

REFERENCES

- Assauri, S. (2011) *Basic Marketing Management concept and strategy*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, pp. 168-169.
- Atmoko, T.P.H. (2018) Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Cavinton Hotel Yogyakarta, *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation* Volume 1, Nomor 2.
- Christian, (2010) Analisis Strategi Pemasaran pada Agrowisata Kebun Tanaman Obat Karyasari Kecamatan Leuwiliang Kabupaten Bogor.
- Fitri. (2017) Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Rumah Griya Mulya Asri Di Kota Makassar, *Jurnal Riset Edisi XVI*, Vol.3.
- Hikmah, Nur. (2020) Analisis Pemasaran Dan Efektivitas Penggunaan Sosial Media Instagram Terhadap Penjualan Tanah Kaveling Pada PT.Mah Sajajar Djaya Banjarmasin, Diploma Thesis Universitas Islam Kalimantan Mab, Indonesia.
- Mujahidin, A., and Khoirianingrum, I. (2019), The Analysis of Segmentation, Targeting, Positioning (STP) on Zakiyya House Bojonegoro, IKIP PGRI, Bojonegoro.
- Mulyadi, Dedi., et al. (2012) Marketing Strategy Analysis of Non-Bank Institution Services at PT Oto Multiartha Karawang, *Management Journal*, Vol. 09 No., pp. 590-591.
- Nabilla, A.G, et al. (2021) Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Pada Diva Karaoke Rumah Bernyanyi Di Kota Timika, *Jurnal Kritis*, Volume 5, Nomor 2.
- Putri, M.M. (2020) Pengaruh Efektivitas Penjualan Dan Kebijakan Potongan Harga Terhadap Penjualan Tanah Kavling Di Alesha Property, *Jurnal Ekonomi Mahasiswa (JEKMA)*, e-ISSN, p-ISSN 2715-9094.

- Pondaag and Soegoto, (2016) Evaluasi Strategi Promosi dan Penjualan Terhadap Keunggulan Bersaing PT. Astra Graphia, Tbk Cabang Manado, Jurnal EMBA, 4, 133-143.
- Rahayu. (2012) Penerapan Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Pengunjung Pada AgrowisataWisataSondokoro, Skripsi.
- Rahmawati, Dwi et al. (2019) Factor Influencing Customers, Purchase Decision of Residential Property in Selangor, Post Graduate Centre, Management and Science University, University Drive, Off Persiaran Olahraga, Section 13,40100, Selangor, Malaysia.
- Rahmi, Artiningsih, D.W., Yulianti, F. (2020) Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Tanah Kavling Pada Pt.Mah Sajajar Djaya Di Banjarmasin, Diploma Thesis Universitas Islam Kalimantan Mab, Indonesia.
- Rihati, et al. (2019) Strategi Pemasaran Agrowisata Royal Cocoa Sebagai Wisata Edukasi di Banjar Wongaya Beten Mengesta Kecamatan Penebal Kabupaten Tabanan, Jurnal Pariwisata Budaya, 4(2), 9-16.
- Rosnaini. (2018) *Analisis Strategi Segmentation, Targeting, Positioning (STP) pada PT. Kumala Celebes Motor (Mazda Makassar)*, Makassar.
- Sefudin, A. (2017) Redefnisi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) “4P” ke “4C”: (Studi Kasus Pada Universitas Indraprasta PGRI), Journal IPPMunindra.
- Wibowo. (2018) Strategi Pemasaran Produk. Journal Manajemen, 29-38.
- Wijaya, I, et al. (2013) The Influence of Brand Image on Consumer Loyalty, Journal of Management Science, Vol. 1 No.3, p. 911.
- Woon, L., et al. (2020) Strengthening the Marketing Strategies for the Traditional Property Developer in Malaysia, School of Business, Universiti Utara Malaysia, Malaysia.