

Pengaruh Berbagai Macam Kreasi Topping Di Toko Mbak Ria Terhadap Keputusan Pembelian Produk Donat

Dillia Ciptaning Illahi ¹ Veta Lidya Delimah Pasaribu ²

1, 2) Program Studi Administrasi Bisnis, FHISIP, Universitas Terbuka, Indonesia

*Correspondent e-mail: Dilliaciptaning@gmail.com, veta01889@unpam.ac.id

Abstrak

Indonesia merupakan negara yang memiliki keragaman budaya, suku, ras, bahasa, kepercayaan dan agama. Begitu pula aneka santapan kulineranya. Setiap daerah mempunyai makanan khas masing-masing dengan cita rasanya yang unik. Dengan banyaknya bumbu rempah dan kreasi, Indonesia memiliki banyak macam kuliner. Ada makanan berat dan berbagai macam kue.

Ada kue tradisional dan kue modern. Yang mana keduanya sama-sama memiliki penggemar setianya. Kue modern tercipta dengan rasa yang lebih kekinian kalau kata anak muda zaman sekarang. Akan tetapi kue tradisional pun tidak kalah dengan kue modern. Kue tradisional memiliki cita rasa yang khas dibanding kue modern.

Salah satunya adalah donat. Ada banyak sekali kreasi donat. Dari mulai rasa yang asin hingga yang manis. Tentunya dilengkapi pula dengan kreasi atau topping yang menarik agar pelanggan membelinya.

Kata kunci : kreasi topping

Abstract

Indonesia is a country that has diverse cultures, ethnicities, races, languages, beliefs and religions. Likewise the various culinary delights. Each region has its own special food with unique taste. With lots of spices and creations, Indonesia has many kinds of culinary delights. There are heavy meals and various kinds of cakes. There are traditional cakes and modern cakes. Both of which have loyal fans. Modern cakes are created with a more contemporary taste, according to today's young people. However, traditional cakes are no less than modern cakes. Traditional cakes have a distinctive taste compared to modern cakes. One of them is donuts. There are lots of donut creations. From salty to sweet flavors. Of course, it's also equipped with interesting creations or toppings so that customers buy it.

Keywords : Any Thing , Topping

Tinjauan pustaka

Penelitian sejenis ini pernah diterapkan oleh Ari Widiati Institut Agama Islam Negeri Pontianak ariwidiati.iain@yahoo.com, Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura 2019 yang berjudul “Peranan kemasan (packaging) dalam meningkatkan pemasaran produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) di “Mas Pack” kemasan Pontianak.

Pendahuluan Latar belakang

Donat merupakan kue tradisional yang banyak disukai oleh orang-orang Indonesia. Disamping rasanya enak, bisa juga dijadikan teman nonton film series seru, bercengkrama dengan keluarga, oleh-oleh, ataupun hadiah ulang tahun. Apakah Anda mengetahui jika pada baru-baru ini jika ada salah satu teman kita berulang tahun, kita tidak perlu repot-repot membeli kue ulang tahun. Disamping rasanya enak, donat juga harganya lebih murah. Cocok sekali untuk anak SMP atau SMA yang ingin memberi kejutan pada salah satu temannya yang berulang tahun, yang mana saku pelajar tidaklah banyak.

Donat juga bisa dijadikan camilan pengganjal perut ketika ingin ngemil. Oiya, dan juga bisa dijadikan salah satu kue hajatan yang sering diadakan di negara kita. Donat tidak hanya bisa kita buat, tapi kita juga bisa membelinya. Dari anak-anak hingga orang dewasa pasti ada yang menjadikan donat sebagai salah satu jajanan favoritnya.

Metode : metode penelitian kuantitatif

Karya ilmiah ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam metode penelitian kuantitatif sering melibatkan survei, eksperimen, atau analisis statistik dari data sekunder.

Rumusan masalah

1) Asal-usul donat

- 2) Berbagai macam jenis donat
- 3) Bentuk topping apa yang biasanya sering habis terjual di tokombak Ria ?
- 4) Rasa topping apa yang paling diminati di toko mbak Ria?
- 5) Apakah bentuk topping sangat mempengaruhi penjualan donat ?
- 6) Apa faktor yang mempengaruhi penyediaan rasa-rasa dan topping tertentu ?

Tujuan penelitian

Mengetahui efek topping terhadap pembelian donat.

Kegunaan penelitian

Untuk mengetahui kreasi topping apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian donat

1) Asal-usul donat

Donat tidak lahir di Indonesia, tapi lahir di Belanda pada awal abad ke-19. Awal mulanya donat itu disebut sebagai olykoeks, yang diartikan sebagai “kue minyak”. Awalnya bentuk donat itu seperti bola kue yang digoreng dengan lemak babi hingga coklat keemasan. Karna bentuknya seperti bola, bagian tengahnya tidak terlalu matang. Ada kue semacam donat, tetapi di bagian tengahnya diisi dengan isian kacang atau isian lain. Karna bagian tengahnya yang biasanya tidak terlalu matang itu diisi dengan bahan yang tidak perlu dimasak, maka akan cepat matang. Maka dari itu donat dimodifikasi bentuknya dengan dilubangi bagian tengahnya.

Ketika imigran Belanda menetap di Amerika Serikat, mereka terus membuat olykoeks dan terus dipengaruhi oleh budaya luar dan lahirlah donat yang saat ini kita tahu.

Awal mula donat belanda yang bentuknya bulat hingga tiba-tiba memiliki lubang di bagian tengahnya adalah berkat Hansen Gregory, yang merupakan kapten kapal

Amerika tahun 1847. Karna bentuknya bulat dan lengket atau tidak matang di bagian tengahnya, dia mempunyai ide untuk memberi lubang pada bagian tengah pada adonan donat. Jadi ketika digoreng bagian dalam donat bisa matang merata.

Dan ternyata bentuk donat yang diberi lubang terinspirasi dari kemudi kapal. Jadilah donat yang sekarang kita makan.

Cara membuat donat itu ada susahnya, ada mudahnya. Mudah karena pada dasarnya resep donat ya itu-itu saja. Susah karena ketika kita sudah selesai membuat adonannya, eh ternyata adonannya tidak sempurna bulatannya. Kenapa? Karena kita terlalu memasukkan banyak air ke dalam adonan. Cara agar kadar air pada adonan donat pas adalah dengan mencampur air es sedikit-sedikit untuk menjaga adonan agar tetap kalis.

2) Macam jenis donat

1. Donat kampung

Saya pikir semua orang pasti tahu tentang donat ini. Selain tidak kalah dengan rasa-rasa yang sekarang, membuat toppingnya pun mudah. Hanya dengan menaburi donat dengan gula tepung, rasanya sudah pasti enak. Dari yang dewasa hingga anak kecil pun pasti suka. Bahkan saking enaknya, ada yang sampai tertutup tebal donatnya dengan butiran gula tepung sampai terlihat seperti salju. Resepnya adalah sebagai berikut :

- a) Aduk susu dan tepung terigu, lalu pisahkan
- b) Siapkan ragi dan air hangat, lalu larutkan dan pisahkan pada wadah lainnya
- c) Aduk dan campurkan semua bahan kecuali gula halus dan minyak goreng
- d) Lalu campurkan adonan tadi dengan larutan ragi. Aduk terus hingga mudah dibentuk
- e) Kita harus memastikan adonannya tidak lengket
- f) Simpan dalam tempat tertutup dan tunggu selama 30 menit hingga adonan

mengembang

- g) Kemudian bentuk adonan bulat berlubang
- h) Setelah adonan dibentuk semua, simpan pada wadah tertutup selama 20 menit
- i) Siapkan penggorengan dengan minyak dan api sedang
- j) Goreng donat hingga coklat keemasan
- k) Taburi gula tepung setelah donatnya dingin.

2. Donat kentang

Donat kentang termasuk donat kampung yang juga disukai banyak orang. Donat yang terdapat campuran kentang didalamnya pasti teksturnya jadi lembut, empuk, dan tidak cepat keras. Resepnya adalah sebagai berikut :

- a) Aduk dan campurkan susu bubuk, gula pasir, ragi dan tepung terigu
- b) Siapkan kentang yang sudah dikukus lalu haluskan dan aduk
- c) Campurkan telur lalu aduk
- d) Tambahkan air es sedikit demi sedikit lalu diaduk sampai kalis
- e) Beri garam dan margarin kemudian aduk
- f) Setelah itu tutup adonan tersebut menggunakan lap yang lembab, biarkan 15 menit
- g) Buka lap dan kempiskan adonan. Bagi adonan menjadi samarata. Diamkan lagi dengan ditutupi lap lembab selama 10 menit.
- h) Bulatkan adonan dan pipihkan. Lalu lubangi bagian tengahnya
- i) Siapkan wadah yang sudah ditaburi tepung. Kemudian letakkan adonannya. Diamkan selama 45 menit.
- j) Siapkan penggorengan dengan minyak dan api sedang
- k) Goreng hingga kuning kecoklatan
- l) Tiriskan dan beri topping sesuai selera Anda.

3. Donat ubi

Donat ubi merupakan donat dengan campuran ubi kukus. Donat ubi itu lembut, tapi masih lebih lembut donat kentang. Tapi rasanya juga tetap enak dan empuk. Apalagi jika di rumah memang sedang tidak tersedia kentang dan ada ubi. Jadi ya kenapa tidak? Resepnya adalah sebagai berikut :

- a) Aduk mentega, gula, ragi, baking powder, garam dan tepung terigu
- b) Siapkan ubi kuning yang sudah dikukus dan tambahkan kuning telur
- c) Aduk rata dan uleni hingga kalis. Diamkan dalam wadah yang tertutup lap lembab selama 30 menit sampai adonan mengembang
- d) Jika adonannya sudah mengembang, lalu kempiskan dan pipihkan
- e) Bentuk adonan menjadi bulat dan berlubang
- f) Siapkan penggorengan dengan minyak dan api sedang
- g) Goreng hingga kuning kecoklatan
- h) Beri topping

4. Donat tape

Donat dengan campuran tape ini menciptakan rasa yang unik, lembut dan enak. Bolehlah sekali-kali dicoba selagi bosan dengan donat biasa. Resepnya adalah sebagai berikut :

- a) Aduk fermipan, gula, dan telur
- b) Tambahkan juga susu bubuk dan tepung terigu sedikit-sedikit dan jangan lupa untuk diaduk
- c) Haluskan tape dan masukkan ke dalam adonan
- d) Beri margarin, dan tuang air es sedikit-sedikit lalu uleni
- e) Diamkan adonan dan tutup menggunakan kain lembab sampai mengembang
- f) Cetak adonan lalu siapkan wajan dan goreng

g) Beri topping

5. Donat goreng

Siapa sih yang tidak suka dengan donat goreng? Di samping rasanya yang enak, pembuatannya pun juga mudah. Cara pembuatannya sama seperti donat yang pada umumnya, tetapi kalau donat yang satu ini bisa langsung digoreng. Dan berilah topping jika ingin pemanis.

6. Donat crispy

Kresss dan kriuk ketika makan donat crispy yang renyah. Renyah di luar dan lembut di dalam membuat kita ingin terus mencobanya. Resepnya adalah sebagai berikut :

- a) Aduk ragi dan susu hangat
- b) Campurkanlah tepung serbaguna kedalamnya dan aduk
- c) Diamkan adonan dan tutup menggunakan kain lembab sampai mengembang hingga 1 jam
- d) Bentuk adonan menjadi bulat dan berlubang
- e) Siapkan air yang telah diaduk dengan tepung pisang goreng.

Kemudian celupkan adonan donat tersebut kedalamnya

- f) Siapkan penggorengan dengan minyak dan api sedang
- g) Kemudian gunting bagian tepinya dan isi dengan pasta coklatatau yang lainnya.

7. Donat labu kuning

Ternyata membuat donat dengan campuran labu kuning juga enak loh. Cara membuatnya sama dengan donat pada umumnya. Hanya saja perlu ditambahkan labu kuning kedalamnya.

8. Donat mini

Sama seperti donat pada umumnya. Hanya saja ukurannya lebih kecil dan imut dari donat biasanya.

9. Donat kekinian

Resepnya sama seperti donat pada umumnya. Bedanya ada pada rasa atau toppingnya. Ada rasa :

a) Marshmallow

Donat dengan topping ini disajikan bersamaan dengan potongan biskuit. Di Amerika Serikat, marshmallow sangatlah terkenal sebagai topping. Topping marshmallownya dibakar sehingga tampak cantik dari segi visual.

b) Green tea matcha

Akhir-akhir ini banyak sekali berseliweran aneka jajanan ataupun minuman yang memiliki rasa matcha. Ada yang mengatakan kalau rasa matcha mirip rumput. Ya mungkin itu sebagian orang yang memang tidak menyukai rasa matcha. Tapi ada juga yang bahkan sangat suka rasa matcha. Ya kembali ke selera masing-masing.

c) Cookies and cream

Rasa cookies and cream itu semacam rasa biskuit yang renyah kemudian dihaluskan. Rasa cookies and cream juga terdapat pada minuman. Dan rasanya enak. Banyak juga orang yang menyukai rasa cookies and cream.

d) Tiramisu

Rasa tiramisu adalah rasa yang khas dengan hidangan Italia. Cukup celupkan donat kedalamnya dan kamu akan menyukainya. Sebenarnya masih banyak macam-macam jenis donat yang lainnya. Tapi saya hanya menyebutkan sebagian saja.

3) Bentuk topping apa yang biasanya sering habis terjual di tokombak Ria?

Topping glaze coklat, topping glaze meses, topping glaze vanila + keju, topping-toping dominan memakai krim glaze donat. Karena pelanggannya mayoritas berasal dari kalangan orang dewasa.

Rasa coklat, vanila dan keju sudah pasti menjadi rasa yang sering dibeli karena orang sudah banyak yang mengetahui rasanya. Dan kemungkinan juga yang membelinya dari kalangan dewasa-tua. Mereka kurang familiar dengan rasa-rasa baru seperti sekarang dan mungkin juga cari aman saja.

Jika untuk rasa-rasa baru mungkin pelajar, muda-mudi, anak kecil, akan suka dengan rasa donat itu. Karna mungkin mereka sudah sering memakan donat rasa coklat keju, sehingga ingin membeli dan mencoba rasa lain agar tidak bosan.

Jika donat dengan topping tersebut sering ludes terjual berarti toko donat mbak Ria tersebut toppingnya enak dan sesuai dan juga mempunyai rasa yang konsisten. Sehingga pelanggan tertarik untuk membeli lagi dan lagi.

Suatu transaksi bisnis antara dua pihak atau lebih akan terjadi jika masing-masing saling tidak menaruh curiga satu sama lain.

Kepercayaan (trust) ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain atau mitra bisnis, melainkan harus dipupuk mulai dari awal dan dapat dibuktikan. Trust telah dipertimbangkan sebagai katalis dalam berbagai transaksi antara penjual dan pembeli agar kepuasan konsumen dapat terwujud sesuai dengan yang diinginkan.

4) **Rasa topping apa yang paling diminati di toko mbak Ria?** Rasa topping yang paling diminati adalah topping glaze coklat, topping glaze meses, topping glaze vanila + keju, topping-toping dominan memakai krim glaze donat. Karena pelanggannya kebanyakan orang-orang dewasa.

Jika untuk rasa-rasa baru seperti matcha, tiramisu, cookies and cream kemungkinan upara pelajar, muda-mudi, anak kecil, akan suka dengan rasa donat itu. .

Jika untuk rasa-rasa yang dominan seperti coklat, strawberry dan keju, orang-orang dewasa dan awam pasti menyukainya. Mereka kurang familiar dengan rasa-rasa baru seperti matcha, tiramisu, cookies and cream dan mungkin juga mereka cari aman saja.

5) Apakah bentuk topping sangat mempengaruhi penjualan donat ?

Dibalik cara membuat adonan donat yang susah-susah gampang, berkreasi dalam membuat topping yang unik juga menjadi prioritas untuk penjual donat sendiri. Kita harus terus berkreasi dan mencari inspirasi topping donat

yang mencuri hati banyak orang. Yang dengan sekali melihatnya orang langsung tertarik dan ingin membelinya.

Ketika orang berjalan di depan toko donat, dan warna-warni topping donat tampak sangat memikat hati, siapa sih yang tidak ingin membelinya? Pasti banyak orang akan tertarik untuk membeli donat tersebut. Apalagi bau donat yang masih hangat terciup sampai luar toko, makin menjadi pemikat untuk para pembeli. Mereka tidak akan menolak untuk datang ke toko donat tersebut.

6) Apa faktor yang mempengaruhi penyediaan rasa-rasa dan topping tertentu ? (terutama rasa-rasa baru)

a. Ingin berinovasi

Tiba-tiba terkadang seseorang ingin membuat sesuatu yang baru. Dan dari situlah mulai munculnya inspirasi. Dan kita bisa menemukan inspirasi ketika kita mencarinya di luar rumah.

Mulailah dengan berjalan-jalan keluar rumah seperti restoran, pasar, atau bahkan keluar kota. Pasti dengan berjalan-jalan setidaknya menemukan ide baru.

Jangan takut untuk mencampur rasa yang berbeda. Siapa tahu membawa keuntungan di dalam bisnis.

b. Bosan

Kadang para pelanggan bosan dengan rasa yang itu-itu saja. Saking sudah seringnya makan donat rasa itu, jadi menginginkan rasa baru yang unik. Seperti rasa matcha, tiramisu, cookies and cream dan lain-lain. Ciptakan rasa-rasa yang orang belum pernah coba sebelumnya. Bisa jadi justru rasa itu yang malah laku terjual.

c. Secara tidak sengaja menemukan inovasi

Ketika kita menjalani hari seperti biasanya. Melakukan ini dan itu berulang kali sepanjang hari. Eh tiba-tiba di satu waktu kita melakukan sesuatu yang iseng dan hal tersebut tidak gagal dan malah menjadi penemuan baru yang menakjubkan. Seperti

tidak sengaja menggabungkan kurma dan susu yang ternyata enak. Yang awalnya kita berpikir jika bahan ini tidak mungkin cocok untuk digabungkan. Dan ternyata yang terjadi malah sebaliknya. Ternyata kurma dan susu sangat cocok untuk disatukan. Rasanya jadi enak. Dan rasa ini rasa yang belum pernah ada sebelumnya.

d. Untuk membuat keuntungan bisnis kita semakin meningkat ,Ada banyak sekali buku tentang bisnis yang sudah diperdagangkan, banyak seminar juga yang sampai datang ke kota-kota. Lihat, ilmu tentang bisnis bertebaran dimana-mana. Jadi, jangan menjadikan alasan tidak paham ilmu bisnis untuk tidak melaksanakan bisnis atau menundanya.

Kita harus selalu membuat inovasi-inovasi baru agar pelanggan mudah tertarik. Jadi bisnis kita semakin pesat atau meningkat.

Dalam program pengembangan telah ditetapkan sasaran, proses, waktu, dan metode pelaksanaannya. Supaya lebih baik program ini hendaknya disusun oleh manajer personalia dan atau suatu tim serta mendapat petunjuk, ide, maupun kritik yang bersifat membangun. Metode- metode pengembangan harus didasarkan kepada sasaran yang ingin dicapai.

Wirausahawan atau calon wirausahawan harus selalu inovatif atau mampu menciptakan gagasan, ide, atau hal-hal yang fresh atau berbeda dengan produk yang sudah beredar di pasaran.

Keberanian (bravery) merupakan salah satu dimensi dari aspek atau konstruk psikologi “nyali” (guts). Secara teoretis, merujuk pada pendapat Amrun T. Irwan dalam bukunya *Adversary Mental Profile : Profil Mental Pemenang* (2017), konstruk psikologis “guts” dideskripsikan sebagai keberanian disertai dengan kepercayaan diri untuk menghadapi tantangan, hambatan, dan risiko yang diperhitungkan.

e. Pesaing bertambah

Jika kita memiliki bisnis toko donat, pasti

akan ada pesaing juga dong. Mereka pasti juga punya donat andalannya. Mereka punya donat versi mereka. Dan mereka juga punya pengalaman sama seperti kita. Maka dari itu kita harus punya donat andalan kita juga. Kita harus punya inovasi-inovasi baru. Punya ide-ide yang menyegarkan dan yang pasti tidak membosankan dan selalu menarik perhatian pelanggan. Kita harus menciptakan donat dengan topping rasa yang unik. Kalau bisa kita yang harus pertama kali melakukannya. Jadikan pesaing kita sebagai pengingat untuk kita agar selalu mengusahakan untuk maju dalam berinovasi pada donat. Dan jangan hanya enak, donat yang kita jual harus sesuai dengan harga pasar. Jangan terlalu murah, dan jangan terlalu mahal. Dan tidak lupa juga kita harus mempunyai kemampuan berpromosi. Mampu mempromosikan donat dengan apik dan menarik. Jadi semakin menarik perhatian pelanggan. Dan juga daripada memikirkan pesaing yang semakin bertambah, kenapa kita tidak memikirkan strategi agar kita bisa lebih unggul. Seperti halnya menghadirkan promosi gratisan. Seperti beli donat Rp20.000 free ice cream.

Hasil dan Pembahasan

Hasil menunjukkan bahwa berbagai macam kreasi topping sangat mempengaruhi keputusan pembelian donat. Donat dengan rasa topping yang sudah biasa saja, ludes terjual. Apalagi ketika kita memperkenalkan rasa-rasa baru, semakin banyaknya rasa-rasa baru yang tercipta, akan semakin banyak orang yang akan tertarik mencoba.

Karna sebagian orang akan sangat tertarik dengan sesuatu yang baru. Siapa tahu rasa baru itu ternyata banyak orang yang menyukainya. Dan jika banyak orang menyukainya, maka akan meningkatkan penjualan donat. Tidak ada salahnya mencoba.

Kesimpulan

Donat yang lahir di Belanda pada awal abad ke-19 sangat digemari oleh orang-orang Indonesia dan melahirkan banyak macam donat. Topping yang sering ludes di toko mbak Ria biasanya Topping glaze coklat, topping glaze meses, topping glaze vanila + keju, topping-toping dominan memakai krim glaze donat. Dan rasa topping yang paling diminati adalah yang sering ludes terjual. Kita harus terus berkreasi dan mencari inspirasi topping donat yang mencuri hati banyak orang. Yang dengan sekali melihatnya orang langsung tertarik dan ingin membelinya. Faktor yang mempengaruhi penyediaan rasa-rasa dan topping tertentu adalah ingin berinovasi, bosan, secara tidak sengaja menemukan inovasi, untuk membuat keuntungan bisnis kita semakin meningkat dan pesaing bertambah.

Saran

Sebaiknya jika memiliki toko donat, kita harus sering jalan-jalan keluar rumah untuk mencari inspirasi-inspirasi baru yang segar dan jangan mudah berpuas diri akan pencapaian yang kita lalui selama ini agar kita terus berkembang. Karena ada sebagian orang yang mudah bosan dengan kreasi donat yang begitu-begitu saja, kita harus meningkatkan lagi kreativitas dan modifikasi pada donat. Contohnya dengan menciptakan rasa-rasa unik, baru dan menyegarkan untuk dicoba.

Kalau rasa coklat dan keju itu sudah menjadi sangat biasa dan sangat sering kita jumpai di toko donat manapun, kini harusnya toko mbak Ria mulai menciptakan rasa-rasa yang baru. Seperti matcha, taro, tiramisu, cookies and cream, dan lain-lain.

Wirausahawan atau calon wirausahawan harus selalu inovatif atau mampu menciptakan gagasan, ide, atau hal-hal yang fresh atau berbeda dengan produk yang sudah beredar di pasaran.

Daftar Pustaka

Abdullah, R., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Digital Marketing Strategies in Marketing Evangeline Products to Increase Company Competitiveness at PT. Griff Prima Abadi. *Contemporary Journal of Applied Sciences*, 3(4), 175-184.

Agatha, D. C., & Pasaribu, V. L. D. (2025). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK PERALATAN RUMAH TANGGA BERBAHAN PLASTIK PADA PT. BE BEST INTERNATIONAL DI KOTA TANGERANG. *Jurnal Penelitian Terapan Ilmu Multidisiplin*, 1(3), 37-45.

Amalia, A. F., & Pasaribu, V. L. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Pasien Klinik Jakarta Dental Project. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(9), 13703-13726.

Alfadillah, M. R., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Analysis of Effective Promotion Strategies in Online Transportation Companies Impacting Their Use. *International Journal of Asian Business and Development*, 1(4), 245-254.

Al Jabar, L., & Pasaribu, V. L. D. (2024). The Strategic Leadership Role of Foundation Leaders in Improving the Quality of Education at Various Levels Education: Case Study on Bi Ashokal Hajar Foundation. *Manager: Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 63-85

Apriliani, R., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Analysis of the Application of Customer Relationship Management to Support Skincare Repurchase Interest on the Tiktok WJ LOVE Platform. *International Journal of Asian Business and Development*, 1(4), 231-244.

ARDIANSYAH, F., & PASARIBU, V. (2024). TRANSFORMATIONAL LEADERSHIP AND INTRINSIC MOTIVATION ON EMPLOYEE PERFORMANCE IN THE MECHANICAL DIVISION OF PT. ASTRA INTERNASIONAL (TBK) TOYOTA AUTO 2000 BUMI SERPONG DAMAI BRANCH, SOUTH TANGERANG. *WEST SCIENCE BUSINESS AND MANAGEMENT* Учредители: PT. Sanskara Karya Internasional, 2(3), 867-874.

Ariqa, N., & Pasaribu, V. L. D. (2024). The Effect of Service Quality and Company Image on Customer Satisfaction of Ubasyada Cooperative in Ciputat Market, South Tangerang. *Asian Journal of Applied Business and Management*, 3(3), 277-290.

Darmawan, M. F., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Kopi Melati Ciputat. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 5(2), 1106-1117.

Erpan, A. A., & Pasaribu, V. L. D. Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Minyak Goreng 1 Liter pada Indomaret Babakan Pocis Fzc6 Parung Bogor. *Jurnal Ilmiah Swara Manajemen*, 3(1), 90-103.

Fahrezi, M. R., & Pasaribu, V. L. D. (2024). The Effect of Service Prices and Service Quality on Consumer Satisfaction at PT. Paramita Ban Workshop Cipete, South Jakarta Period 2023. *Global Journal Indexing*.

Fatrecia, S. T., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Digital Marketing Strategy Brand Awareness in Increasing Sales in the Fashion Industry Based on Online Data. *Indonesian Journal of Accounting and Financial Technology*, 4(1), 81-96.

Fernando, J., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Pintu Kamar Mandi PVC terhadap

Keputusan Pembelian pada PD. Amin Makmur Sejati di Pondok Kacang Timur. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 5(2), 696-706.

Frawesti, M., & Pasaribu, V. L. D. (2025). The Effect of Service Quality and Price on Consumer Purchasing Decisions at Alfamart Lebak Picung Branch Rangkasbitung. *Contemporary Journal of Applied Sciences*, 3(9), 585-598.

Hakim, A. R., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Analysis of Customer Satisfaction of Mortar Cement at PT. Alam Gemilang Ghaizi Rangkasbitung. *Indonesian Journal of Accounting and Financial Technology*, 4(1), 67-80.

Hasan, M. A., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Jakmart di PD. Pasar Jaya Kendari. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 5(2), 1158-1174.

Hardiansyah, N. F., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Analysis of Healthy Alert Personal Selling Strategy at PT Mitra Antar Putra in South Jakarta. *Asian Journal of Applied Business and Management*, 3(2), 101-118.

Haryoko, U. B., Pasaribu, V. L. D., & Ardiyansyah, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Firman Dekorasi (Wedding Organizer). *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1).

Hidayat, L., & Pasaribu, V. L. D. (2025). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN PRODUK JASA VAKSIN DAN GROOMING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PETSHOP SAVANA DI REMPOA. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(5), 9041-9052.

Jalaludin, H., & Pasaribu, V. L. D. (2025). ANALISIS PEMASARAN SOSIAL DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP PEMBENTUKAN TITIK UNIT BANK SAMPAH DIGITAL DI KOTA SERANG BANTEN. *Jurnal Penelitian Terapan Ilmu Multidisiplin*, 1(3), 190-204.

Lidya, V., & Pasaribu, D. (2018). Analysis of the Effect of Promotion, Product Quality and Packaging Design on Purchasing Decisions. *Lamongan Islamic University*.

Makarim, F., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Analysis of Factors of Customer Purchasing Power for Fashion Products in the Digital Era. *Contemporary Journal of Applied Sciences*, 3(6), 345-356.

Mulyadi, M., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada PT Lautan Berlian Utama Motor Jakarta Barat. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(1), 147-154.

Muttaqin, A. K., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Online pada E-Commerce Tokopedia (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen S1 Reguler C Kamis Universitas Pamulang). *Economics and Digital Business Review*, 5(2), 943-970.

Nabila, D. P., & Pasaribu, V. L. D. (2025). The Influence of Service Quality and Price on Purchasing Decisions at Rika Motor Workshop in Johar Baru, Central Jakarta. *Indonesian Journal of Applied and Industrial Sciences*, 4(2), 287-306.

Qurban, D., & Pasaribu, V. L. D. (2019). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Nasabah Prudential Syariah pada PT. Futuristik Artha Gemilang (Studi kasus di kantor cabang agensi Prudential Syariah PT. Futuristik Artha Gemilang Jakarta Selatan). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3), 121-135.

Pahrudin, P., & Pasaribu, V. L. D. (2024). The Influence of Work Motivation and

Work Discipline on Employee Performance at PT Tunas Mekar Farm, Bogor Regency. *Asian Journal of Applied Business and Management*, 3(2), 172-186.

Pangestu, D. P., & Pasaribu, V. L. D. (2025). QRIS Ease of Access Strategy and its Impact on Public Interest in Digital Payment in Sumbermulyo Village, Pesanggaran, Banyuwangi. *Contemporary Journal of Applied Sciences*, 3(4), 197-208.

Pasaribu, V. L. D. (2023). The Influence of Service Quality and Price on Customer Satisfaction (CV. Herina Catering). *International Journal of Integrative Sciences*, 2(8), 1223-1238.

Pasaribu, V. L. D., Septiani, F., Rahayu, S., Lismiatun, L., Arief, M., Juanda, A., ... & Rahim, R. (2021). Forecast Analysis of Gross Regional Domestic Product based on the Linear Regression Algorithm Technique. *TEM Journal*, 10(2), 620-626.

Pasaribu, V. L. D., & Haryoko, U. B. (2023). Analysis of the Effect of Customer Satisfaction of Internet Service Providers Using Structural Equation Modeling. *International Journal of Integrative Sciences*, 2(9), 1445-1458.

PASARIBU, V. L. D. (2015). ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN DESAIN KEMASAN TERHADAP PERSEPSI MEREK YANG BERDAMPAK KEPADA KEPUTUSAN PEMBELIAN HAND AND BODY LOTION MEREK VASELINE. *Sumber*, 130771(1,160,097, 156), 1-22.

Pasaribu, V. L. D. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran De'Cost Giant Pamulang Square Tangerang Selatan. *Manajerial: Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi*, 19(2), 156-167.

Pasaribu, V. L. D. (2018). Analisis Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Hand And Body Lotion Merek Citra (Studi Kasus Carrefour Pamulang, Tangerang Selatan). *J. Pemasar. Kompetitif*, 1(4), 77-92.

Pasaribu, V. L. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor TVS. *Business Management Journal*, 18(1), 37-49.

Pasaribu, V. D., & Prayoga, M. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Baju Batik Hem Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Home Industri Batik Sahara Indah. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2), 77-83.

Pasaribu, V. L. D., & Setiawan, R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Optik Sejahtera Depok. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(1), 155-163.

Pasaribu, V. L. D., & Husein, M. A. (2024). The Influence of Product Quality and Prices on Government Brand Products (Foodstation) on Purchasing Decisions at JAKMART Pasar Jaya Cikini. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 3(4), 199-210.

Puspitasari, D., & Pasaribu, V. L. D. (2025). The Influence of Service Quality and Promotion on Purchasing Decisions at Emado's Restaurant at PT. Emado's Kebab Indonesia, Ceger Raya Branch-Pondok Aren, South Tangerang. *Indonesian Journal of Applied and Industrial Sciences*, 4(2), 273-286.

Ramadhani, R., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Qualitative Study on the Implementation of the Partnership Model Without Capital in the Development of AA Cilok Business. *Indonesian Journal of*

Accounting and Financial Technology, 4(1), 97-110.

Septiani, F., Pasaribu, V. L. D., Elburdah, R. P., & Rahayu, S. (2023). The Marketing Strategy of Saving and Loan Cooperatives in South Tangerang: the Use of SWOT Analysis. *International Journal of Integrative Sciences*, 2(9), 1479-1490.

Situmorang, D. H., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Dujourexcloset. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 5(2), 1360-1372.

Sunatajaya, H., & Pasaribu, V. L. D. (2025). The Influence of Electronic Word of Mouth and Product Quality on the Decision to Purchase Car Carpet Products at CJ Accessories Stores at BSD Autopart. *Contemporary Journal of Applied Sciences*, 3(8), 529-542.

Sutiawan, A., & Pasaribu, V. L. D. (2025). The Effect of Price and Promotion on Consumer Satisfaction at Avocado Kocok 88 Entrepreneurship, Poris Indah Branch. *Contemporary Journal of Applied Sciences*, 3(6), 329-344.

Ramadhani, R., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Qualitative Study on the Implementation of the Partnership Model Without Capital in the Development of AA Cilok Business. *Indonesian Journal of Accounting and Financial Technology*, 4(1), 97-110.

Tifani, R. A., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Analysis of Customer Satisfaction Based on Product Quality at Segitiga Bermuda Coffee and Eatery Pamulang. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 3(7), 2467-2478.

Yuda, A. P. (2024). The Influence of Brand Awareness and Word of Mouth on the Decision to Use the FLIP Application (Case Study of Young Mothers in the dBestMom Community). *Asian Journal of Applied Business and Management*, 3(2), 89-100.

Yulianty, I. N., & Pasaribu, V. L. D. (2024). The Influence of Promotion and Price on Buyer Satisfaction of Luwak White Coffee Products at Pondok Aren Distributors. *Asian Journal of Applied Business and Management*, 3(2), 161-172.

<https://www.yukmakan.com/post/asal-usul-sejarah-donat>

https://www.gramedia.com/best-seller/cara-membuat-donat/#google_vignette

<https://eprints.ums.ac.id/102000/1/Naskah%20Publikasi.pdf>

<https://rottebakery.com/donat-apa-itu-donat-sejarah-asal-usul- asal-kata-dan-brand-yang-terkenal/>

<https://www.gramedia.com/best-seller/contoh-strategi-pemasaran-produk-makanan/>