DAFTAR PUSTAKA

Assauri, Sofjan. (2018). Manajemen Bisnis Pemasaran. Depok: Rajawali Pers Azizah, L. N. N. (2018). Pengaruh Harga, Lokasi dan Gaya Hidup Terhadap

Keputusan Pembelian Rumah di Perumahan Made Great Residence Kota Lamongan. Jurnal Manajemen, 3(1), 621.

https://doi.org/10.30736/jpim.v3i1.145

Brookfield, K., Dimond, C., & Williams, S. G. (2023). Sustainability Messages in Residential Property Advertising. *Sustainability (Switzerland)*, *15*(1), 1–14. https://doi.org/10.3390/su15010139

Bysella, M. G. (2018). analysis the influence of product knowledge, sale promotion and price towards consumer purchase decision at Meikarta consumer in Manado. 10Cravens, David, W., dan Piercy, Nigel, F. (2013). *Strategic Marketing. New York: McGraw-Hill International Edition*.

Daud, Ibrahim. (2021). Manajemen Pemasaran. Sidoarjo: Indomedia Pustaka. Entsuah, J. R., Abraham, I., & Kyeremeh, D. D. (2018). The Impact of Dress

Code on an Organisational Image: A Case Study of Prudential Bank Limited,

Takoradi Branch. Asian Research Journal of Arts & Social Sciences, 1– 11.Hermawan, F.T. 2020. Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda di Komplek Graha Indah Bekasi (Online) Tersedia: <http://repository.stei.ac.id/1738/4/BAB%20III.pdf>.

Fahimah, M., Sholikhah, M., & Anam, C. (2020). Pengaruh Harga, Desain Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan (Studi Kasus Pada Firdaus Mansion Jombang). *MARGIN ECO : Jurnal Ekonomi Dan Perkembangan Bisnis*, *4*(1), 58–72.

Fitra, Finsa Elsyah. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Kharisma Graha Jaya Medan. Laporan Penelitian. Fakultas Ekonomi , Universitas Medan Area, Medan. 74 hal.

Hairudin, H., & Hasbullah, H. (2023). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Subsidi Villa Sutra Pada Pt. Mitra Saburai Properti. *Jurnal Revenue: Jurnal Akuntansi*, *3*(2), 715–726.

Imalia, Inka. 2020. Pengaruh Harga, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembelian Rumah Di Grand Nusa Indah Blok J, Cileungsi Pada PT. Kentanix Supra Internasional) Tersedia: <http://repository.stei.ac.id/2409/1/21157500339_ArtikelIndonesia_2019-> 2020.pdf.

Indriani, Kiki. (2020). Pengaruh Produk, Harga, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Perumahan Griya Sakinah Slawi (Studi kasus pada PT. Dirly Makmur Putra Syukur).

Khodijah, S., Nursifa, D., Sampurno, D. H. A., Ndrean, K., Mardhotillah, A., & Sapruwan, M. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Perumahan Grand Wisata ( Studi Pada Perusahaan PT . Sinar Mas ). *Ekonomi Manajemen Akuntansi Kewirausahaan*, *3*(1), 29–35.

Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2018. Principles of Marketing. Edisi 17.

London : Pearson Education.

Kurniawan, C., Dewi, L. C., Maulatsih, W., & Gunadi, W. (2020). Factors influencing housing purchase decisions of millennial generation in Indonesia. *International Journal of Management*, *11*(4), 350–365. https://doi.org/10.34218/IJM.11.4.2020.035.

Lomboan, R., Tampi, J. R., & Mukuan, D. D. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks Manado Town Square. Productivity, 1(3), 256–260.

Luluk Nur Azizah, S.Pd, M. P. (2018). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Perumahan Made Great Residence Kota Lamongan. *Manajemen*, *III*(1), 626.

Nasution, H, F. (2018). “Pengaruh Kemudahan dan Harga Terhadap KeputusanPembelian Produk Pakaian Secara Online (Studi Kasus Mahasiswa Belanja Online pada FEBI IAIN Padangsidimpuan”. Vol 4. Hal 26-39.

Pratama, D. 2021. Pengaruh *Word of mouth*, *Fasilitas, Repurchase Intention,* Terhadap *Customer Satisfaction* Pada Rumah Makan Padang Palanta Baselo Rantau Batuah Matraman (Online) Tersedia: <http://repository.stei.ac.id/4115/4/BAB%20III.pdf>.

Putri, A. Z., & Permatasari, I. R. (2018). Pengaruh gaya Hidup dan Harga Terhadap keputusan Pembelian Produk Moslem Fashion di Elzatta Kawi Malang. 4, 5.Saputra, Wahidin, dan Rulli Nasrullah. (2011). *Public Relations 2.0: Teori dan praktik Public Relations* di era *Cyber*. Jakarta: Gramata Publishing.

Safdar, S., Goh, K., & Choubak, M. (2019). Clothing, identity, and acculturation: The significance of immigrants’ clothing choices. Canadian Journal of Behavioural Science/Revue Canadienne Des Sciences Du Comportement, 52(1), 36.

Sugianto, R., & Ginting, S. O. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi, Fasilitas dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada Perumahan Medan Resort City. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, *10*(1), 1–12. https://doi.org/10.55601/jwem.v10i1.666

Sunandar, et al. (2019). Metodologi Penelitian.Tegal.Sumarwan, Ujang. 2013.

Riset Pemasaran Dan Konsumen. Seri: 3. Bogor: IPB Press.

Tanaka, Deo. (2018). Pengaruh Harga, Lokasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Bersubsidi Pada PT.Karunia Karya Makmur Palembang. Tersedia :

<http://repository.radenfatah.ac.id/17399/1/SKRIPSI%20DEO%20BAB%20I>

%20-%20V%20-%20Copy%20-%20Copy%20kaset.pdf.

Wijayati, S. K., Fahleti, W. H., & Arianto, J. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Konsep Diri, Kelas Sosial dan Harga Terhadap keputusan Konsumen Berkunjung ke Kedai Kopi (Studi Kasus Pada Kedai Kopi XYZ di Samarinda). Research Journal of Accounting and Business Management, 3(2), 255. https://doi.org/10.31293/rjabm.v3i2.4427