

BIBLIOGRAPHY

- Anisah, A. (2024). Evaluasi Benchmarking sebagai Strategi dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(2), 1934. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i2.5466>
- As Alukal Huda Mei Fani, M., Naser Daulay, A., & Harianto Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, B. (2024). Strategi Konten Kreatif Dalam Membentuk Citra Merek Di Media Sosial (Studi Kasus Pada Usaha Konten Kreatif Yelo Studio). *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 7(3). <https://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/ganaya307>
- Awaludin, M. I., Satya, S., & Wardhana, M. (2024). *Pengaruh Elemen Visual pada Konten Feeds Instagram @ P3SMANDIRI dalam meningkatkan Brand awareness*. 9, 529–544.
- Brestilliani, L. (n.d.). *PENGARUH BRAND AWARENESS , BRAND AMBASSADOR , DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA MARKETPLACE SHOPEE (Studi Pada Mahasiswa Stiesia)*.
- Chairini, R., Widyasari, M., Aulia, D. N., Arsitektur, D., Teknik, F., & Sumatera, U. (2017). *TIPOLOGI PERUMAHAN TERENCANA BERDASARKAN KRITERIA LAYAK HUNI*. 0(02), 132–137.
- Deva Satria Pamungkas, Indra Bahari Saputra, & April Laksana. (2024). Strategi Komunikasi Digital Melalui Media Sosial Untuk Membangun Kepercayaan Konsumen. *Konsensus : Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 88–94. <https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.461>
- Fathurahman, D., Maharani, S., Hodizah, S., & Mazia, L. (2024). *IMPLEMENTASI DESIGN THINKING DALAM PENGEMBANGAN BISNIS UMKM MELALUI PLATFORM INSTAGRAM : STUDI KASUS*. 03(1), 8–17.
- Firayanti Yuni, Marhamah, Syaifuddin Muhammad Syarif, Wulansari Fidia, Saputra Suchmawan Edy, Cahyanto Fajar, Tawil Hamzah, Jamani Rosadi, Andrian Jun, & Mahardika Tubagus. (2024). *PEMASARAN DIGITAL & MEDIA SOSIAL* (Firayanti Yuni (ed.)). www.unukalbarpress.com
- Legas, Z., Btari, F., Purwaamijaya, M., & Nuryadin, A. (2026). *Pengembangan Strategi Campaign Menggunakan Metode Design Thinking Pada Aster Florist*. 4(4), 8866–8873.

- Margono, H. (2022). Pemasaran Strategik Hery Margono 2022. *Pemasaran Strategik*, 193.
- Marsabessy, R. E., & Adristy, Talitha, Taryana, A. (2025). *STRATEGI DESIGN THINKING UNTUK MEMBANGUN BRAND AWARENESS MALCCA : JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. 9(2), 2679–2690.
- Mesakh, & Susanto, D. (2025). *Sosialisasi strategi branding produk dan manajemen pemasaran bagi siswa smk nurul huda baros guna meningkatkan daya saing usaha*. 153–164.
- Muliani, F., Arsitektur, P. S., Teknik, F., Almuslim, U., Studi, P., Sipil, T., Teknik, F., Almuslim, U., Program, M., Arsitektur, S., Teknik, F., Almuslim, U., Huni, R. L., & Termal, K. (2024). *PENDEKATAN KENYAMANAN TERMAL DI DESA KEUPULA*. 01(0), 51–62.
- Pamungkas, T. P., & Bawono, S. E. (2025). *Konsep Rumah Sehat dalam Konteks Rumah Tidak Layak Huni (RTLH) The Concept of a Healthy Home in the Context of Uninhabitable Housing (RTLH)*. 01(01), 1–9.
- Patmawati, S., & Sukardi, Y. O. (2025). *THE INFLUENCE OF CONTENT QUALITY AND CONTENT MARKETING ON AUDIENCE ENGAGEMENT ON INSTAGRAM AT THE GENFUN ACCOUNT*. 1(3), 526–537.
- Randi Saputra, & Faizal Adiprasetya Purnama Pulungan. (2024). *Proyek Pemasaran Digital di Sosial Media dan E- Commerce Melalui Pembuatan Content Marketing dan Advertising Campaign Untuk Meningkatkan Brand Awareness Racabel*. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(5), 149–163.
<https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i5.1292>
- Rojikun, A., Darda, A., Manajemen, P. S., Teknologi, U., & Jakarta, M. (2025). *Optimizing Business Communication Strategy to Increase Consumer Interest in Purchasing in the Digital Era Program Studi Manajemen , Universitas Mohammad Husni Thamrin Abstrak PENDAHULUAN global . Perkembangan teknologi informasi , internet , dan perangkat mobile telah melahirkan berinteraksi melalui platform online . Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang merek dan potensi penjualan .* 6(2), 90–101.
- Saniah, N. (2025). *Strategi Komunikasi Efektif dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Era Digital*. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Komputer Dan Sains*, 3(1), 355–

360. <https://prosiding.seminars.id/sainteks>

Saputra, D. (2025). *Konten Edukasi sebagai Media Pemasaran dalam Meningkatkan Literasi Konsumen di Era Digital*. 246–258.

Suharno, Y., & Adianti, I. (2024). *Kajian penilaian kondisi fisik hunian di dalam mangkubumen*. 3(2), 100–108. <https://doi.org/10.37477/lkr.v3i2.601>

Wahyudi, D. (n.d.). *Peran Arsitektur dalam Meningkatkan Kualitas Hidup di Perkotaan*.

Wahyudi, H., Sasetio, J., Fikriy, M., Nurfauzan, N., & Nurlela, S. (2023). *IMPLEMENTASI METODE DESIGN THINKING PEMASARAN DIGITAL*. 02(1), 39–44.

Rumah123. (2024). 123 Property Recap 2024: The Youth Moves. Diakses dari <https://www.rumah123.com/pressroom/product-releases/123-property-recap/>

Pinhome Research Team. (2024). Indonesia Residential Market Report Q1 2024. Diakses dari <https://www.pinhome.id/research/market-report/indonesia-residential-market-report-2024-q1>