

DAFTAR LITERATUR

- Abdurohim, M.N., Komariah, K., & Danial, R. D. M. (2021). Celebrity Endorsement and Content Instamarketing of Purchase Intention Beauty Products. *Almana: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 278–283. <https://doi.org/10.36555/almana.v5i2.1689>
- Alaidrus, S. (2016). Industri kreatif sumbang 7,05 persen PDB nasional. In *Antara News*. <http://www.antaraneews.com/berita/547960/industri-kreatif-sumbang-705-persen-pdb-nasional>. Diakses pada 7/12/2023
- Alhabash, S. et al. (2015) „To comment or not to comment?: How virality, arousal level, and commenting behavior on YouTube videos affect civic behavioral intentions“, *Computers in Human Behavior*. Elsevier Ltd, 51(PA), pp. 520–531
- Amin, NF, Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *PILAR*, 14 (1), 15-31.
- Arfah, Y., Nasution, B., & Siregar, RJ (2022). Keputusan Pembelian Produk. PT Inovasi Pratama Internasional. *Astuti, Miguna*. (November 2021). *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Media Sosial Digital*.
- Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, MRM, Trenggana, AFM, Sholihah, DR, Ariyanti, M., ... & Bancin, JBB (2023). *Manajemen Pemasaran*.
- Alma, B. (2018). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Buchari Alma.
- Djollong, AF (2014). Tehnik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif. *Istiqra: Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran Islam*, 2 (1).
- Hamdani, M. Y., & Mawardi, M. K. (2018). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurna Administrasi Bisnis*, 60(1), 163–171.
- Hair. (2017). *A primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.
- Handaruwati, D., & Dewi, A.M. (2018). Pengaruh Viral Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Produk Camilan Khas Daerah Secara Online. *Bisnis & Manajemen*, 04(02), 125–138.
- Irawan, A., & Misbach, I. (2020). Pengaruh viral marketing dan endorser terhadap keputusan pembelian dengan brand awareness sebagai variabel intervening. *MBR (Tinjauan Manajemen dan Bisnis)*, 4 (2), 112–126.
- Irwansyah, A., & Mappadeceng, R. (2018). Pengaruh E-service Quality Terhadap Customer Satisfaction Pada Toko On Line Buka Lapak. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 3(2), 12–19. <https://doi.org/10.33087/jmas.v3i2.50>
- Karya, H. (2019). Pengaruh Variasi Menu, Harga Dan Suasana Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen Warunk Upnormal Di Kota Makassar (Disertasi Doktor).

- Kurniawati, O., & Arinada, R. E. (2022). Pengaruh e-commerce dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian pada Gerai Ayam Mercon Surabaya. *Jurnal Eksekutif*, 19(02), 139-148.
- Krisna, A., Adetiya, L., Nur, F., & Shodikin, R. (2021). *Riset Populer Pemasaran Jilid 1*. Media Sains Indonesia.
- Kotler, P. (2016). *Kotler tentang pemasaran*. Simon dan Schuster.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1, terj. Bob Sabran (Jakarta: Erlangga, 2008), 12.
- Kotler, P., & Keller, K. (2015). *Manajemen pemasaran edisi ke-14*. Aula Prentice.
- Kotler Philip & Armstrong Gary. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 jilid 1*.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Jakarta: salemba empat.
- Mahendra, A. H. (2019) Pengaruh Harga, Promosi, Dan Viral Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Swiwings Chicken di Jember.
- Mangkunegara. (2017). *Perilaku Konsumen Dan Keputusan Pembelian* (Amirullah (ed.)). Tim MNC Publishing.
- Nasrullah, R. (2016) *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosoteknologi*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, D. M. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Layanan, dan Harga Produk Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Prabayar Telkomsel. *Jurnal OE*, 7(2), 158–174.
- Ozdemir, B., & Caliskan, O. (2014). A review of literature on restaurant menus: Specifying the managerial issues. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 2(1), 3–13. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2013.12.001>
- Permana, A. E., & Yusnita, R. T., S. (2022). The Effect Of Caf Menu Variations And Atmosphere On Competitive Advantage (Case Study on Volkswagen Café in Tasikmalaya). *Journal of Indonesian Management*, 2(3), 719–726.
- Rachmad, Yoesoep E., dkk. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Disunting oleh Atmodjo, Sunarno S. Eureka Media Aksara.
- Riadi, M. (2020). *Viral Marketing (Pengertian, Aspek, Karakteristik, Komponen dan Kelebihan)*. Diakses pada 3/2/2024
- Rizal, M., & Yudha, J. (2019). Prilaku Generasi Milenial dalam Memilih Warung Kopi (Studi di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 8(3), 354-365.
- Sangadji, EM (2017). *Perilaku Konsumen; Pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian*.
- Septyadi, MAK, Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Tinjauan Pustaka Keputusan Pembelian dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone:

Harga dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3 (1), 301-313.

- Sihombing, M. M., Arifin, M. H., & Maryono, M. (2022). Pengaruh Varian Menu, Harga, dan Suasana Cafe, Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Miltie Garden Mulawarman Banjarmasin. *Smart Business Journal*, 1(1), 26. <https://doi.org/10.20527/sbj.v1i1.12787>
- Siswanto, S., & Widodo, M. (2024). PENGARUH VARIAN MENU DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RUMAH MAKAN PAK QOMAR SIDAYU GRESIK. *Jurnal Manajemen: Usaha Kecil dan Menengah (UKM)*, 17 (1), 105-112.
- Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.
- Sugiyono, S. (2016). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D. *Bandung : Alfabeta*.
- Sugiyono. (2016). Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. Bandung: PT. Alfabet.
- Sutisna, SE (2016). Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran.
- Tanjung, A. F., Adha, R., & Batubara, C. (2023). Pengaruh Variasi Menu, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Di Tom Sushi Pada Mahasiswa FEBI UINSU. *Jurnal E-Bis*, 7(2), 586-600.
- Tjiptono, F. (2019). Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian (Cetakan 1).
- Tjiptono, F. (2022). *Manajemen Layanan: Mewujudkan Layanan Prima Edisi 4*. Penerbit Andi.
- Ulfa, R. (2021). Variabel penelitian dalam penelitian pendidikan. *Al-Fathonah*, 1 (1), 342-351.
- Wahyuni, R. (2018). Terhadap Keputusan Membeli Pada Toko Online. *Maker: Jurnal Manajemenmanagement*, 9, 1–11.
- Wibowo, RA (2019). Manajemen Pemasaran . Radna Andi Wibowo.
- Wijaya, E., Agilia, ;, & Dewanti, P. A. (2023). Pemasaran Produk Kembang Tahu Menggunakan Marketing Mix. *Jurnal Dehasen Mengabdikan*, 2(2), 183–188.