

DAFTAR PUSTAKA

- Antari, K. R. M., Dunia, K., & Indrayani, L. (2014). *Terhadap Keputusan Berbelanja Pada Mini Market Sastra Mas Tabanan*. 4, 11.
- Ariyono, K., Meitriana, M., & Zukhri, A. (2014). Analisi Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Honda Pada Dealer Astra Motor Denpasar KB Ariyono, MA Meitriana, A Zukhri. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 4(1).
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2020). *Marketing: An Introduction* (14th ed.). Pearson Education.
- Balipost. (2020). *Pembangunan rumah bersubsidi capai 2.954 unit di Bali*. Portal Berita.
<https://www.balipost.com/news/2020%0A/01/18/99386/2019%2CPembangunan-Rumah-Bersubsidi-Capai.html>
- Bank Indonesia, (2022). *Kebijakan Kredit Perumahan untuk Masyarakat Berpenghasilan Rendah*. www.bi.go.id
- Bappenas. (2022). *Strategi Nasional Perumahan Layak di Indonesia*. Jakarta: Kementerian PPN/Bappenas.
- Caffey, D., & Smith, P. (2022). *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice* (8th ed.). Pearson Education.
- Chelviana, K. M., Made, A. M., & Iyus, A. H. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Toko Modern di Kecamatan Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(2), 257–266.
- Chen, Y., & Chen, P. (2018). The Influence of Social Media Marketing on Consumer Purchase Intention. *Journal of Business Research*, 92, 254– 263.
- Ernawati. (2019). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Praktik*. Yogyakarta Deepublish.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Perilaku Konsumen: Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Galuh Khairunnisa, & Suwena, K. R. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Vivo di Sarijaya Cellular. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(1), 19–26.
<https://doi.org/10.23887/ekuitas.v11i1.62155>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. (8 (ed.)). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*.

Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Kementrian, P. (2023). *Laporan Program Perumahan Rakyat 2023*. Jakarta: Kementerian Pekerjaan Umum Dan Perumahan Rakyat.
- Kompas. (2022). *Dekat Pantai Lovina, ini rekomendasi rumah murah di Buleleng*. <https://www.kompas.com/properti/read/2022/09/10/190000321/dekat-pantai-lovina-ini-rekomendasi-rumah-murah-di-buleleng>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2017). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kusmayani, D. K. Y., Zukhri, A., & Indrayani, L. (2014). Pengaruh Personal Selling terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame di Queneno Group Singaraja Tahun 2014. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 4(1).
- Lovelock, C. H., & Wirtz, J. (2022). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (9th ed.). World Scientific.
- Lupiyoadi, R. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa* (3rd ed.). Salemba Empat.
- Mardiani, M., Susanti, R., & Herawati, D. (2020). Pengaruh Lokasi, Harga, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Subsidi Kota Pangkalpinang. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 112–121.
- Nusa Bali, (2017). *REI bangun 3.500 rumah subsidi di Bali*. <https://www.nusabali.com/berita/15454/rei-bangun-3500-rumah-subsidi-di-bali>
- Philip, K., & Keller, K. L. (2016). Marketing management. In *Pearson Education*.
- Prasetyo, D., & Kurniawan, R. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Rumah Subsidi di Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 101–112.
- Prasetyo, R., & Hidayat, M. (2019). Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Rumah Subsidi di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran*, 15(2), 45-58.
- Putri, A., & Santoso, D. (2021). Aksesibilitas dan Permintaan Rumah Subsidi: Studi Kasus di Jakarta dan Sekitarnya. *Jurnal Ekonomi Dan Perumahan*, 10(1), 67-80.
- Saleem, H., Shahid, M., & Sial, M. H. (2019). Impact of Promotional Tools on

Consumer Buying Behavior. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 9(3), 220–235.

Saputra, H. N. (2023). *Harga rumah subsidi di Bali naik Rp13 juta*. Bisnis Bali. <https://bali.bisnis.com/read/20230619/537/1666533/harga-rumah-subsidi-di-bali-naik-rp13-juta>

Sembiring, R. (2018). Pengaruh Harga, Lokasi, dan Iklan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Rumah KPR Subsidi di PT Sinar Jaya Putra Kampar. *Jurnal Cendekia Muda*, 4(2), 123–135.

Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen : Konsep Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Prenada Media.

Setiono, A., Prabowo, H., & Nugroho, Y. (2020). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Rumah Subsidi di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 34–42.

Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2013). Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications. In *South- Western College Pub*. (9th ed.).

Smith, J. (2020). *The Role of Housing in Economic and Social Development*. Oxford University Press.

Solomon, M. R. (2021). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (13th ed.). Pearson Education.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung Alfabeta.

Sukarnaya, I. K., Tripalupi, L. E., & Sujana, I. N. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Pada Distro Legend Store Di Kecamatan Nusa Penida. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 186. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v11i1.20119>

Suryana, Y. (2001). *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta Salemba Empat.

Susanto, T., & Wahyudi, A. (2020). Strategi Promosi Digital dalam Meningkatkan Penjualan Rumah Subsidi di Indonesia. *Jurnal Pemasaran Digital*, 5(3), 23–39.

- Tanady, D., & Fuad, M. (2020). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Pemasaran Kontemporer*. Jakarta: Kencana.
- Tarboni, M., & Komarudin, A. (2021). *Strategi Lokasi dalam Pengembangan Bisnis Properti*. Bandung: Pustaka Setia.
- Tiniasti, K. R., Suwena, K. R., & Sujana, I. N. (2017). Pengaruh Biaya Bauran Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Bintang Bali Indah Singaraja Tahun 2016. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(2), 217.
<https://doi.org/10.23887/jjpe.v9i2.20038>
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2010). *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- UN-Habitat. (2021). *Global Housing Policies and Best Practices*. UN-Habitat Publications.
- Wicaksana, P. S. I., & Baldah, N. (2021). (2021). Pengaruh Kepercayaan, Lokasi, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rumah Bersubsidi di PT. Mitra Indah Properti. *Jurnal Pelita Ilmu*, 15(1), 17-24.
- Wijaya, A., & Hartono, B. (2020). Pengaruh Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Properti di Perkotaan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 45–55.
- World Bank, (2021). *Affordable Housing for Inclusive Growth*.
www.worldbank.org
- Yusuf, M. (2021). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Surabaya: CV Global Aksara Pers.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2020). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill.