

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku:

- Alma, Buchari.2016.*Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*.Bandung:CV ALFABETA
- Arikunto, S. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Budi Permana.2013.*Manajemen Marketing Perhotelan*.Yogyakarta:CV.Andi Offset
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang
- Fifield, P. 2007. *Marketing Strategy: The Difference Between Marketing And Markets (3rd edition)*. Oxford: Elsevier Ltd.
- Tranghanda Ali.2015.*Property Mind Games Breakthrough*. Cetakan 1. Jakarta : PT. Matana Bina Utama.
- Ghozali, H. Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill. 2006. *Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Alih Bahasa oleh Dwi Kartini Yahya.Jakarta : Erlangga.
- Irham Fahmi, “*Manajemen Kinerja teori dan aplikasi*” (Bandung, ALFABETA, CV, 2011) hal. 105.
- Kotler, Amstrong and Opresnik.2018.*Principles of Marketing*, Edisi 17.Penerbit Pearson Education
- Kotler, Philip.2005. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 11, Jilid 2. Jakarta:PT. INDEKS Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip dan Kevin Keller.2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 2. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Kurniawan, Rakhman,2018. *Dasar – Dasar Marketing*, Yogyakarta: Penerbit QUADRANT
- Lodh. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat.2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, Edisi 3. Jakarta : Penerbit Salemba Empat
- Machfoedz.2005. *Pengantar Pemasaran Modern*. Cetakan 1. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN
- Sarjono, Haryadi., dan Julianita, Winda. (2013). *SPSS VS LISREL : Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Siregar, Syofian. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono, 2017. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Simamora, Bilson.2014.*Pemasaran Strategik*, Edisi 1. Jakarta : Universitas

Terbuka

- Suryadana, M.Liga dan Vanny Octavia.2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung:Penerbit Alfabeta
- Suryani.2017. *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global*. Cetakan 1. Jakarta: Prenadamedia Group
- Swasta, Basu.2008. *Menejemen Pemasaran Modern*. Edisi 2. Yogyakarta:Liberty Offset
- Tjiptono, Fandy.2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta:CV. Andi Offset
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra.2017.*Pemasaran Strategik*, edisi 3.Yogyakarta : Liberty Yogyakarta

### **Jurnal Penelitian Terdahulu:**

- Asdi *et.al*, 2020. *The Effect of Marketing Mix (4P) on Buying Decision: Empirical Study on Brand of Samsung Smartphone Product*. Point of View Research Management 1(4) 2020. November. pp 121-130.
- Goldsmith, R.E. 1999. *“The Personalized Marketplace: Beyond The 4Ps”*. Journal of Marketing Intelligence & Planning, Vol.17, No.4, pp. 178-185.Gravetter.
- Harto, P. 2005. *Kebijakan Diversifikasi Perusahaan dan Pengaruhnya terhadap Kinerja: Studi Empiris pada Perusahaan Publik di Indonesia (Laporan Penelitian)*. Solo: SNA VIII.
- Hermawan, H. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria di Jember. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia, vol. 1, issue 2, pp.88.
- Ibid. 2019. *“Pengaruh People, Process, dan Physical Evidence terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah”*. Jurnal Kajian Ekonomi Islam - Volume 4, Nomor 1, JanuariJuni 2019.
- Jaminyasa *et.al*, 2017. *The Marketing Mix Affect on the Consumer Buying Decision (Case Study of Sausage Products at PT. Aroma Denpasar)*. International Journal of Social Sciences and Humanities. Vol. 1 No. 2, August 2017, pages: 65-74.
- Keogh, B. 2009. *“Service Blueprint: Building A Blueprint of Your Services Can Help You Find The Answer To Many Market Questions”*. Proquest Agriculture Journals, Vol.172, No.11, p. 34.
- Lovelock, C. and J. Wirtz. 2007. *Service Marketing: People, Technology, Strategy (6th edition)*. United States of America: Pearson Prentice Hall.
- Maitreya *et.al*,2014. *Analisis Pengaruh Lokasi, Harga, Developer, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Apartemen (studi kasus: Green Bay Pluit)*Masters Thesis, BINUS.
- Nouri *et.al*, 2015. *Evaluating the Effect of Tourism Marketing Mix on Buying Holiday Homes in Cyprus*. Faculty of Humanities, University of Mohagheh Ardabili, Ardabil, Iran. Vol. 6, No. 5; 2015.

- Prihandoyo *et al.*, 2010. *Pengaruh Harga, Lokasi, Bangunan, dan Lingkungan Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Rumah di Perumahan Pelangi Grand Residence di Balikpapan*. Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Balikpapan.
- Primananda. 2010. *Faktor – faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Membeli Rumah (Studi Kasus di Perumahan Bukit Semarang Baru), Semarang*. Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro: Semarang.
- Qausar *et.al*, 2020. *The Impact of Marketing Mix on the Consumer Purchase Decision in the Surabaya – Indonesia Hotel Residence*. SHS Web of Conferences 76, 01038 (2020).
- Rafiq, M and P.K. Ahmed. 1995. “*Using The 7Ps As A Generic Marketing Mix: An Exploratory Survey of UK and European Marketing Academics*”. Marketing Intelligence & Planning Journal, Vol.13, No.9, pp. 4-15.
- Sawitri. 2017. *Analisis Pengaruh Marketing Mix (8P) Terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi Jiwa Pada PT. Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG*. Fakultas Ekonomi, Universitas Trilogi, Jakarta. 2017.
- Sudrajad *et.al*, 2019. *The Influence of the Application of Marketing Mix on the Purchase Decision of Prospective Consumers of Grand Cempaka Housing*. International Conference on Entrepreneurship (ICOEN) 2019. Vol.2020. KnE Social Sciences, pages 140--151. DOI 10.18502/kss.v4i3.6391
- Supriyono *et.al*, (2014). *Pengaruh Variabel Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Rumah di Perumahan BSB City Semarang*. Jurnal Skripsi Ekonomi Manajemen Universitas Pandanaran Semarang.
- Susanti *et.al*, 2017. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah di PT. Berlian Bersaudara Propertindo Palembang*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini. Vol.8 No.01: Desember 2017.
- Utami *et.al*, 2015. *Pengaruh Harga, Pendapatan dan Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Rumah di D’Kranji Residence Tahap II Bekasi Barat (Developer: PT. ArthaDebang Development)*. Mahasiswi Program Studi Administrasi Bisnis Terapan Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta. Epigram. Vol. 12 No. 2: Oktober 2015.
- Widyasari *et.al*, 2009. *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Lokasi terhadap keputusan pembelian rumah (studi pada perumahan Graha Estetika Semarang)* Fakultas Ekonomi Universitas Stikubank Semarang. TEMA Vol 6: edisi 2, September 2009.

**Sumber Lainnya :**

<https://www.rumah.com/>

<https://www.sentratimur.com/>