ei pvm).

Aaker, D. A. ((2020)). Building Strong Brands. New York: Free Press. 66 - 84.

Aaker, D. A. ((2022).). Manajemen Ekuitas Merek. . *Mitra Wacana Media.*, 87-89.

Adelia, R. &. ((2023).). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Brand Awareness. *Jurnal Manajemen Pemasaran.*, 11(2), 112-125. .

Alalwan, A. A. ((2023).). The Effect of Social Media Marketing on Brand Awareness and Purchase Intention in Real Estate. *Journal of Marketing Analytics.*, 11(3), 301-318.

Arman, M. ((2022).). Manajemen Pemasaran. . *Penerbit Salemba Empat.*, 42-50.

Barat., B. P. ((2024).). Produk Domestik Regional Bruto Provinsi Jawa Barat Menurut Kabupaten/Kota 2022-2024. *Bandung: BPS Jawa Barat.*, 2.

Chaffey, D. &.-C. ((2022).). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice (8th ed.). *Harlow: Pearson Education.*, 57-58.

Cimahi., B. P. ((2024).). Kontribusi Subsektor Industri Kreatif pada PDRB Kota Cimahi. *Cimahi: BPS Kota Cimahi.* , 3.

Coulter, S. P. ((2022).). Management (16th ed.). Teoksessa H. Pearson..

Coulter., S. P. ((2021).). Management (15th ed.). Teoksessa *Harlow: Pearson.* (ss. 33-34).

Dwi Dewianawati. ((2023)). Manajemen Pemasaran Jasa. *CV. Jakad Media Publishing.*, 49.

Edhie, Y. ((2023).). Manajemen Pemasaran Digital. *Bandung: Widina Bhakti Persada.*, 42, 56.

Elliyana, E. ((2022).). Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian. . *Jakarta: Penerbit Andi.*, 18, 61, 67, 73.

Firmansyah, R. &. ((2023).). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Properti melalui Brand Trust sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(1), 45-59. .

Fitria. ((2021).). Strategi Pemasaran Jasa. *Malang: UB Press.*, 49.

Hana. ((2023).). Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Aplikasi. . *Yogyakarta: Deepublish.*, 44, 46, 47.

- Hanaysha, J. R. ((2022).). Impact of Social Media Marketing Features on Consumer's Purchase Decision in the Real Estate Industry. . *International Journal of Information Management*,, 62(1), 74-92. .
- Hanifa., E. K. ((2020).). Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*,, 7(2), 150-162.
- Haryanto, R. &. ((2021).). Social Media Marketing: Strategi Membangun Brand Awareness. *Bandung: CV. Media Sains Indonesia*. , Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Haryanto., A. S. ((2023).). Pengaruh Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Properti Residensial. *Jurnal Manajemen Properti*, , 7(1), 33-44.
- Hassan, S. ((2024)). Impact of Digital Marketing on Real Estate Consumer Decision. *International Journal of Marketing Studies*, 16(1), 88-105.
- Heru Setiawan. ((2022).). Pengantar Manajemen dan Bisnis. *Medan: Yayasan Kita Menulis*,, 33-34.
- Hidayati, N. &. ((2024).). The Role of Social Media Marketing on Property Purchase Decision with Trust as Mediator. *Jurnal Bisnis Digital*,, 6(1), 22-38.
- Juanim. ((2020)). Analisis Jalur untuk Penelitian Bisnis. . *Bandung: UNPAS Press*,, 110 - 113.
- Keller., K. L. ((2023).). Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity (5th ed.). . *Harlow: Pearson*. , 65, 83.
- Khan, M. A. ((2024).). Social Media Marketing and Consumer Buying Behavior in Real Estate Industry. . *Journal of Business Research*,, 158, 113-128. .
- Khotimah. ((2023).). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen*,, 14(2), 168-180. .
- Kotler, P. &. ((2020).). Manajemen Pemasaran (Edisi 16). *Jakarta: Erlangga*,, 63.
- Kotler, P. &. ((2021).). Principles of Marketing (18th ed.). . *Harlow: Pearson Education*. , 70.
- Kotler, P. &. ((2022).). Principles of Marketing (Global ed.). *Harlow: Pearson*,, 54.
- Kotler, P. &. ((2024).). A Framework for Marketing Management (7th ed.). *Harlow: Pearson*,, 68,-69.

- Lestari., A. P. ((2022).). Pengaruh Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Properti. *Jurnal Real Estate Indonesia*, , 8(2), 45-56.
- Luhglatno. ((2024).). Perilaku Konsumen: Teori dan Aplikasi. *Malang: UB Press.*, 73.
- Luthfi, A. (16). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 123-135.
- Mauli Siagian. ((2022).). Dasar-Dasar Manajemen. *Medan: Yayasan Kita Menulis.*, 35.
- Payne., A. ((2022).). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. hal 46.
- POIData., R. D. ((2025).). *Jumlah Perusahaan Properti di Jawa Barat 2022-2025*.
- Prakoso, T. &. ((2023).). Digital Marketing Strategy on Property Purchase Decision. *Jurnal Properti Indonesia*, 9(1), 55-68.
- Pratama, R. &. ((2024).). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Properti dengan Minat Beli sebagai Variabel Mediasi. . *Jurnal Manajemen Bisnis Digital*, , 5(1), 70-84. .
- Pratamasari, V. F. ((2022).). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian. . *Forum Ekonomi*, 24(2), 422-432. .
- Purboyo. ((2021).). Ekuitas Merek dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian. . *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 12(1), 90-105.
- Putra, R. &. ((2023).). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Properti Residensial melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, , 8(2), 45-59.
- Rahman, A. &. ((2024).). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Properti melalui Brand Awareness sebagai Variabel Intervening. . *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 9(1), 33-48.
- Rauf. ((2021).). Digital Marketing: Konsep dan Strategi. *Makassar: Nas Media Pustaka.*, 57.
- Rumah.com., P. &. ((2025).). Data Perusahaan Properti di Kota Cimahi. . 7, 8.
- Saputra, Y. &. ((2024).). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Properti dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 10(1), 88-102.

- Sari, M. &. ((2023).). Brand Awareness and Consumer Decision in Real Estate Purchase. . *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 17(2), 101-115.
- Solihin, D. ((2025).). Peran Media Sosial dalam Strategi Pemasaran Era Digital. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 13(1), 190-205. [.
- Sudarsono., H. ((2022).). Manajemen Promosi. . *Jakarta: Bumi Aksara.* , 53.
- Sugiyono. ((2023).). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Teoksessa B. Alfabeta.
- Tahir, R. ((2023).). Teori Organisasi. *Makassar: CV. Berkah Utami.*, 33.
- Utami, S. &. ((2025).). Social Media Marketing Influence on Commercial Property Purchase Decision. *International Journal of Property Marketing*, 5(1), 44-58.
- Vanny, Y. &. ((2022).). Peran Brand Awareness dalam Meningkatkan Penjualan Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 8(4), 420-435.
- Wardhana, A. ((2024).). Dimensi Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen Bisnis* , 15(2), 120-135.
- Yudhi, K. ((2023).). Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Aplikasi. *Bandung: UNPAS Press.*, 15, 18, 53, 54, 55.
- Yulianto. ((2022).). Dasar-Dasar Manajemen. . *Jakarta: Penerbit Andi.*, 38.
- Yulius., Y. ((2023).). Pengantar Pemasaran Jasa. . *Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.* , 43.
- Zusrony., E. ((2021).). Perilaku Konsumen di Era Digital. . *Semarang: LP2M Universitas Ngudi Waluyo.*, 67.