

DAFTAR PUSTAKA

- Ackah, D. (2014). The Impact of Motivation on Employee Performance in the Electronics Industry in China. *Global Journal of Management Studies and Researches*, 1(5), 291–310. <https://doi.org/10.24924/ijabm/2015.11/v3.iss2/29.45>
- Adamson, & Longo. (2010). Anemia and Polychythemia. In Harrison's Hematology and Oncology. In *The McGraw-Hill Companies. China*.
- Adiyono, N. G., Rahmat, T. Y., & Anindita, R. (2021). Digital Marketing Strategies To Increase Online Business Sales Through Social Media. *Journal of Humanities, Social Science, Public Administration and Management (HUSOCPUMENT)*, 1(2), 31–37. <https://doi.org/10.51715/husocpument.v1i2.58>
- Amanda, M. (2020). *Alasan Kita Harus Pilih Katering untuk Makan Siang Kantor*. <https://Hellosehat.Com/Nutrisi/Tips-Makan-Sehat/Alasan-Pilih-Katering-Sehat-Di-Kantor/>.
- Amin Effendy, A. (2019). ANALISIS BAURAN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN AZKA TOYS PAMULANG TANGERANG SELATAN. *J. Feasible*, 1(1), 79–95.
- Ana, W., Sophan, T. D. F., Nisa, C., & Sanggarwati, D. A. (2021). *PENGARUH PEMASARAN MEDIA ONLINE DAN MARKETPLACE TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PRODUK UMKM CN COLLECTION DI SIDOARJO*.
- Andamari, R., Hutapea, J. H., & Prisantoso, B. I. (2012). REPRODUCTION ASPECTS OF THE YELLOWFIN TUNA (*Thunnus albacares*). *Jurnal Ilmu Dan Teknologi Kelautan Tropis*, 4(1), 89–96. <https://doi.org/10.29244/jitkt.v4i1.7809>
- Angel, J. F. dkk. (1994). *Perilaku Konsumen Jilid I Terj. F.X. Budiyanto* (Cet. pertama). Binarupa Aksara.
- Anjasari, E., Nikmawati, E. E., & Setiawati, T. (2015). *MANFAAT HASIL BELAJAR "BISNIS MAKANAN DIET" SEBAGAI KESIAPAN MEMBUKA USAHA KATERING DIET* (Vol. 4, Issue 1).
- Anoraga, P. (2007). Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi. In *Jakarta : Rieneka Cipta*.
- Aprilianti, A. A., & Donni, J. (2018). Pengaruh E-Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Menggunakan Jasa Pt . Fres Indonesia Wisata the Influence of E-Marketing on Consumer Decisions

- Using Pt . Fres Indonesia Wisata Services. *E-Proceeding of Applied Science*, 4(3), 1041–1044.
- Artaya, I. P. (2019). *REGRESI LINIER BERGANDA metode DUMMY*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.30936.75526>
- Astarina, Y. (2020). Pengaruh Promosi Online dan Lokasi terhadap Volume Penjualan “Kimi Collection” Kota Pagar Alam. In *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis* (Vol. 1, Issue 1).
- Bagus, L. (2006). *Kamus Filsafat*. Gramedia.
- ben Othman, A. (2010). *Internet Marketing, SEM/SEO/SMO*.
- Boone, L. E. and D. L. K. (2005). *Contemporary Marketing 2005*.
- Brad, K. , & J. B. L. (2005). *E-Commerce Marketing*. Lakewoods, editor. Ohio: Top Floor.
- Budi Mahardhika, W., & Sunariani, N. N. (2019). Strategi Pemasaran Produk Makanan Catering Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(1), 13. <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i1.2015>
- Chan, H. , L. R. , D. T. , & C. E. (2007). *E-commerce, fundamentals and applications*. John Wiley & Sons.
- Chaters, B. (2011). *Mastering Search Analytics: Measuring SEO, SEM and Site Search*. O’Reilly Media, Inc.
- Damanik, E. (2013). *Pengertian Volume Penjualan*. PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Desra. (2019). *Marketing, Pengertian, Jenis dan Manfaat Pemasaran Online*.
- Dwi Astutir, U., & Lestari, I. (2019). Dampak Pemasaran Online Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Angkatan 2017 Universitas Tidar Magelang. In *Jurnal Online Mahasiswa Manajemen* (Vol. 1).
- Engel, Blackwell, & Winiard. (2012). Perilaku Konsumen. In *Binarupa Aksara. Tangerang*.
- Engel, James, & Gibson. (2000). Perilaku Konsumen. In *Binarupa Aksara. Jakarta*.
- Eric, dkk. (2016). *UC ENTREPRENEURSHIP ONLINE (online)*. <http://ciputrauceo.net/blog/2016/4/25/preferensi-konsumen-dan-tahapannya>

- Fadiati, Ari. (2011). *Mengelola Usaha Jasa Boga Yang Sukses*. PT Remaja Rosdakarya.
- Fatrikawati, H., & Hamidah, S. (2016). Pengaruh Pengetahuan Makanan Sehat Terhadap Kebiasaan Makan Kelas X Boga SMKN 4 Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Teknik Boga*, 2, 1–9.
- Fuady, M. (2005). *Pengantar Hukum Bisnis: Menata Bisnis Modern di Era Globalisasi* (Edisi ke dua). PT Citra Aditya Bakti.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Penelitian bagi Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23: Vol. Cetakan ke VIII* (Edisi 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitleman, Lisa. (2014). SUPPLY CHAIN ANALYSIS IN THE DISTRIBUTION OF LEADING COMMODITY-BASED CATCHES IN PPN KEJAWANAN. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 807–814.
- Gumilang, R. R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol 10*(No 1).
- Hanifa, N., & Luthfeni. (2006). Makanan Sehat. In *Azka Press. Bandung*.
- Himawan, Saefullah. A. & Santoso. S. (2014). Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online (E-Commerce) pada CV Selaras Batik Menggunakan Analisis Deskriptif. *Scientific Journal of Informatics*, 1(1), 55–58.
- Ikhsana, P. D., Prisanto, G. F., & Anggraini, R. (2019). *Penerapan Strategi E-Marketing Communication Dan Ekuitas Merek SIARANKU.COM Terhadap Loyalitas Viewers*.
- Kardigantara, S. (2006a). *Diklat: Operasional Katering*. STPB.
- Kardigantara, S. (2006b). *Diklat: Operasional Katering*. In *Bandung*.
- Khaerani, S. N. (2022). *THE USE OF DIGITAL MARKETING AND ITS IMPACT ON INCREASING MSME SALES*.
- Kienan, B. (2001). *E-commerce untuk Perusahaan Kecil*. Elex Media Komputindo, Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. & G. A. (2011). *Prinsip-Prinsip Pemasaran: Vol. Jilid 1 dan 2* (Edisi Kedua Belas). Erlangga.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1. In Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. and A. G. (2012). *Principles of Marketing Fourteenth Global Edition* (14 Edition). Pearson.
- Kotler, P. dan A. Gary. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 12, Jilid 2). Erlangga.
- Krugman, P., & O, M. (2004). Ekonomi Internasional Teori dan Kebijakan. In *PT Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.*
- Kshetri, N. (2007). Barriers to e-commerce and competitive business models in developing countries: A case study. *Electronic Commerce Research and Applications*, 6(4), 443–452. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2007.02.004>
- Kurniani, A. T., & Priansa, D. J. (2017). ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN (STUDI KASUS PADA PRODUK INDIHOME PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA WITEL SOLO) SWOT ANALYSIS AS A BASIS FOR MARKETING STRATEGY FORMULATION (STUDY OF INDIHOME PRODUCT'S PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA WITEL SOLO). www.apjii.or.id
- Kuzery, H., & Septayuda, I. (2015). *Efektivitas Pemasaran Online dalam Meningkatkan Omset (Hasan Kuzery dan Irwan Septayuda).*
- Latmawati, dkk. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Selera Konsumen Terhadap Pembelian Ulang Beras Sipulau Di Kejurongan 3 Pangian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Toko Tuan Muda). *Jurnal STKIP PGRI Sumatera Barat.*
- Lestari, I. D. (2012). *Upaya Pembiasaan Mengkonsumsi Makanan Sehat Melalui Variasi Kudapan Sehat pada Anak Kelas Kecil di Playgroup Milas.*
- Lockett, A. (2018). *Online Marketing Strategies for Increasing Sales Revenues of Small Retail Businesses.* Walden University.
- Malau, A. R. M. (2020). Analisa Produk, Promosi Dan Proses Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan Platform Kredit Online. *Journal of Economics and Business*, 1(2), 76–88.
- Mardiani, E., & Imanuel, O. J. (2013). Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Media. *Jurnal Ekonomi*, 4(2), 151–161.
- Moehyi, S. (1992). Penyelenggaraan Makanan Institusi dan Jasa Boga. In *Penerbit Bharata. Jakarta.*

- Moleong, L. J. (2005). *Metode Kualitatif*.
- Nadya. (2016). PERAN DIGITAL MARKETING DALAM EKSISTENSI BISNIS KULINER SEBLAK JELETET MURNI. In *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis* (Vol. 1, Issue 2). www.borukaro.com
- Nitisemito, A. S. (1997). *Marketing*. Ghalia Indonesia.
- Nursida, N., Kusumawati, N., & Minanga, Y. L. (2021). Analisis Beberapa Faktor yang Berpengaruh terhadap Volume Penjualan Telur Ayam Ras pada PT. Manuntung Raya, Balikpapan Utara. *Jurnal Pertanian Terpadu*, 9(2), 105–117. <https://doi.org/10.36084/jpt..v9i2.298>
- Oktaviani, G. (2017). Rencana Bisnis Granny Catering A Smart Choice For Diabetic. *Jurnal Bisnis, Ekonomi Dan Sosial*, 9(1), 21–29.
- Pakaya, D. (2014). Peranan Vitamin C Pada Kulit. *Jurnal Ilmiah Kedokteran*, 1(2), 45–54.
- Pakpahan, E. (2009). *Volume Penjualan*. PT. Bina Intitama Sejahtera.
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Purba, R. A. dkk. (2020). *Aplikasi Teknologi Informasi: Teori dan Implementasi Medan*. Yayasan Kita Menulis.
- Purnama, S., Bangun, C. S., Panjaitan, A. R. S., & Agung. (2022). The Effect Of Digitalization On Culinary Msmes On Increasing Sales Turnover During Covid 19 Pandemic. *Aptisi Transactions on Technopreneurship (ATT)*, 4(1), 57–66. <https://doi.org/10.34306/att.v4i1.228>
- Rahmi, A. , A. M. , M. Y. , D. D. , S. P. , B. A. , & U. F. (2015). *Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dikalangan Mahasiswa (Study Kasus Mahasiswa Fisipol Universitas Islam Riau)*. 1(1), 149–172.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rifani, N. (2015). *SISTEM INFORMASI PEMESANAN MAKANAN BERBASIS WEB DI DENEIRA CATERING LEMBANG*.
- Rofiza Haidar, N. N., Firdaus, A., & Najib, M. (2020). Analisis Determinan Keputusan Konsumen Muslim Membeli Green Product. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 10(1), 19–30. <https://doi.org/10.15408/ess.v10i1.13801>

- Rosyid, A. (2010). Pengertian Volume Penjualan. *Jurnal Analisis Laporan Keuangan*.
- Sangadji, Etta, M., & Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen. In *Andi Yogyakarta*.
- Saputra, M. I. T., Suharyono, & Hidayat, K. (2016). (Studi Kasus pada PT Hero Sakti Motor Gemilang Pusat Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 38(1), 191–199.
- Sarastuti, D. (2017). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ONLINE PRODUK BUSANA MUSLIM QUEENOVA* (Vol. 16, Issue 01). www.queenova.com,
- Satriawan, R. (2017). *PENGARUH PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA KANGAROO MOTOR MANDIRI SKRIPSI* Diajukan Sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Dalam Bidang Ekonomi Islam (S.E).
- Schwarzl, S. , & G. M. (2015). Online marketing strategies: The future is here. *Journal of International Studies*, 8(2), 187–196.
- Seo, Y., Hwang, T., Han, S.-Y., & Seo, Y. (2018). Effect of Online Sales Management of Agrifood Enterprises on Sales Performance. *Journal of Digital Contents Society*, 19(11), 2149–2157. <https://doi.org/10.9728/dcs.2018.19.11.2149>
- Shiratina, A., Indika, D. R., Komariyah, I., Kania, D., Solihin, E. H., Kunci, K., Online, I., Online, P., Minat, D., & Konsumen, B. (2020). Pemasaran Online Melalui Penerapan Iklan Secara Digital. In *Jurnal Sain Manajemen* (Vol. 2, Issue 1). <http://ejournal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>
- Siswanto, T. (2013). OPTIMALISASI SOSIAL MEDIA SEBAGAI MEDIA PEMASARAN USAHA KECIL MENENGAH. In *Jurnal Liquidity* (Vol. 2, Issue 1).
- Soenardi, T. (2002). Makanan Alternatif untuk Ketahanan Pangan Nasional. In *Kompas. Jakarta*.
- Srinivasan, S. S. , A. R. , & P. K. (2002). Customer loyalty in e-commerce: an exploration of its antecedents and consequences. *Journal of Retailing*, 78(1), 41–50.
- Strauss, J. and F. R. (2014). *E-marketing*. Pearson Education.
- Sugiyono. (2008). *Metode Kuantitatif dan Kualitatif*.

- Sukendro, G. G. , & P. N. (2019). Diagnosa Komunikasi Brand Activation Dan Media Digital Atas Eksistensi Brand Studio Rekaman Lokananta. *Jurnal Komunikasi*, 11(1), 92.
- Sulistiyowati, I. , A. A. , & L. F. N. (2021). Strategi Marketing 4.0 Pada UKM Danish Cake. *In Seminar Nasional ADPI Mengabdikan Untuk Negeri*, 2(2), 300–303.
- Sunita, A. (2015). Prinsip Dasar Ilmu Gizi edisi ke 9. In *Pt. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta*.
- Sunyoto, D. (2015). Strategi Pemasaran. In *CAPS (Center for Academic Publishing Service). Yogyakarta*.
- Supardi, J., & Dores, V. (2009). RANCANG BANGUN COLLABORATIVE SYSTEM PEMASARAN HOTEL SECARA ON-LINE DENGAN PENDEKATAN MEDIATOR BASED. *Jurnal Sistem Informasi (JSI)*, 1(2), 55–61. <http://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jsi/index>
- Susilowati. (2016). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI VOLUME PENJUALAN FEMINIME HYGINE SIRIH PADA PT ROMOS INTI KOSMETIK SURABAYA*.
- Sutrisno, J. (2011). Strategi Pengembangan Teknologi E-Commerce dengan Metode SWOT: Studi Kasus PT. Chingmix Berhan Sejahtera. *Jurnal Telematika Mkom*, 3(2).
- Tyas, T. W. N. (2019). *Analisis Strategi Digital Marketing untuk Meningkatkan Volume Penjualan Keripik Kentang (Studi Kasus: UMKM Kering-Kering)*. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa TImur.
- Wahdiniwaty, R., Sya’roni, D. A. W., & Setiawan, E. B. (2019). Model Potensi Industri Kreatif Skala Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Berbasis Sistem Informasi Geografis Di Kabupaten Bandung Barat Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(2), 54–60. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.2.54-60>
- Walker, A., & Humpries, C. (2005). Makan yang Sehat untuk Bayi dan Anak-anak. In *Bhuana Ilmu Populer. Jakarta*.
- Wandanaya, A. B. (2012). *PENGARUH PEMASARAN ONLINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK* (Vol. 5, Issue 2).
- Wardani, P., Silalahi, P. R., & Tambunan, K. (2022). *Strategi Pemasaran Online Alfamart Menghadapi Tantangan Selama Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Alfamart Amaliun Kota Medan)*. <https://industri.kontan.co.id/news/begini-prospek->

Warsitaningsih, A. S. (2010). *Katering Pelayanan Rumah Tangga*. Universitas Pendidikan Indonesia.

Windu, D. (2016). Pangan Sehat, Aman, Bergizi, Berimbang, Beragam dan Halal. In *Forum Ilmiah Kesehatan*. Ponorogo.

Wulandari, A. (2017). *Resep Kaya Raya Dengan Bisnis Katering*. Laksana.

Zulkarnain, I., Setiawan, T. H., Syamtoro, B., Nurhamdi, M., & Octaviani, I. S. (2020). *PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN USAHA KECIL DAN MENENGAH WARGA DEPOK JAYA* (Vol. 1, Issue 1).