

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta, Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Adrian, Putra, C. I., Jurnawan, & Nursal, M. F. (2021). *Perilaku Konsumen*. Malang, Jawa Timur: Rena Cipta Mandiri.
- Alaslan, A., Amane, A. P., Suharti, B., Laxmi, Rustandi, N., Sutrisno, E., . . . Richway. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Tasikmalaya, Jawa Barat: Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia.
- Amruddin, Nugroho, H., Sulaiman, S., Iljasmadi, Wahyuni, N., Fata, N., . . . Ummami, W. (2022). *Pengantar Manajemen: Konsep dan Pendekatan Teoritis*. Bandung, Jawa Barat: CV. Media Sains Indonesia.
- Anugrah, R. P., T, F. C., Satmoko, N. D., Muyasaroh, Tomahuw, R., Anggraini, R. I., . . . Manurung, E. H. (2023). *Manajemen Kualitas*. Bandung, Jawa Barat: Widina Media Utama.
- Arman. (2022). *Introduksi Manajemen Pemasaran: Dasar dan Pengantar Manajemen Pemasaran*. Pagar Alam, Sumatera Selatan: CV. LD Media.
- Clarita, N., & Khalid, J. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di CFC Grande Karawaci. *AKSIOMA: Jurnal Manajemen*, 2(1), 37-53.
- Diyaastuty, A., & Damayanti, D. (2021). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan di Bantul (Studi Pada Perumahan Pondok Permai Giwangan). *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha*, 1(2), 278-289.
- Effendi, U. (2021). *Implikasi Iklan Brosur, Kualitas Produk dan Citra Merek*. Makassar, Sulawesi Selatan: Yayasan Barcode.
- Fadila, F. U. (2020). *Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Minat Beli Produk Punkpink's Secara Online*. Kudus: Institut Agama Islam Negeri Kudus, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V., & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran*. Sleman, Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Faujiah, R., Fitriadi, B. W., & Barlian, B. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Minimarket Mitra Mart). *Journal of Indonesian Management*, 3(1), 37-48.
- Firman, A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen

- Dalam Membeli Rumah. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(2), 1549-1562.
- Firmansyah, & Haqiqi, T. M. (2022). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada PT. Raden Jaya. *Remik: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 6(4), 948-953.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang, Jawa Tengah: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang Selatan, Banten: Pascal Books.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk: Dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Cirebon, Jawa Barat: Insania.
- Hikmawati, F. (2020). *Metodologi Penelitian*. Depok, Jawa Barat: PT. Rajagrafindo Persada.
- Indonesia, T. C. (2024, Februari 28). *Konsultan Sebut Apartemen Mulai Tak Dilirik Sebagai Investasi*. Retrieved from cnnindonesia.com: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20240227173107-92-1067945/konsultan-sebut-apartemen-mulai-tak-dilirik-sebagai-investasi>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya, Jawa Timur: Unitomo Press.
- Indriani, K. (2020). *Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Perumahan Griya Sakinah Slawi (Studi Kasus Pada PT. Dirly Makmur Putra Syukur)*. Tegal: Politeknik Harapan Bersama, .
- Julyanthry, Siagian, V., Asmeati, Hasibuan, A., Simanullang, R., Pandarangga, A. P., . . . M, E. A. (2020). *Manajemen Produksi dan Operasi*. Medan, Sumatera Utara: Yayasan Kita Menulis.
- Johnson, V. E. (2019). Evidence from marginally significant t statistics. *The American Statistician*, 73(Suppl 1), 129–134.
- Kania, I., Rustiana, E., & Nugrahawati, H. (2023). Efektivitas Promosi Produk Wisata di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Garut. *Jurnal Pembangunan dan Kebijakan Publik*, 14(1), 10-22.
- Kaniu, H. J., Moniharapon, S., & Loindong, S. S. (2023). Analisis Pengaruh Marketing Mix (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hardcore Gym. *Jurnal EMBA*, 11(4), 1246-1256.

- Kumala, F. O., & Anwar, M. K. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Hasanah Mulia Investama. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 3(2), 26-39.
- Lotte, L. N., Irawan, P., Setiawan, Z., Wulandari, D. S., Daga, R., Elida, S. S., . . . Santosa, A. D. (2023). *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran*. Padang, Sumatera Barat: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Manap, A., Sani, I., Sudirman, A., Noviany, H., Rambe, M. T., Raflina, R., . . . Widiati, E. (2023). *Manajemen Pemasaran Jasa: Konsep Dasar dan Strategi*. Purbalingga, Jawa Tengah: Eureka Media Aksara.
- Mardiyarningsih, G., Sujiono, & Chamidah, S. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Pembelian Konsumen. *Asset: Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 1-10.
- Martha, G. P., & Nurhastuti. (2017). Strategi Bauran Promosi Apartemen Easton Park Residence Jatinangor. *Jurnal Prosiding Manajemen Komunikasi*, 3(1), 174-179.
- Napitupulu, R. B., Simanjuntak, T. P., Hutabarat, L., Damanik, H., Harianja, H., Sirait, R. T., & Tobing, C. E. (2021). *Penelitian Bisnis: Teknik dan Analisis Data dengan SPSS-STATA-EVIEWS*. Medan, Sumatera Utara: Madenatera.
- Napitupulu, S., Tapiomas, N., & Tobink, R. (2021). *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis dengan Teori-Teori Para Ahli*. Jakarta: Atalya Rileni Sudeco.
- Ningrum, M. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *IQTISHADEquity: Jurnal Manajemen*, 2(1), 23-35.
- Noviyanto, I., & Basri, H. A. (2019). Analysis of the Effect of Marketing Mix on Purchasing Decisions on the Trans Park Cibubur Apartment. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4(9), 295-302.
- Nurlia, L. (2020). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pengunjung di Minimarket Menggunakan Metode Regresi Linier. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Informasi*, 2(3), 1-12.
- Paramita, R. W., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa*. Lumajang, Jawa Timur: Widya Gama Press.
- Prasetyo, H. E., A.Amsar, & Tyoso, J. S. (2023). Studi Empirik Pengambilan Keputusan Pembelian Apartemen. *Journal of Business Finance and Economic*, 4(1), 399-411.

- Putri, B. R. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar, Bali: Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Rachmad, Y. E., Sudiarti, S., Turi, L. O., Fajariana, D. E., Kisworo, Y., Suryawan, R. F., . . . Kutoyo, S. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Purbalingga, Jawa Tengah: Eureka Media Aksara.
- Razak, I., Wibowo, I., & Reztrianti, D. (2023). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bisnis*. Surabaya, Jawa Timur: CV. Putra Media Nusantara.
- Saat, S., & Mania, S. (2020). *Pengantar Metodologi Penelitian: Panduan Bagi Peneliti Pemula*. Gowa, Sulawesi Selatan: Pusaka Almaida.
- Santoso, F., & Anas, Z. (2021). Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Konsumen Terhadap Pembelian Rumah: Studi Kasus di Perumahan Griya Emas Kabupaten Pamekasan. *Journal of Management and Digital Business*, 1(3), 163-174.
- Saparso. (2021). *Marketing Process: Menciptakan Nilai Bagi Pelanggan*. Jakarta: Ukrida Press.
- Siregar, A. I. (2021). Model Keputusan Pembelian Rumah Subsidi dari Perspektif Fasilitas, Citra Perusahaan dan Harga (Survey pada Perumahan Panorama Sakuran Asri Kota Jambi). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(2), 212-224.
- Suharlina. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rumah Makan. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 2(1), 113-125.
- Suhartini, Haeril, Afiati, L., Awaluddin, Iradat, M. I., Mustafa, . . . Lazuardi, B. (2023). *Manajemen Pemasaran Perusahaan*. Sidenreng Rappang, Sulawesi Selatan: Lajagoe Pustaka.
- Syahri, S., Putri, D. M., & Syahyuni. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Rumah. *KINERJA: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 19(2), 492-498.
- Syarfan, L. O. (2023). *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Purbalingga, Jawa Tengah: Eureka Media Aksara.
- Syarifuddin, Mandey, S. L., & Tumbuan, W. J. (2022). *Sejarah Pemasaran dan Strategi Bauran Pemasaran*. Kotagede, Yogyakarta: CV. Istana Agency.
- Utami, S. N. (2022, 06 30). *Hipotesis Nol dan Hipotesis Alternatif*. Retrieved from [kompas.com:
https://www.kompas.com/skola/read/2022/06/30/110000669/hipotesis-nol-dan-hipotesis-alternatif](https://www.kompas.com/skola/read/2022/06/30/110000669/hipotesis-nol-dan-hipotesis-alternatif)

- Wardiman, I. G. (2022). Pengaruh Marketing Mix (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Value: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 17(2), 88-101.
- Wijayanti, K. D., Komarudin, & Sulistiani, S. (2021). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Apartemen Bailey's City di Ciputat. *Jurnal Perkusi: Pemasaran, Keuangan & Sumber Daya Manusia*, 1(2), 242-251.
- Winasis, C. L., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 369-403.
- Yurindera, N. (2020). Pengaruh Persepsi dan Sikap Terhadap Motivasi Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Online di Masa Pandemi. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 23(3), 349-361.