

DAFTAR PUSTAKA

- Andora, M., & Yusuf, A. Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Pelanggan Pada Platform Shopee. *Manajerial: Jurnal Manajemen Dan Sistem Informasi*, 20(2), 208-216.
- Apriliyani, S., Suranadi, L., Wirawan, S., & Chandradewi, A. A. S. P. (2019). Ketepatan pemorsian sayur terhadap standar porsi makanan biasa. *Jurnal Gizi Prima (Prime Nutrition Journal)*, 4(2), 97-105
- Ariyono, K. Y. (2021, September). Purchase Decision: Is The Atmosphere Store, Location And Diversity Of Products Caused?. In *Proceedings Progress Conference* (Vol. 4, No. 1, pp. 9-15).f
- Astasari, M. O., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh viral marketing dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli konsumen. *JURNAL MANAJEMEN*, 13(2), 195-203
- Baiti, T. F. N., Tresnati, R., & Malik, M. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Sate SOS di Kota Bandung. *Prosiding Manajemen*, 6(1), 128-132
- Brata, B. H., Husani, S., & Ali, H. (2017). The influence of quality products, price, promotion, and location to product purchase decision on Nitchi at PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(4), 357-374.
- Cahyani, F. G., & Sitohang, S. (2016). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(3)
- Christhie, F. (2021). Pengaruh E-Service Quality Dan Food Quality Terhadap E-Customer Loyalty Melalui E-Customer Satisfaction Pada Toko Online Makanan Nanda's Kitchen Di Instagram. *Agora*, 9(2).
- Furqon, M. A. (2020). Pengaruh Viral Marketing dan Turbo Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 79-90.
- Haque, M. T., & Samboro, J. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Joni Batu. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5(1), 226-229.
- Hidayati, N. L. (2018). Pengaruh Viral Marketing, Online Consumer Reviews dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Shopee di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(03), 77-84.
- Hikmah, B. R., Tresnati, R., & Mahani, S. A. E. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Store Location Terhadap Kepuasan Konsumen Jardin Café© Bandung. *Prosiding Manajemen*, 6(2), 1138-1143.

- Holwati, R., Setyowati, T., & Reskiputri, T. D. (2021). Pengaruh Viral Marketing, Online Marketing, Dan Store Location Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus Pada UMKM Arsa Holtikultura Desa Karangsono). *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 6(2), 157-163.
- Iskandar, D., & Nasution, M. I. B. (2019, October). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU). In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 128-137).
- Kuhu, T. T., Tumbel, A. L., & Wenas, R. S. (2019). Pengaruh viral marketing, celebrity endorser, dan brand trust terhadap keputusan pembelian di Sang Pisang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3).
- Limbeng, I. P., Lapian, J. S., & Loindong, S. S. (2020). Pengaruh Store Location Terhadap Loyalitas Dan Kepuasan Konsumen Pada What's Up Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(1).
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya uji asumsi klasik pada analisis regresi linier berganda (studi kasus penyusunan persamaan allometrik kenari muda [canarium indicum l.]). *Barekeng: Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*, 14(3), 333-342.
- Marlius, D. (2017). Keputusan pembelian berdasarkan faktor psikologis dan bauran pemasaran pada PT. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal pundi*, 1(1).
- Masrul, M., & Karneli, O. (2017). *Pengaruh Store Atmosphere dan Store Location terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Produk Texas Chicken Plaza Citra Pekanbaru)* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Maulana, T., & Susandy, G. (2019). The Influence of Viral Marketing and Price Discounts through Social Media Instagram to Purchase Decision on Marketplace Shopee. *DIMENSIA (Diskursus Ilmu Manajemen STIESA)*, 16(2), 8-8.
- Melati, R. S. (2020). Pengaruh Harga Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2).
- Mustikasari, A., & Widaningsih, S. (2019, May). The influence of viral marketing toward brand awareness and purchase decision. In *1st International Conference on Economics, Business, Entrepreneurship, and Finance (ICEBEF 2018)* (pp. 647-650). Atlantis Press.
- Nggilu, M., Tumbel, A., & Djemly, W. (2019). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian

Pada Geprek Benu Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3).

Nurjaya, N., Erlangga, H., Oktarini, R., Sunarsi, D., & Jasmani, J. (2021). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Wahana Motor Di Wilayah Cianjur. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(2), 291-296

Pengaruh Social Media Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Image Pada Scarlett-Whitening Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 11(1), 21-29.

Priyambodo, P. (2015). Analisis Aksesibilitas dan Level of Service Angkutan Jalan Lintas Surabaya–Kediri. *Warta Penelitian Perhubungan*, 27(2), 129- 137

Ramadani, M. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian di toko handphone. *IQTISHADequity jurnal MANAJEMEN*, 1(2).

Santy, R. D., & Atika, S. D. (2020, January). Purchasing decisions in terms of perceived quality and product knowledge. In *International Conference on Business, Economic, Social Science, and Humanities–Economics, Business and Management Track (ICOBEST-EBM 2019)* (pp. 94-99). Atlantis Press.

Septiani, M., & Zulfikar. R (2019). Pengaruh Green Product dan Green advertising Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Lemonilo Di Toko Organic bandung (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).

Setiawan, M. F. (2013). Analisa pengaruh food quality dan brand image terhadap keputusan pembelian roti kecil toko roti Ganep's di Kota Solo. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(1).

Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Literasi Media Publishing.

Sofiah, B. D., & Achyar, T. S. (2008). Buku Ajar Kuliah Penilaian Indra. Cetakan ke-1). Jatinangor: Universitas Padjadjaran.

Susilawati, E., & Dhaniawaty, R. P. (2019). Pengaruh Ict Dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Sistem Informasi Unikom Pengguna Online Shop). *Majalah ilmiah UNIKOM*, 17(1), 43-52.

Susilowati, R., Edriana Pangestuti, & Aniesa Samira Bafadhal. (2019). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei Online pada Konsumen King Mango yang Merupakan Followers Akun Instagram @Kingmangosurabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*.

Tanjung, A. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal manajemen Pelita Bangsa*, 5(03), 1-18.

Tendean, M. R., Mananeke, L., & Roring, F. (2020). Pengaruh viral marketing,

store location dan food quality terhadap keputusan pembelian di Mcdonald's Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(1).

Weliani, S. (2015). Analisa Pengaruh Food Quality, Service Person Customer Orientation, Dan Physical Environment, Terhadap Repurchase Intention, Melalui Customer Satisfaction. *Ultima Management: Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1), 39-61.

Yulianti, B. A., & Satya, I. (2021). Pengaruh E-Service Quality, Food Quality, Dan Customer Satisfaction Melalui Perceived Value Terhadap Behavioral Intention Pada Pelanggan Gofood Di Wilayah Dki Jakarta. *Solusi*, 19(4), 314-326.

<https://cerdasco.com/manfaat-produk/> di akses pda tgl 15 sept jam 23.15

<https://kids.grid.id/read/473138169/dampak-positif-dan-negatif-punya-kebiasaan-menu-makanan-yang-sama-setiap-hari-apa-saja?page=all> di akses pada tgl 15 sept 23.22

<https://binus.ac.id/malang/2020/12/beberapa-definisi-tentang-data-informasi-dan-sistem-informasi-menurut-beberapa-ahli/> 16 sept 00.25

<https://cerdasco.com/sumber-informasi-produk/> 15 sept 22.45

<https://creatormedia.my.id/pengertian-angkutan-umum-menurut-para-ahli/> 15 sept 22.46

<https://entrepreneurcamp.id/keuntungan-memberikan-diskon/>

<https://koinworks.com/blog/meningkatkan-kepercayaan-konsumen/>

<https://business.bridestory.com/blog/pentingnya-customer-appreciation-sebagai-indikator-kepuasan-pelanggan>

<https://indobubbletea.blog/2016/09/30/mengapa-tampilan-makanan-yang-unik-menjadi-penting-bagi-usaha-cafe-dan-restoran/#:~:text=Penampilan%20membuat%20makanan%20menjadi%20terlihat,kita%20sebagai%20konsumen%20merasa%20dihargai.&text=Penampilan%20makanan%20juga%20dapat%20dijadikan%20ciri%20khas%20outlet%20itu%20sendiri.iri.>

<https://www.hipwee.com/list/pentingnya-seni-food-plating-dalam-dunia-culinary-chef-yosi-warsa-mengungkapkan-rahasiannya/>

<https://www.republika.co.id/berita/p7um1u415/informasi-kandungan-makanan-memengaruhi-cita-rasa> <https://www.republika.co.id/berita/p7um1u415/informasi->

[kandungan-makanan-memengaruhi-cita-rasa](#)

<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3588011/ini-alasan-ilmiah-mengapa-aroma-makanan-bisa-bikin-lapar>

