

DAFTAR PUSTAKA

- Amarazka, .V., & Dewi, R. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Portobello Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 507-513.
- Anwar, N. (2017). Analisis Investigasi Forensik Whatsapp Messenger Smartphone Terhadap Whatsapp Berbasis Web. *Jurnal Ilmu Teknik Elektro Komputer dan Informasi*, 3(1), 1-10.
- Aprilia, G., Herdinata, C., & Padmawidjaja, L. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Graby Bites. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(6), 449-457.
- Arsyanti, N. M., & Astuti, S. R. T. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang. *Jurnal Of Accounting*, 5(2), 1-11.
- Bairizki, A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Valid*, 14(2), 71-82.
- Bulan, T. P. (2016). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 5(1), 431-439.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Jurnal Publiciana*, 9(1), 140-157.
- Fahmeyzan, D. (2018). Uji Normalitas Data Omzet Bulanan Pelaku Ekonomi Mikro Desa Senggigi Dengan Menggunakan Skewness Dan Kurtosi. *Jurnal Varian*, 2(1), 31-36.
- Firmansyah, D. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum Dalam Metodologi Penelitian. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik*, 1(2), 85-114.
- Gultom, D. K. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 171-180.

- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25-34.
- Hanjaya, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Pengetahuan Produk Dan Keragaman Menu Terhadap Keputusan Pembelian Produk Capra Latte. *Jurnal Performa: Jurnal Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(2), 181-190.
- Kartini. (2022). Penelitian Tentang Facebook. *Jurnal Edukasi NonFormal*, 3(2), 146-153.
- Kotler & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008) *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Ke-12*. Jakarta: Indeks.
- Kusuma, D. F. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18-33.
- Liwe, F. (2014). Kesadaran Merek, Keragaman Produk, Dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli Di Kentucky Fried Chicken Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 2107-2116.
- Lukito, W. A. (2020). Pengaruh Promosi Dengan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Ortuseight Pada Masyarakat Tanjung Morawa. *Journal of Economics and Accounting*, 1(2), 90-95.
- Mahendra, B. (2017). Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi). *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(1), 151-160.
- Marlius, D. (2017). Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis Dan Bauran Pemasaran Pada PT. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal pundi*, 1(1), 57-66.
- Pramesti, D. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk Dan Promosi E-Commerce Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 1(1), 27-39.
- Pratiwi, N. A. (2017). Peran Agroindustri Hulu Dan Hilir Dalam Perekonomian Dan Distribusi Pendapatan Di Indonesia. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 14(2), 127-137.

- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212-231.
- Puspitarini, D. S. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- Pustikayasa, I. M. (2019). Grup Whatsapp Sebagai Media Pembelajaran. *Jurnal Ilmiah Pendidikan, Agama Dan Kebudayaan Hindu*, 10(2), 53-62.
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81-95.
- Rohmawati, Z. (2018). Kualitas, Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 1(2), 19-29.
- Rosadi, H. (2023). Ekonomi Industri Pangan Dan Kebijakan Pendukungnya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 10(3), 2015-2029.
- Rozi, I. A. (2021). Pengaruh Harga, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Market Place Shopee. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(5), 2-20.
- Sari, I., Idris, M., & Saripuddin. (2020). Pengaruh Akun Bisnis Media Sosial Instagram, Word Of Mouth Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kue Ulang Tahun Homemade Di Kota Makassar. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(1), 105-122.
- Satrio, B. (2015). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 4(12), 2-15.
- Setianingsih, N. F. (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Keragaman Produk Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Dunkin Donuts Ambarukmo Plaza Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 5(1), 82-90.
- Siahaan, S. D. N., & Putriku, A. E. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 2(2), 31-35.
- Simatupang, W. (2018). Potensi Pengembangan Produk Olahan Pertanian Untuk Mendukung Perkembangan Pariwisata. *Jurnal Muara Sains, Teknologi, Kedokteran dan Ilmu Kesehatan*, 2(2), 549-561.

- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 5(1), 63-71.
- Sopiah, N. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Media Facebook. *Jurnal Ilmu Komputer*, 1(2), 16-20.
- Sulaiman & Suparjono. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Rumah Kue Delina Tangerang Selatan. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Manajemen Dan Bisnis*, 4(4), 767-774.
- Suriani, N. (2023). Konsep Populasi Dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24-36.
- Syamsudin, A. (2014). Pengembangan Instrumen Evaluasi Non Tes (Informal) Untuk Menjaring Data Kualitatif Perkembangan Anak Usia Dini. *Jurnal Pendidikan Anak*, 3(1), 403-413.
- Tobing, F. M. (2016). Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Carrefour Citra Garden Medan). *Jurnal PLANS (Penelitian Ilmu Manajemen & Bisnis)*, 11(2), 149-156.
- Wahyudi, K. D. (2018). Kebijakan Strategis Usaha Pertanian Dalam Rangka Peningkatan Produksi Dan Pengentasan Kemiskinan. *Jurnal Ilmiah*, 11(2), 78-91.
- Yogesh & Yesha. (2014). Pengaruh Sosial Media Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(11), 45-51.
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17-23.