

DAFTAR PUSTAKA

- A Yani Ranius, (2014). Hubungan Pemasaran Secara *Online* Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian. *Seminar Nasional inovasi dan Trend 2014*
- Abdul Latief, (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen dan Keuangan 7 (1) 90-99.*
- Abzari, Mehdi, Reza A. Ghassemi, dan Leila N. Vosta. 2014. Analysing The Effect of Social Media on Brand Attitude and Purchase Intention: The Case of Iran Khodro Company. *Journal of Social and Behavioral Sciences, Vol. 143, No. 71, Hal: 822-826.*
- Amalia R, Moris adidi Y. (2015). Pengaruh Pemasaran *Online* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dikalangan Mahasiswa. *Valuta 1 (1), 149-172.*
- Andhanu C, et al. (2014). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Pada GSM IM3 Angkatan 2011/2012 dan 2012/2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis 12 (1).*
- Arafah, Y. (2022). Keputusan Pembelian Produk. PT Inovasi Pratama internasional.
- Citra Sugianto P. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis 1 (5), 594-603.*
- Dakhi, Yohanes. 2020. Analisis Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Paguyuban Bakery and Cake Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis, Volume 5.*
- Danis Imam B. (2018). Analisis Pengaruh Diversifikasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada UKM Gula Kelapa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis 10 (19).*
- Ferdinand, Augusty. 2014. Metode Penelitian Manajemen. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Geofakta R, et al., (2022). Pengaruh Promosi Diskon dan Gratis Ongkir Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisplin Indonesia 2 (3), 482-491*
- Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. 9th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunelius, S. (2011), 30 minute Social Media Marketing: Step by Step Techniques to Spread the Words about your Business, McGraw-Hill: USA.

- Handayani, R. (2020). Metodologi Penelitian Sosial. In Jakarta: Bumi Aksara (Cetakan 1, Issue April). *Trussmedia Grafika*. https://difarepositories.uin-suka.ac.id/152/1/metodologi_penelitian_sosial.pdf. ISBN: 978-623-909-843-8.
- Harianto, Kukuh. (2016). Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Volume Penjualan Batik Tulis Aulya Kediri. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 1 (3) 266-74.
- Hasan, A. 2013. Marketing. Cetakan Pertama. Media Pressdindo, Yogyakarta
- Hermawan, L. 2015. Dilema Diversifikasi Produk: Meningkatkan Pendapatan atau Menimbulkan Kanibalisme Produk?. *Jurnal Studi Manajemen*. Volume 9 (2).
- Ira S., et al (2017). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Online Dalam Peningkatan Penjualan dan Laba Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 13 (1).
- Kannan, P.K., Hongshuang A.L. (2017). Digital Marketing: A Framework, Review, and Research *Internasional Journal of Research in Marketing* 34: 38-39. (19/08/2019).
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. 15th ed. Global Edition. Pearson.
- Kotler, P, Bowen , J.T & Makens, J. (2014). Marketing Hospitality and Tourism: sixth Edition. London: Person Education Limited.
- Kristian Wahyu & Nurul H (2023). Pengaruh Diversifikasi Produk, Strategi Promosi, dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Aplikasi Bisnis* 9 (1), 55-60.
- Kyky M.B., et al (2021). Pemanfaatan Sistem Pemasaran Online dan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Pembelian Konsumen pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Online Shop Manado). *Jurnal EMB: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 9 (2), 2021.
- Limakrisna, Nandan., Togi Parilun Purba (2017), Manajemen Pemasaran, Teori dan Aplikasi Bisnis di Indonesia, Edisi 2, Jakarta: Mitra Wacana Dewasa.
- Lucius H. (2015). Dilema Diversifikasi Produk Meningkatkan Pendapatan atau Menimbulkan Kanibalisme Produk. *Journal Of Management Studies* 9 (2).
- Luthfiya, (2014). Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Pada Siswa-Siswi SMA Yayasan Pendidikan Harapan 3 Medan. *Skripsi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatra Utara*.
- M. Abdul Kohar S., et al (2022). Literature Review Keputusan Pembelian dan Minat Beli Konsumen pada Smartphone: Harga dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial* 3 (1), 301-312, 2022.
- Nurul Ain, & Ririn Tri R, (2015). Pengaruh Citra Merek Melalui Sikap Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Pada Produk Busana Muslim Zoya di Surabaya 1. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori & Terapan* 2 (7), 553-569.

- Nur Laili H. (2018). Pengaruh Viral Marketing, *Online Consumer Riviws* dan Harga Terhadap *Keputusan Pembelian Shopee di Surabaya*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6 (2).
- Riski Rosdiana, et al., (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk *Pakaian Secara Online*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha 11 (1)*, 318-330.
- Rizky, M.F., & Yasin, H. (2014). Pengaruh promosi dna Harga Terhadap Minat Beli *Perumahan Obama OOT*. *Nailah adi Kurnia Sei Mencirim Medan*. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 14 (2) 2067-2075.
- Saidah P.S (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan pembelian pada Konsumen. *Jurnal Ilmiah Psikologi 8 (1)*, 147.
- Santoso, P.Y. (2018). Transformasi Integrated Marketing Communication di Era Digital. *Jurnal Pustaka Komunikasi Online ISSN: 2614-8498 Vol 1 No 2. (24/07/2019)*.
- Sanusi, A. 2014. Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.
- Singh, S. (2017). Examining Factors Influencing Customer Loyalty and Repurchase Intentions in *Online Shopping: An Indian Perspective*. *Indira Management Review*. Vol. 11, No. 2.
- Sudarsono, H. (2020). Manajemen Pemasaran. Jember: Pustaka Abadi.
- Sudiro, Frans. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen *Amdk Amidis Di Semarang*. *Serat Acitya – Jurnal Ilmiah Untag Semarang Volume 7 Nomor 1 , 12-27*.
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. 2012. Manajemen Sumber Daya Manusia. CAPS. Yogyakarta.
- Swastha, Basu. 2013. Manajemen PemasaranI, Edisi Ketiga, Yogyakarta : BPFE
- Taufik A, et al. (2021). Diversifikasi Produk Pendekatan Islamic Ethic Dalam Meningkatkan *Omset Bisnis Retail*. *Jurnal Studi Keislaman 7 (1)*, 1-16.
- Thamrin A. (2013). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, Fandy, dan Anastasia Diana (2020), Pemasaran, Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. (2017). Pemasaran Strategik. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2019). Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2014). Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian, andi Ofiset. *Yogyakarta*.
- Triana Anggraini F, Hanifa Sri N. (2019). Keputusan Pembelian di *Online Shop Pada Pengguna Media Sosial*. *Jurnal Manajeman dan Bisnis 2 (1)*.

- Tri Lestari P.W., & Dita S. (2023). Pengaruh Promosi *Online* dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk UMKM Kopi Kenangan Ruko Ahmad Yani di Bandar Lampung. *Jurnal EMT KITA* 7 (2), 521-529.
- Yohanes Dakhi. et al., (2020). Analisis Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Pembelian Konsumen di paguyuban Bakery and Cake Kabuoaten Nias Selatan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis* 5 (1).
- Yulius Wahyu S. (2021). Pengaruh Marketing *Online* dan E-service Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains Vol 2* (1).

