



DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I., 1991, *The Theory of Planned Behavior, Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211
- Alaert, G. Anon, 1987. *Metodelogi Penelitian Air*. Surabaya Indonesia : Usaha Nasional
- Assael, Henry, 1995. *Costumer Behavior And Marketing Action*, Keat PublishingCompany, Boston.
- Awang Firdaos. 1997. *Permintaan dan Penawaran Perumahan Valuestate*, Vol.007, Jakarta.
- Cooper, D.R. & Schindler, P.S. (2006). *Business Research Methods*. Tenth Edition. NewYork: McGraw-Hill
- Darsono, Valentinus. (1995). *Pengantar Ilmu Lingkungan*. Yogyakarta :Penerbitan Universitas Atma Jaya.
- Dornbusch, Rudiger and Fisher, Stanley, 2004. *Makroekonomi*. Edisi Dua, Jakarta: Erlangga.
- Ferdinand Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hair et al. (2010). *Multivariate Data Analysis*, Seventh Edition. Pearson Prentice Hall
- Liang Tik H.N. dan Maitreya P., 2014, Analisis Pengaruh Lokasi, Harga, Developer dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Apartemen (Studi Kasus: Greed Bay Pluit), *ejournal Binus University*
- Morissan, 2014, *Buku Metode Penelitian Survei*, Penerbit Prenada Media.
- Nasar K K & Manoj P K, 2015, Purchase Decision For Apartments: A Closer Look Into The Major Influencing Factors, *IMPACT: International Journal of Research in Applied, Natural and Social Sciences Vol. 3, Issue 5, pp:105-112*



- Natasha Irene and Zubair Hassan, 2015, Factors that influencing property investment decisions among Employees in Felcra Bhd, *International Journal of Accounting Business and Management Vol.3 No.2, pp:177-195*
- Riduwan. 2008. *Dasar-dasar Statistika*. Bandung: Alfa Beta
- Roslina, 2009. *Pengaruh pengetahuan produk dan citra merk terhadap pembelian produk*
- Rossiter, John R, Larry Percy, 1998, Advertising Communication and Promotion. Management, Edisi Kedua, Singapura ; McGraw-Hill.
- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Shopper, C.D. and J. V. Baird. 1978. *Soil and Soil Management*. Reston Publ. Co., Inc. A. Prentice Hall Co, Reston Virginia.
- Sean Saw Lip, Tan Teck Hong, 2014, Factors Affecting the Purchase Decision of Investors in the Residential Property Market in Malaysia, *Journal of Surveying, Construction and Property (JSCP) Volume 5, Issue 2, p:1-13*
- Sekaran Uma, 2006, *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono, (2004). *Metode Penelitian Bisnis*, CV. Alfabeta Bandung, Bandung.
- Sudharto P. Hadi, 2005, *Dimensi lingkungan perencanaan pembangunan*, Gadjah Mada University Press
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto J. 2001. *Statistik teori dan aplikasi*. Edisi 6. Jakarta : Erlangga.
- Susanto S.A., Alifen R.S, 2017, Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Properti Pada Bangunan Apartemen Middle – Rise Di Surabaya, *ejournal Program Studi Teknik Sipil Universitas Kristen Petra Surabaya*
- Sullivan, (2000), *The Anti-Bullying Handbook*.Oxford University Press
- Theджа J.P.P, dan Wiguna I.P. A., 2013, Analisa Ketertarikan Konsumen Terhadap Properti “Dian Regency 2”, *Jurnal Teknik Pomits, hal:1-5*
- Tjiptono Fandy, 1996, *Manajemen Jasa*, Penerbit Andi, Yogyakarta



- Tjiptono, Fandy dan Diana Anastasia. 2000. *Prinsip dan Dinamika Pemasaran* ed.1. J & J Learning, Yogyakarta
- Wahyu, Hidayati dan Harijanto,Budi. 2003. *Konsep DasarPenilaian Properti*. BPFE. Yogyakarta
- Widyasari Suzy dan Fifilia E.T, 2009, Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah (Studi pada Perumahan Graha Estetika Semarang), *TEMA Vol 6 edisi 2, hal 159 - 169*
- Wirawan. (2002). *Profesi dan Standar Evaluasi*. Jakarta: Yayasan & UNHAMKA PRESS
- Wiris Sutiono. 2000. Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk TV Warna Digitec Di Kotamadya Semarang. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*. Vol 1. No. 1
- Wu, C., & Luan, C.-C. (2007). Exploring Crowding Effects on Collectivists' Emotions and Purchase Intention of Durable and Non-Durable Goods in East Asian Night Markets. *Journal of International Consumer Marketing*, 20(1)
- Zikmund, W., Alessandro, S.D., Winzar, H., Lowe, B., dan Babin, B. (2014). *Marketing Research* (edisi 3). Cengage Learning, South Melbourne.