

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong. (2012). *Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Mini Market Madani Store*. 18–28.
- Anggita Sukmawati, S. G. (2023). *pengertian Harga Menurut Ahli : Tujuan, Jenis dan Contohnya* (p. 01). Kompas.som.
<https://www.kompas.com/skola/read/2023/03/16/060000469/pengertian-harga-menurut-ahli-tujuan-jenis-dan-contohnya>
- Aningtyas, E. S., & Supriyono, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, dan Ulasan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk Zoya di Outlet Kediri. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 1592.
<https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2588>
- Bertucci, F., Finetti, P., Roche, H., Doussal, J. M. L., Marisa, L., Martin, A. L., Lacroix-Triki, Blanc-Fournier, C., Jacquemier, J., Peyro-Saint-Paul, H., Viens, P., Sotiriou, C., Birnbaum, D., & Penault-Llorca, F. (2013). Comparison of the prognostic value of genomic grade index, Ki67 expression and mitotic activity index in early node-positive breast cancer patients. *Annals of Oncology*, 24(3), 625–632.
<https://doi.org/10.1093/annonc/mds510>
- Eva Sriwiyanti, & Sri Martina. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara Online Saat Pandemi Covid19 Pada Masyarakat Millenia Di Kota Pematangsiantar. *Jurnal Ilmiah Accusi*, 2(2), 138–147. <https://doi.org/10.36985/tfj0xk55>
- Fuadah, Z. (2021). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga, Kepercayaan Dan Keragaman Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Shopee Di Universitas Muhammadiyah Magelang). *Skripsi*, 19, 1–70.
- Ghozali. (2018). *Uji Reliabilitas*. 45.
- Ghozali. (2021a). *Uji Heteroskedastisitas*. 178.
- Ghozali. (2021b). *Uji Normalitas*.
- Ginanjari Ahmad Saifudin; Haryani. (2022). Jurnal Promosi 2 (Tidak Signifikan). *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntanasi*, 29(53), 1–6.
<http://ejurnal.stiedharmaputra-smg.ac.id/index.php/JEMA/article/view/443/431>
- Gunawan, W. H., Hardiansyah, I., & Fatmasari, D. (2022). Pengaruh Persepsi

Harga, Kepercayaan dan Promosi Terhadap Minat Beli pada Situs E – Commerce Blibli (Survei Pada Pengguna Situs E-Commerce Blibli di Kabupaten Kuningan). *Indonesian Journal of Strategic Management*, 5(1). <https://doi.org/10.25134/ijsm.v5i1.5754>

Handayani. (2020). *Pengertian Populasi*.

Handayani, M. M., Meryawan, W., Nindia Putri, C. I. A. V., & Dewi, K. T. (2024). Pengaruh Promosi Online Wib Kepercayaan Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Tokopedia Di Kecamatan Gianyar). *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 7(1), 112–125. <https://doi.org/10.47532/jis.v7i1.971>

Herawati, N. (2024). Definisi Real Estate, Jenis dan Perbedaan dengan Properti. *Hashmicro.Com*. <https://www.hashmicro.com/id/blog/definisi-real-estate-jenis-dan-perbedaan-dengan-properti/>

Ida. (2025). *Bisnis Properti : Pengertian, Manfaat dan Keuntungannya* (p. 01). FulusNesia. <https://fulusnesia.com/bisnis-properti-adalah/>

Limakrisna, Nandan, Susilo, W. H. (2012). teori dan aplikasi dalam bisnis. *Manajemen Pemasaran*, 61.

Mardiastuti, A. (2022). *Mengenal Rumus Slovin, Kapan Digunakan dan Contoh Soal*.

Monica, E. (2023). Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Bangunan dan Promosi Terhadap Minat Beli Perumahan Taman Safira Bondowoso. *International Journal of Social Science and Business*, 2(3), 141. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v2i3.16214>

Mualif. (2023). Perseroan Terbatas (PT): Pengertian, Ciri, Jenis, dan Kelebihan. *Unniversitas Islam An Nur Lampung*, 6. <https://an-nur.ac.id/blog/perseroan-terbatas-pt-pengertian-ciri-jenis-dan-kelebihan.html>

Prasetyo, B., & Prihatiningtyas, D. (2022). Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada Situs Belanja OnlineShopee.Co.id (Studi Kasus Pada Pengguna Situs Belanja OnlineShopee.Co.id Di Kabupaten Bandung Barat). *Jurnal Bisnis& Teknologi*, 14(1), 48–56.

Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439. <https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615>

Siagian, E., Idahwati, & Ginting, M. (2022). Pengaruh Personal Selling Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Silangit Residence Pada Pt. Alga Sempurna Mandiri. *Jurnal TEKESNOS*, 4(1), 9–21.

- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Ker. *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 51–58. <https://doi.org/10.46975/aliansi.v17i2.428>
- Sugiyono. (2018). *Penelitian Kuantitatif*.
- Sugiyono. (2019a). *Pengertian Accidental Sampling*.
- Sugiyono. (2019b). *pengertian sampel*.
- Susetyarsi, T., & Harminingtyas, R. (2021). PENGARUH STRATEGI PROMOSI MELALUI SOCIAL MEDIA (Context,Communication,Collaboration,Connection) TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Kasus pada Produk Pakaian Old Man Store di Semarang). *Jurnal STIE Semarang*, 13(1), 51–69.
- Tjipiyono. (n.d.). *No Title*. 2001, 219.
- Umar, H. (2019). *Uji Multikolinearitas*. 75–76.