

## Daftar Pustaka

- Armstrong, G., & Kotler, P. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson.
- Atlas Stock. (2016, November 25). *Sistem Manajemen Properti*. Dipetik Januari 16, 2017, dari atlas stock: <https://id.atlastock.com/stock?stage=all>
- Binakarya Propertindo Group. (2016, November 25). *Company Profile*. Diambil kembali dari Binakarya Propertindo Group: [www.binakarya.propertindo.co.id](http://www.binakarya.propertindo.co.id)
- Binakarya Propertindo Group. (2016, November 25). *Projects*. Dipetik November 21, 2016, dari Binakarya Propertindo: <http://www.binakaryapropertindo.co.id>
- Bramantoro, T. (2016, August 2). *Teknologi Digital dan Sosial Media Ubah Pemasaran dan Bisnis*. Dipetik 2017, dari Tribun Bisnis: <http://www.tribunnews.com/bisnis/2016/08/02/teknologi-digital-dan-sosial-media-ubah-pemasaran-dan-bisnis>
- Chaffey, D. & Fionna, E, C. (2012). *Digital Marketing, Fifth Edition*. London: Pearson Education Limited.
- Chaffey, D., & Smith, P. (2002). *E- Marketing Excellence : Planning and optimizing your digital marketing*. London: Elsevier.
- Direktori Training Indonesia. (2015, March). *direktoritraining*. Diambil kembali dari Perkembangan properti bisnis di Indonesia: <http://direktoritraining.com/perkembangan-bisnis-properti-di-indonesia/>
- Durianto, D., Sugiarto, & Budiman, L. J. (2004). *Brand equity ten strategi memimpin pasar*. Jakarta: PT. Gramedia Pusaka Utama.
- Giesel, L. L., & Joseph, C. A. (2000). Defining Consumer Satisfaction,. *Academy of Marketing Science Review*, <http://www.amsreview.org/articles/giese01-2000.pdf>.
- Hariadi, B. (2004). *Manajemen Strategi "Perumusan Strategi Untuk Memenangkan Bisnis*. Malang: Bayu Media Persada.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2013). *Consumer Behaviour*. New York: McGraw-Hill Companies.
- Heise, D. R. (1970). The Semantic Differential and Attitude Research. Dalam R. McNally, *Attitude Measurement* (hal. 235-253). Chicago: Rand McNally and Company.

- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Edisi Milenium.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2013). *Marketing Management 14 edition*. Essex: Pearson.
- Kottler, P., & kevin, K. L. (2012). *Marketing Management 14th Edition*. New Jersey: Pearson.
- Peter, P. J., & Olson, J. C. (2002). *Consumer behaviour and marketing strategy*. Boston: Ricard D Irwin Inc.
- Priyatno, D. (2010). *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Medikom.
- Robbins, S. (2006). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT. Indeks, Gramedia.
- Ryan, D., & Calvin, J. (2009). *Digital Marketing : Marketing Strategies for Engaging Digital Generation*. London: Kogan Page Limited.
- Schiffman, L. G., & Lesli, K. L. (2000). *Consumer behaviour*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behaviour 11th edition*. Essex: Pearson.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Cetakan Kedua*. Jakarta: Prenata Media.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna, & Parwitra. (2001). *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*. Bandung: PT. Remaja rosda karya.
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Wulandari, R., & Putra, Y. M. (2016, September 22). *Memaksimalkan Pemasaran Produk di Era Digital*. Dipetik 2017, dari Republika.co.id: <http://trendtek.republika.co.id/berita/trendtek/internet/16/09/21/odv3cw284-memaksimalkan-pemasaran-produk-di-era-digital>