

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiasari, D. (2024, January 28). Gading Serpong Jadi Kawasan Elit Properti dalam 10 Tahun, Bagaimana Prospeknya Kini? <https://www.detik.com/properti/berita/d-7164417/gading-serpong-jadi-kawasan-elit-properti-dalam-10-tahun-bagaimana-prospeknya-kini>.
- Arfin, Y., & Noviyanti, S. (2022, December 23). Punya Daya Tarik Tersendiri, Ini Alasan Tinggal di Kota Mandiri Jadi Pilihan Tepat. <https://www.kompas.com/properti/read/2022/12/23/201300321/punya-daya-tarik-tersendiri-ini-alasan-tinggal-di-kota-mandiri-jadi>.
- Badan Pusat Statistik. (2023). Kabupaten Tangerang Dalam Angka 2023. Badan Pusat Statistik Kabupaten Tangerang.
- Bari, A., Hidayat, R., Hirarki Maslow, T., Pembelian, K., Merek, C., Studi Manajemen, P., Ekonomi dan Bisnis, F., Muhammadiyah Palembang Alamat, U., Jend Ahmad Yani, J., & Palembang Sumatera Selatan, U. (2022). Teori Hirarki Kebutuhan Maslow Terhadap Keputusan Pembelian Merek Gadget. *MOTIVASI Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7. <http://jurnal.um-palembang.ac.id/motivasi>
- Blakeman, R. (2015). *Integrated Marketing Communication: Creative Strategy from Idea to Implementation* (Second Edition).
- Dietrich, G. (2020, February). *What is The PESO Model?* <https://medium.com/@ginidietrich/what-is-the-peso-model-ea891b8a153f>.
- Irdewanti, E., Setianti, Y., Raya, J., Sumedang, B., 21, K. M., Jatinangor, K., Sumedang, K., & Barat, J. (n.d.). Strategi *Content Marketing* Suara Telfon untuk Meningkatkan *Brand Awareness* (Studi Kasus Content Marketing Avoskin di Instagram @Suaratelfon). *Jurnal Common* |, 7, 2023. <https://doi.org/10.344010/common>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (Seventeenth Edition). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0 Moving from Traditional to Digital*.
- Lahandi Baskoro, M. (2020). *The PESO Model Implementation on Online Marketing Strategy Design for Visual Communication Design Study Program*. 3, 45–50. <http://journal.ubm.ac.id/index.php/titik-imaji/>
- Musburger, R. B., & Kindem, G. (2012). *Introduction to Media Production: The Path to Digital Media Production* (Fourth Edition).

- Mutiah. (2021). Komunikasi Pembelajaran Berbasis Daring Untuk Anak Berkebutuhan Khusus di Sekolah Inklusi. *Jurnal Translitera*, 10(1).
- Pandrianto, N., & Genep Sukendro, G. (2018). Analisis Strategi Pesan *Content Marketing* Untuk Mempertahankan *Brand Engagement*.
- Pratama, R. P. (2020). Kebutuhan Sarana dan Prasarana Umum di Perumahan Joyogrand Kota Malang Berdasarkan Persepsi Masyarakat. Institusi Teknologi Nasional Malang.
- Shaw, M., & Lingwood, G. (2022). *Copywriting: Successful Writing for Design, Advertising, and Marketing* (Third Edition).
- Sumarwan, U. (2014). Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, Ghalia Indonesia.
- Suprono Wahyujatmiko, R., Purwanto, W. R., Hilmy, M., & Azhari, R. (2023). Pemasaran Melalui *Platfom* Instagram Dengan *Strategi Funnel Marketing* (Vol. 2, Issue 1).
- Thompson, J. D., & Weldon, J. (2022). *Content Production for Digital Media: An Introduction*.
- Tuckwell, K. J. (2014). *Integrated Marketing Communications: Strategic Planning Perspectives* (Fourth Edition).

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA