

DAFTAR PUSTAKA

- Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia. 2012.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta. 2016.
- Alquran dan Terjemahan Asy-Syifa. Semarang: Raja Publishing. 2011.
- Alquran dan Terjemahan ed. Keluarga Sa'adah. Surabaya: HALIM. 2013
- Bulan , Tengku Putri Lindung. "Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa". *Jurnal Manajemen dan Keuangan* Vol.6, No.2 (2017). Diakses pada tanggal 15 November 2019 pukul 20.47 WIB. <https://ejournalunsam.id/index.php/jmk/article/view/679>
- Bulan, Tengku Putri Lindung. "Pengaruh Diversifikasi Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jurusan Jasmine Langsa". *Jurnal Manajemen Keuangan* vol.6 no.1 (2017). Diakses pada tanggal 31 Oktober 2019 pukul 22.00 WIB. <https://media.neliti.com/media/publications/196974-nonefa5ef46f.pdf>
- David, Fred R. *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep Edisi 10*. Jakarta: Salemba Empat. 2006.
- Djojosoedarso, Soeisno. *Prinsip-Prinsip Manajemen Risiko & Asuransi*. Jakarta: PT Salemba Empat. 2003.
- Drucker, Peter F. *Manajemen Mencapai Hasil (Tugas Ekonomis dan Keputusan yang Mengandung Risiko)*. Terjemahan oleh Frans Hendra. Jakarta: Gramedia. 1970.
- Gitosudarmo, Indriyo. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE. 2012.
- Guiltian, Joseph P. dan Gordon W. Paul. *Manajemen Pemasaran Strategi dan Program*. Terjemahan oleh Agus Maulana. Jakarta: Erlangga. 1994.
- Hamali, Arif Yusuf. *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*, Jakarta: Prenadamedia Group. 2016.
- Hermawan, Lucius. "Strategi Diversifikasi Produk Pangan Olah Tahu Khas Kediri". *Jurnal JIBEKA* vol.9 no.2 (2015). Diakses pada tanggal 31 Oktober 2019 pukul 22.00 WIB. <http://etheses.uin-malang.ac.id/3505/1/12510011.pdf>

- Hermawati, Adya. “Strategi Bersaing: Butik Malangan Konvensional Melalui Diversifikasi Produk Batik Kombinasi Pada UKM Kelurahan Merjosari Malang”. *Jurnal JIBEKA* vol.11 no.1 (2017). Diakses pada tanggal 31 Oktober 2019 pukul 22.00 WIB. <http://sir.stikom.edu/id/eprint/2006/1/cover-jurnal-ayouvi-jibeka-vol-11-no-1-feb-2017.pdf>
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. *Metode Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPFE. 2002.
- Irawan dkk. *Pemasaran Prinsip dan Kasus*. Yogyakarta: BPFE. 2001.
- Kasidi. *Manajemen Risiko*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2014.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium 2*. Jakarta: Anggota IKAPI. 2002.
- Lamarto, Yohanes. *Fundamentals Of Marketing*. Jakarta: Erlangga. 1984.
- Lestari, Winda Rika. “Diversifikasi Terhadap Risiko dan Kinerja Perusahaan Perbankan di Bursa Efek Indonesia”. *Jurnal Manajemen*. Diakses pada tanggal 31 Oktober 2019 pukul 22.00 WIB. [http://repository.lppm.unila.ac.id/3687/1/LindawatiKandungan klorofil 370-379 fix.pdf](http://repository.lppm.unila.ac.id/3687/1/LindawatiKandungan%20klorofil%20370-379%20fix.pdf).
- Manullang, M. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. 2002.
- Mubarok, Muhammad H. *Strategi Korporat & Persaingan Bisnis Dalam Meraih Keunggulan Kompetitif*. Yogyakarta: Idea Press. 2009.
- Nurman. “Analisis Diversifikasi Produk Pada Perusahaan Asuransi (Studi Kasus Pada PT. Asuransi Jiwa Inhealth Indonesia di Kota Makassar)”. *Jurnal Economic* vol.2 no.1 (2014). Diakses pada tanggal 31 Oktober 2019 pukul 22.00 WIB. <https://ojs.unm.ac.id/economix/article/download/3900/2264>.
- Pearce II, John A. dan Richard B. Robinson Jr. *Manajemen Strategis Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian Edisi 12*. Jakarta: Salemba Empat. 2014.
- Purnomo, Bambang dan Bambang Raditya Purnomo. “Pengembangan Produk dan Inovasi Produk Pada Teh Hijau Cap Pohon Kurma (Studi Pada PT Panguji Luhur Utama)”. *Jurnal Maksipreneur* vol.VI no.2 (2017). Diakses pada tanggal 31 Oktober 2019 pukul 22.00 WIB.

<https://ejournal.up45.ac.id/index.php/maksipreneur/article/view/300>.

- Rachmat. *Manajemen Strategik*. Bandung: Pustaka Setia. 2014.
- Rambe, Yuli Mutiah dan Syaad Afifuddin. “Pengaruh Pencantuman Label Halal Pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Al-Washliyah Medan)”. Vol.1 No.1 (2012). Diakses pada tanggal 15 November 2019 pukul 20.47 WIB. <https://jurnal.usu.ac.id/index.php/edk/article/view/616>.
- Sabariah, Etika. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2016.
- Sanusi, Anwar. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat. 2014.
- Segati, Ahda. “Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* Vol.3 No.2 (2018). Diakses pada tanggal 15 November 2019 pukul 20.48 WIB. <https://journal.febi.uinib.ac.id/index.php/jebi/article/view/175>.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta. 2012.
- Tciptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI. 2000.
- Thidi, <https://thidiweb.com/pengertian-diversifikasi/>. Diakses pada tanggal 31 Juli 2019 pada pukul 22.38 WIB.
- Widyaningrum, Premi Wahyu. “Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Pembelian Kosmetik Melalui Variabel Persepsi Sebagai Mediasi (Studi Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo)”. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* Vol.2 No.2 (2019). Diakses pada tanggal 15 November 2019 pukul 20.48 WIB. <http://ejournal.unipma.ac.id/index.php/capital/article/download/3984/2050>.
- Wijaya, Wirawan Surya dan Ronny H. Mustamu. “Analisis Pengembangan Produk Pada Perusahaan Tepung Terigu di Surabaya”. vol.1 no.1 (2013). Diakses pada tanggal 31 Oktober 2019 pukul 22.00 WIB. <https://www.neliti.com/publications/35998/analisis-pengembangan-produk-pada-perusahaan-tepung-terigu-di-surabaya>.