# DAFTAR PUSTAKA


Andrews, J., & Shimp, T. (2018). *Adversiting, Promotion, and other aspect of Integrated Marketing Communications*. (Massacushets, Ed.) (10 ed.). Boston: United States of America: Cengage Learning.

Anggraini, P., & Harjanti, I. M. (2019). Perencanaan Perumahan Melalui Pengembangan Kawasan Permukiman di Desa Singorojo, Kecamatan Mayong, Kabupaten Jepara. *Teknik PWK (Perencanaan Wilayah Kota)*, *8*(3), 102–111. https://doi.org/10.14710/tpwk.2019.24939

Ghony, D., & Almanshur, F. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

Gulo, A. (2022). Penerapan Model Pembelajaran Problem Based Learning Dalam Meningkatkan Motivasi Dan Hasil Belajar IPA. *Educativo: Jurnal Pendidikan*, *1*(1), 334–341. https://doi.org/10.56248/educativo.v1i1.58

Handoko, J. (2019). Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Pegawai terhadap Produktivitas Kerja (Studi kasus pada pegawai bagian produksi PT. Anugerah Mulia Indobel "Coklat Monggo" Yogyakarta). *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran*, *1*(2), 45–50.

Kotler, Phillip, & Keller, K. L. (2018). *Perilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Phillips, & Amstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.

Oesman, Y. M. (2011). *Sukses Mengelola Marketing Mix, CRM, Custumer Value dan Custumer Dependency*. Bandung: Alfabeta.

Pasaribu, V. L. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor TVS. *Business Management Journal*, *18*(1), 37. https://doi.org/10.30813/bmj.v18i1.2829

Porter, M. E. (1985). *Strategi Bersaing: Teknik Menganalisis Industri dan Persaing*. Jakarta: Karisma Publishing Group.

Prawitasari, S. Y. (2020). *Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing (Studi pada Dealer Honda Tunggul Sakti di Semarang)*. Skripsi. Universitas Diponegoro.

Prayitno, S. (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Depok: Rajawali Pers.

Putri, V. K. M., & Gischa, S. (2021). Sarana dan Prasarana: Definisi, Fungsi, Ruang Lingkup, serta Contohnya. Diambil 10 Mei 2024, dari https://www.kompas.com/skola/read/2021/08/24/142001469/sarana-dan-prasarana-definisi-fungsi-ruang-lingkup-serta-contohnya

Sutisna. (2019). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Swastha, B., & Handoko, T. H. (2016). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.

Tjiptono, F. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *Kepuasan Pelanggan: Konsep, Pengukuran dan Strategi*. Yogyakarta: Andi.

Undang-Undang Nomor 4. (1992). *tentang Perumahan dan Permukiman*. Jakarta: Pemerintah Pusat.

Yohana, N. Y., & Ramadani, M. (2015). Strategi Komunikasi Pemasaran Wow Catering Pekanbaru dalam Membangun Brand Image. *Jurnal Online Mahasiswa*, *2*(2).