

REFERENCES

- Andi Irwan, & Pra Gemini. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Rumah Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Pt. Giarto Audry Cemerlang. *Jurnal Ekonomi Prioritas*, 1(1), 14.
- Firdaus, E., & Rinaldi, A. (2025). Analisis Efektivitas Pemasaran Digital Iklan Meta Terhadap Efektivitas Penjualan Properti di PT Siliwangi. 7(04), 609–613.
- Irfan, A. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Rumah Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada PT. Clarimond Astro Makassar. *Journal of Management*, 4(2), 155–161. <https://doi.org/10.37531/yum.v11.75>
- Kementerian Dalam Negeri. (1974). Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 5 Tahun 1974 tentang Industri Real Estate.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Sage Publications.
- Mulya, T. P., & Wandebori, H. (2025). *Economics and Digital Business Review Usulan Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan di PT Villa Boutique Development*. 6(1), 151–157.
- Nasution, D. A., Batoebara, M. U., & Junaidi, J. (2022). Peran Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jual-Beli Online Pada Facebook. *Jurnal Bisnis Corporate*, 6(2), 102–106. <https://doi.org/10.46576/jbc.v6i2.1843>
- Nurzukhrufa, A., Satria, W. D., & Dewi, M. K. (2022). Strategi Pemasaran Pengembang Perumahan Saat Pandemi Covid-19 di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(1),

45. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i1.882>

- Nofiani, P. W., & Mursid, M. C. (2021). Pentingnya Perilaku Organisasi dan Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di Era Digital. *Jurnal Logistik Bisnis*, 11(2), 71–77. <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/logistik/index>
- Parman, S., Fahrudin, R., Lesmana, M. A., & Putra, P. S. R. (2023). Penggunaan Teknologi Augmented Reality Untuk Meningkatkan Pengalaman Pelanggan Dalam Pemasaran Produk Real Estate. *Jurnal Digit*, 13(2), 189. <https://doi.org/10.51920/jd.v13i2.354>
- Pradana, L. D., Hidayat, A., Utomo, A. P. (2025). *Pengembangan Backend Sistem Informasi Pemasaran Industri Properti Web Pada PT . Total Property Backend Development Of A Web-Based Property Industry Marketing Information System At PT . Total Property*. 15(1), 185–195.
- Pramudya, R. K., Imsa, M. A., & Kholik, A. (2021). Analisis Strategi Pemasaran PT Elite Pro dalam Bisnis Properti Di Era Digital. *Journal Of Social Science Research*, 4(3), 6.
- Siswati, A., & Wibowo, A. (2024). Analisis Kesiapan Perusahaan Sektor Property Dalam Menghadapi Tantangan Resesi Ekonomi (Studi Kasus Pada PT. Suryamas Dutamakmur Tbk, (SMDM). *Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 53–60. <http://jibaku.unw.ac.id>
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung, Indonesia: Alfabeta.
- Trading Economics. (2025). Indonesia - PDB dari Konstruksi | 2010–2025 Data | 2026–2027 Perkiraan. <https://id.tradingeconomics.com/indonesia/gdp-from-construction>
- Rastra Wijaya, Igede Oka; Kristiyono, J. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Media Luar Ruang Pada CV . A & A Real Estate Sebagai Keputusan Pembeli*. 4(1), 40–51.

- Rofa, I. T., Meilani, A. R., Hasibu, N. M. an, Nasution, A. K., & Suhairi, S. (2021). Analisis Aspek Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 1(2), 222–235. <https://doi.org/10.47467/visa.v1i2.945>
- Yudha, A., Galuh Palupi, D., Yasmin, A., Nurita, D., & Lestari, L. (2023). Evaluasi Efektivitas Strategi Pemasaran Open House Ray White Terhadap Penjualan Properti di Kota Semarang Assessing The Impact of Open House Marketing Tactics on Property Sales By Ray White in Semarang City. 1(4), 2023.
- Winda Atila, C., & Syarvina, W. (2022). Analysis of Property Marketing Strategy by Utilizing Digital Marketing (Case Study of PT Rizki Mandiri) Analisis Strategi Pemasaran Properti dengan Memanfaatkan Digital Marketing (Studi kasus PT Rizki Mandiri). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi ...*, 3(3), 803–808. <https://doi.org/10.53697/emak.v3i3>

