



Pemanfaatan E- Commerce dan Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Penjualan

Ery Suryanti^{1*}, Hendra Lesmana², Husni Mubarak³ dan Bernadette Cahya Putri Utami⁴

^{1,2,3,4} Universitas Bina Sarana Informatika

* E-mail Korespondensi: erisuryanti.esi@bsi.ac.id

Information Article

History Article

Submission: 11-05-2023

Revision: 05-07-2023

Published: dd-mm-yyyy

DOI Article:

10.24905/permana.v15i2.289

A B S T R A K

Tokopedia salah satu E-commerce yang sudah dikenal oleh masyarakat dan sudah tidak asing lagi untuk kalangan masyarakat saat ini. Tokopedia adalah sebuah marketplace atau situs jual beli online yang mempertemukan antara penjual dan pembeli dengan cara yang praktis. Toko Aira dan Aria melakukan penjualan dan menjalankan usahanya melalui Tokopedia. Keuntungan dalam penjualan melalui Tokopedia ini sangat membantu untuk yang memiliki usaha di bidang penjualan produk. Toko Aira dan Aria menjual berbagai produk harian yang di gunakan masyarakat setiap hari. Tehnik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan studi pustaka dan tehnik analisa penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan kesimpulan yang bisa di petik dari penelitian ini adalah dalam menjalankan usaha kepercayaan adalah hal yang sangat penting tetap selalu jaga kepercayaan kepada konsumen dan memberikan pelayanan yang terbaik agar konsumen tidak merasa kecewa serta memberikan ide dan gagasan yang lebih sehingga toko akan semakin maju dan berkembang.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Penjualan. Tokopedia, Toko Aira dan Aria

A B S T R A C T

Tokopedia is one of the E-commerce that is well known by the public and is already familiar to today's society. Tokopedia is a marketplace or online buying and selling site that brings sellers and buyers together in a practical way. Toko Aira and Aria sell and run their business through Tokopedia. The advantage of selling through Tokopedia is very helpful for those who have a business in the field of selling products. Aira and Aria shops sell a variety of daily products that people use every day. Data collection techniques by observation, interviews and literature study and research analysis techniques are descriptive qualitative and the conclusion that can be drawn from the research is that in running a business trust is a very important thing to al-

Acknowledgment

ways maintain trust in consumers and provide the best service so that consumers not feel disappointed and provide more ideas and ideas so that the store will progress and develop.

Key word: *Marketing Strategy, Sales. Tokopedia, Aira and Aria Stores*

© 2023 Published by Permana. Selection and/or peer-review under responsibility of Permana

PENDAHULUAN

Manusia sebagai makhluk hidup memiliki beragam kebutuhan untuk menunjang kehidupannya dari mulai kebutuhan pokok dan kebutuhan sekunder. Kebutuhan manusia adalah kebutuhan dalam bentuk barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Semakin majunya pola kehidupan maka semakin maju pula cara berpikir. Dalam pemenuhan kebutuhan kita tidak perlu lagi untuk datang membeli ke pasar atau ke mall karena sekarang dimudahkan dalam berbelanja dengan model belanja *online* sangat praktis dan sangat muda. Majunya perkembangan teknologi di zaman sekarang sangat memudahkan kita dalam melakukan kegiatan setiap harinya bahkan dalam sistem komunikasi serta dalam menjalankan kehidupan setiap harinya sangat di mudahkan oleh teknologi yang sangat canggih dan modern.

Tehnologi semakin canggih dan pemenuhan kebutuhan untuk keperluan setiap hari lebih mudah karena berbelanja *online* semakin dimudahkan. Namun masyarakat perlu mengetahui dalam berbelanja *online*. Dalam belanja online juga ada kelebihan dan kekurangannya sehingga masyarakat harus memahami dan mengetahui tentang belanja online. Kegiatan usaha perdagangan semakin maju dalam perkembangannya banyak usaha – usaha kecil berdiri dengan kecanggihan atau kreatifitas yang dimiliki para pendiri usaha kecil ini dan didukung dengan sumber daya manusia yang maju maka akan memudahkan pemilik usaha untuk dapat berkembang, perlu berbagai upaya untuk mengenalkan produk pada masyarakat secara luas dan berbagai cara untuk mengetahui bahwa produk yang di pasarkan di terima oleh masyarakat banyak dan upaya ini memerlukan biaya yang tinggi dan resiko yang harus di tanggung. Dan memiliki peluang yang diberi *e-commerce* sangat menguntungkan serta sangat membantu karena tidak memerlukan waktu yang lama dan modal untuk mempromosikan produk kepada masyarakat. Digital marketing membantu sebuah perusahaan dalam mempromosikan dan memasarkan produk maupun jasa yang mereka punya. Digital marketing

juga dapat membuat atau membuka pasar-pasar baru yang sebelumnya tertutup karena adanya keterbatasan waktu, cara komunikasi (Prabowo 2018).

Pada umumnya masyarakat lebih mengenal dan mengetahui tentang *e-commerce* dalam kegiatan pembelian barang atau transaksi jual beli namun berbeda dengan *social commerce* yang belum banyak orang mengetahuinya karena dapat memberikan pengalaman berbeda saat berbelanja (Fabhian Yongga Maheswara & Satoto 2015). Semakin luasnya penggunaan internet dapat menyebabkan kemudahan untuk akses seperti proses transaksi dan kegiatan jual beli tersebut lebih mudah hanya dengan menggunakan *smartphone* melalui *platform* jual beli seperti di media social. Perkembangan teknologi informasi termasuk internet membawa dampak yang besar bagi segala aspek serta perkembangan dunia bisnis dan pemasaran sangat pesat mengingat jumlah pengguna internet yang terus bertambah dapat menjadi sebuah pasar yang potensial untuk pelaku bisnis yang menginginkan keuntungan bagi perusahaan (Rachmadhaniyati 2021).

Berbelanja di Tokopedia juga aman saya katakan aman karena sebagai pembeli, ketika melakukan transaksi pembelian barang melalui Tokopedia uang yang anda bayarkan bukan langsung ditransfer ke penjual melainkan ke pihak tokopedia terlebih dahulu, uang yang di bayarkan harus teliti saat pembayaran serta nomer rekening yang di tuju jangan sampai salah kirim atau salah transfer. Uang pembelian baru akan diterima oleh penjual ketika pesanan barang yang di kirim sudah sampai di pembeli jika pembeli sudah benar-benar menerima barang pesannya.

Transaksi adalah suatu kegiatan bisnis yang dilakukan seseorang yang dapat mengakibatkan perubahan terhadap harta atau aktiva serta kekayaan yang di miliki atau keadaan keuangan baik itu bertambah ataupun berkurang karena adanya transaksi bisnis yang di lakukan. Misalnya dengan bertambahnya harta maka transaksi bisnis yang di lakukan memperoleh hasil atau laba. Jumlah harta yang ada akan berkurang seperti membayar hutang, serta membayar berbagai macam biaya untuk memenuhi sebuah kebutuhan hidup.

Pemasaran ialah suatu rangkaian kegiatan guna pemenuhan kebutuhan yang di perlukan untuk kebutuhan konsumen. Dari rangkaian kegiatan pemenuhan kebutuhan banyak sekali transaksi yang terjadi di dalam kegiatan tersebut untuk menarik konsumen agar tertarik dengan produk yang di pasarkan. Membuat produk yang menarik dengan harga yang terjangkau serta tempat dimana produk tersebut di jual dan di pasarkan dan bagaimana cara mema-

sarkan produk tersebut agar di terima baik oleh konsumen. Definisi marketing adalah suatu perpaduan antara kegiatan yang saling berhubungan untuk mengetahui produk apa yang di butuhkan konsumen sehingga perusahaan dapat membuat produk tersebut beda dengan yang lainnya dan memiliki nilai yang lebih untuk konsumen. Keputusan pembelian merupakan kegiatan yang secara langsung dalam pengambilan keputusan membeli suatu produk yang ditawarkan oleh produsen dan produk tersebut di butuhkan pembeli. Keputusan pembelian sangat ditentukan oleh kepercayaan dan dapat menjadikan keuntungan perusahaan saat kepercayaan itu di dapat. Langkah penjualan dalam *e-commerce* akan tumbuh dan berkembang dengan majunya usaha jika penjual mampu menjaga kepercayaan (Rahmadi & Malik 2018). Strategi pemasaran yang di jalankan sesuai rencana yang tepat dengan tujuan menarik konsumen merupakan kegiatan yang benar-benar harus dilakukan karena merupakan hal yang paling sulit dilakukan. Strategi pemasaran dapat disebut juga sebagai rangkaian kebijakan serta tujuan dan sasaran serta memiliki aturan yang dapat mengarahkan usaha yang di lakukan dari waktu ke waktu (KESY & AMALLYNDA 2020).

Konsep pemasaran dapat digunakan untuk mewujudkan tujuan organisasi yang ingin diraih dan lebih mengutamakan kepuasan konsumen yang berkaitan dengan produk dari mulai produk tersebut jadi dan dipasarkan dan bagaimana produk tersebut unggul di masyarakat. Banyak hal terjadi yang dapat mempengaruhi pembelian atau penjualan produk baik disebabkan oleh faktor internal maupun faktor eksternal.(Lestari & Saifuddin 2020).

Bisnis yang di jalankan oleh Toko Aira dan Aria adalah menjual produk untuk kebutuhan sehari-hari dalam bisnis yang di jalankan adalah penjualan maka hal yang penting dalam kegiatan bisnis ini adalah penjualan produk ke konsumen sehingga perlu adanya kegiatan-kegiatan yang mendukung agar produk yang ada dapat di jual kepada konsumen. Penjualan merupakan kegiatan yang utama pada toko ini sehingga semakin banyaknya produk yang terjual maka akan semakin berkembang bisnis yang sedang di jalankan dan akan semakin maju. Toko Aira dan Aria adalah toko yang belum lama berdiri dan jumlah produk yang dijual masih belum banyak jenisnya. Toko Aira dan Aria tetap membangun kepercayaan kepada konsumen agar konsumen tetap merasa yakin dan merasa senang karena produk yang di cari ada di toko ini dengan promosi dan pelayanan yang baik yang di berikan oleh Toko Aira dan Aria agar konsumen dapat terus berbelanja.

METODE PENELITIAN

Tehnik pengumpulan data

- a. Observasi melalui pengamatan langsung bagaimana usaha yang sudah berjalan dan bagaimana menghadapi kendala yg ada.
- b. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Terdiri dari dua orang yaitu orang yang bertanya dan orang yang menjawab wawancara dilakukan dengan pemilik toko Aira dan Aria tentang penjualan melalui tokopedia.
- c. Studi pustaka dalam mengumpulkan informasi juga mencari informasi lainnya melalui link toko Aira dan Aria.

Tehnik analisa data

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif pada Toko Aira dan Aria yang meliputi jenis produk apa yang di jual, hambatan apa saja yang ada saat melakukan usaha penjualan, bagaimana proses penjualan sampai dengan pengepakan dan sampai di tujuan pembeli, serta bekerja sama dengan pihak pengiriman dan bagaimana keuntungan yang di dapatkan oleh Toko Aira dan Aria.

HASIL

Profil Toko Aira dan Aria pada Tokopedia

Toko Aira dan Aria melakukan penjualan pada Tokopedia pada tanggal 1 April 2020 sudah dua tahun lebih toko ini menjalankan usahanya melalui Tokopedia. Keuntungan dalam penjualan melalui Tokopedia ini sangat membantu untuk yang memiliki usaha di bidang penjualan produk. Toko Aira dan Aria menjual berbagai pruduk harian yang di gunakan masyarakat setiap harinya. Berikut adalah tampilan Toko Aira dan Aria dalam Tokopedia.



Gambar 1. Toko Aira dan Aria pada Tokopedia

Sumber: Penelitian 2023

Dari gambar yang terlihat dalam toko tersebut menjual kebutuhan harian untuk mas-

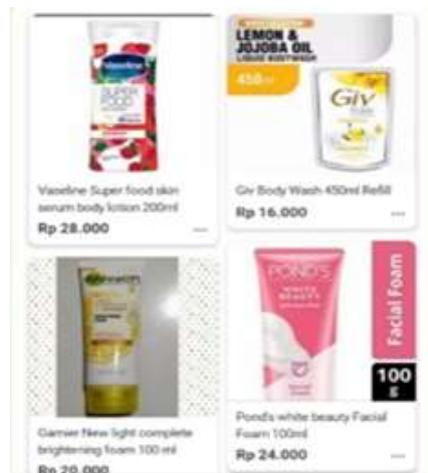
yarakat yang membutuhkan, tidak perlu ke pasar atau ke mall belanja online sangat mudah dan praktis.



Gambar 2. Jumlah follower Toko Aira dan Aria

Sumber: Penelitian 2023

Jumlah *followers* sebetulnya tidak terlalu berpengaruh namun yang sangat berpengaruh pada penjualan Toko Aira dan Aria adalah iklan. Dengan adanya iklan maka penjualan pun meningkat sehingga penjual selalu mengadakan iklan atau promosi untuk membuat konsumen lebih tertarik dengan produk yang di pasarkan.



Gambar 3. contoh jenis produk yang di jual

Sumber: Penelitian 2023

Jenis produk yang di jual di toko ini adalah berbagai shampo dengan berbagai ukuran serta berbagai sabun cuci muka juga dengan berbagai ukuran dan masih banyak lagi yang di jual di toko ini.

Strategi pemasaran dan penjualan Toko Aira dan Aria pada Tokopedia.

Strategi promosi yang selalu dilakukan oleh Tokopedia yaitu dengan cara mengembangkan fitur-fitur yang ada seperti adanya pendeteksi barang menggunakan kamera yang

mana hanya dengan mengambil objek melalui kamera maka akan terlihat menjadi menarik dan sehingga customer menjadi tertarik untuk selalu berbelanja di Tokopedia dan akan selalu berbelanja di toko ini. Sistem pelayanan yang dilakukan Tokopedia adalah focus on customer dimana Tokopedia sangat memperhatikan kenyamanan pembeli dan selalu memberikan pelayanan yang terbaik terhadap customer sehingga customer merasa yakin untuk berbelanja di Tokopedia. Perusahaan harus berupaya mendekati pelanggan dan menyampaikan keunggulannya kepada pelanggan hal ini bisa dilakukan dengan mengembangkan suatu langkah khusus yang dikenal dengan promosi. Promosi Penjualan terdiri dari alat-alat pemotivasi pada umumnya dalam jangka pendek dibuat untuk merangsang pembelian lebih cepat untuk membeli produk tersebut (Taris & Purwanto 2022). Salah satu bentuk atau cara pelayanan pada Tokopedia yakni dengan *mengcover customer* dari berbagai sisi seperti menerima keluhan, kritik, dan saran dari *customer* melalui chat sebagai sarana privasi yang akan selalu merespon pesan dengan cepat.

Pada Toko Aira dan Aria yang dilakukan untuk strategi pemasaran dan penjualan adalah melalui iklan. Iklan adalah salah satu usaha yang dapat meningkatkan penjualan dengan iklan yang dilakukan oleh penjual akan membuat daya tarik pembeli untuk membeli produknya. Pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam penjualan perlu adanya daya tarik tersendiri agar pembeli dapat tertarik untuk membeli. Dengan memasang iklan, diharapkan penjualan akan meningkat dan semakin banyak pelanggan yang mengetahui produk yang di pasarkan atau di jual.

Top Ads merupakan fitur yang disediakan oleh Tokopedia yang dapat digunakan untuk para penjual dalam mempromosikan produk dan toko *Seller* di Tokopedia fitur ini sangat penting untuk penjual sehingga penjual dapat mempromosikan produknya di halaman yang mudah dilihat oleh pembeli. *Seller* yang mendaftarkan tokonya di *Top Ads* akan mendapatkan beberapa keuntungan serta kemudahan dan produk yang diiklankan akan muncul di beberapa halaman strategis dan mudah dilihat yang ada di Tokopedia.

Beberapa manfaat promo produk yaitu

1. Selain menampilkan produk di lokasi yang strategis juga meningkatkan jumlah orang yang melihat produk, dengan banyaknya orang yang melihat produk maka akan semakin banyak orang untuk berbelanja serta membeli produk yang dijual.
2. Berpotensi meningkatkan penjualan, peningkatan penjualan berawal dari banyaknya

orang yang melihat produk toko yang di jual dan tertarik untuk membeli dari produk tersebut.

3. Dengan meningkatkan jumlah kunjungan ke toko *Seller* maka toko akan semakin dikenal.

Promosi sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk barang dan jasa yang akan dijual. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi namun juga sebagai alat yang digunakan untuk memengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian. Tujuan promosi ialah untuk meningkatkan volume penjualan pada hakekat tujuan promosi adalah memberikan informasi dan mengkomunikasikan barang dan jasa secara efektif kepada pembeli (Zenny Oktamia Rachman et al. 2022).

Cara Mempromosikan Toko Aira dan Aria di Tokopedia

1. *Upload* Foto yang Menarik

Gambaran produk merupakan hal yang paling dasar ketika mempromosikan toko online dengan foto produk yang menarik sehingga dapat membuat orang tertarik untuk mengunjungi toko kamu untuk melihat berbagai item yang di jual dengan adanya daya tarik dari gambar atau foto yang terpasang, nama produk dan deskripsi produk pun sebaiknya dibuat selengkap mungkin agar memudahkan pembeli untuk memahami produk yang di jual serta dapat dimengerti oleh pembeli. Pembeli pasti akan tertarik jika melihat foto produk yang foto terlihat jelas dan cerah sehingga tampak menarik dan profesional.

2. Nama yang mudah diingat dan menarik

Toko Aira dan Aria adalah nama yang mudah diingat dan nama yang menarik untuk dapat dikunjungi *customer*. Pembeli yang sudah pernah berkunjung atau membeli produk di toko dan kemudian ingin kembali datang ke toko lagi karena toko Aira dan Ariaini merupakan nama toko yang sederhana dan mudah diingat maka akan memudahkan mereka untuk menemukan toko online ini lagi.

3. Fasilitas Promo

Toko Aira dan Aria menggunakan fasilitas promo di Tokopedia dan juga memiliki fasilitas promo sendiri untuk pelanggan yang membeli produk di toko ini.

4. Promosi di Sosial Media

Sosial media sudah melekat pada kehidupan masyarakat sekarang ini dan mudah untuk melakukan promosi. Dengan sosial media sangat mudah sekali dalam mempromosikan produk toko karena banyaknya orang yang kita kenal sehingga akan lebih banyak orang mengenal dan mengetahui keberadaan toko.

5. Pelayanan Terbaik

Toko Aira dan Aria berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik salah satu cara tradisional untuk mempromosikan barang namun punya efek sangat besar adalah promosi melalui orang terdekat dan pelayanan yang baik akan menularkan informasi yang baik dari satu orang ke orang lain. Toko juga memberikan pelayanan untuk pertanyaan, kritik atau pendapat dari pembeli ini juga merupakan bentuk pelayanan yang baik dengan caranya membalas pertanyaan pembeli dengan waktu yang cepat.

Strategi Pemasaran dan penjualan Toko Aira dan Aria di Tokopedia.

Strategi yang dilakukan oleh Toko Aira dan Aria juga tidak jauh berbeda yaitu

1. Dengan menghindari pembatalan pesanan atau penolakan karena dengan penolakan akan membuat citra toko semakin tidak baik bahkan akan merugikan toko sendiri sehingga dalam hal ini Toko Aira dan Aria selalu menerima pembelian dan menghindari pembatalan dengan adanya pembatalan juga akan berimbas pada penilaian toko online di Tokopedia.
2. Toko Aira dan Aria selalu mengikuti promosi online yang diadakan Tokopedia. Dengan mengikuti promo yang di adakan oleh Tokopedia. Dengan cara mendaftarkan toko online pada promosi tersebut sehingga pembeli bisa ikut memeriahkan promosi di akun Tokopedia yang dimiliki.
3. Toko Aira dan Aria juga selalu menyelesaikan pesanan secepat mungkin dan membungkus pesanan yang datang ke toko online secepat mungkin, dan melakukan pengeemasan dengan hati-hati agar produk yang di kemas atau dikirim tidak rusak, karena kalau produk yang dikirim mengalami kerusakan maka Toko Aira dan Aria akan mengganti dengan yang baru maka akan merugikan toko dari segi keuangan juga dari segi waktu.
4. Membuat Promo untuk toko, saat Tokopedia sedang tidak mengadakan promo maka membuat promosi untuk toko online sendiri. Cara yang dilakukan Toko Aira dan Aria adalah memberikan promo di awal bulan dan akhir bulan berupa voucher buat buyer

dengan syarat minimum order dengan ini salah satu langkah untuk menarik pembeli.

5. Kerjasama dengan jasa kirim yang dapat dijangkau semua konsumen. Toko ini bekerjasama dengan banyak jasa pengiriman sehingga memudahkan penjual dalam mengirim produk ke pembeli.

Dari segi penjualan Toko Aira dan Aria ini selalu ada peningkatan antara lain dari iklan sehingga jadi yang teratas saat buyer mencari produk atau barang, serta banyak mendapatkan *voucher* atau promo dari Tokopedia, *voucher* potongan harga yang di berikan Tokopedia untuk seller sangat membantu dalam segi penjualan sehingga penjualan meningkat. Tidak hanya dari Tokopedia untuk promo toko ini sendiri juga memberikan promo di awal bulan dan akhir bulan berupa voucher buat buyer dengan syarat minimum order. Pendapatan toko Aira dan Aria masih dibawah lima juta setiap bulan di karenakan item toko belum banyak. Dan produk yang paling laku terjual shampoo dan sabun cair dengan berbagai ukuran dua produk ini banyak terjual serta produk lainnya , banyaknya pembeli di toko ini di karenakan toko ini memberikan harga yang tidak mahal atau masih murah.

SIMPULAN

Untuk penelitian yang sudah diuraikan maka penulis mengambil kesimpulan bahwa dalam usaha penjualan melalui online perlu adanya kreatifitas dari penjual agar memadukan teknologi yang sekarang dengan berbagai hal yang dapat membuat suatu gambaran yang menarik atau suatu promosi dengan kata kata yang unik serta harga yang dapat di jangkau oleh masyarakat. Dengan pelayanan yang baik serta tanggap kepada pembeli serta dengan bekerja sama untuk pengiriman paket agar paket tersebut sampai di pembeli sesuai waktu yang di perkirakan dan tidak terlalu lama. Dengan kerapian serta dengan penataan produk yang akan di kirim juga perlu di perhatikan agar produk yang dikirim tidak mengalami rusak. Walaupun banyak resiko yang akan di hadapi oleh penjual namun dengan perjuangan yang memang melalui proses yang terbaik maka hasilnya akan baik. Banyak hambatan yang terjadi antara lain pengiriman rusak sehingga penjual harus mengganti yang baru sehingga dari pengalaman ini maka untuk selanjutnya dapat berhati-hati dalam mengemas produk yang akan di kirimkan ke pembeli. Dengan menjaga kepercayaan kepada masyarakat maka usaha akan berkembang dengan berbagai aktivitas yang di lakukan serta promosi dan potongan harga agar produk tersebut dapat meningkatkan penjualan dan usaha akan semakin maju dan berkembang. Berbagai ide yang dilakukan untuk memajukan usaha yang di jalankan antara

lain dengan memberika promosi juga dengan memberilkan voucher potongan harga maka akan menarik konsumen unuk berbelanja di toko online ini.

Dalam menjalankan usaha kepercayaan adalah hal yang sangat penting tetap selalu jaga kepercayaan kepada konsumen dan memberikan pelayanan yang terbaik agar konsumen tidak merasa kecewa serta memberikan ide dan gagasan yang lebih sehingga toko akan semakin maju dan berkembang. Menghadapi resiko dengan bijak dan menambahkan item produk yang di jual karena penjualan selalu ada peningkatan sehingga toko ini akan terus maju dan dapat menjadi lebih maju lagi dengan berbagai produk yang di jual dan di pasarkan maka dengan banyaknya produk atau item yang di jual konsumen akan banyak yang tertarik untuk membeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Fabhian Yongga Maheswara & Satoto, S.H., 2015. Jurnal Manajemen Jurnal Manajemen. *Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image, Dan Testimoni Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Mie Instan Lemonilo Pada Media Sosial Instagram*, 6(1), pp.131–143. Available at: <https://jurnalfe.ustjogja.ac.id/index.php/manajemen/article/view/3705/956>
<https://doi.org/10.26460/jm.v13i1.3705>
- Irmawati, D. (2011). Pemanfaatan e-commerce dalam dunia bisnis. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis–ISSN*, 2085(1375), 161-171.
- Kesy, A. & Amallynda, I., 2020. Pendampingan dalam Implementasi Strategi Pemasaran Produk Olahan Susu Sapi. , 09(02), pp.323–334. Available at: <https://journal.uhamka.ac.id/index.php/solma/article/view/5169/1977>.
<https://doi.org/10.22236/solma.v9i2.5169>
- Lestari, P. & Saifuddin, M., 2020. Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. *Jurnal*



Manajemen dan Inovasi (MANOVA), 3(2), pp.23–31. Available at:
<https://jurnalfebi.uinsby.ac.id/index.php/MANOVA/article/view/301/250>.
10.15642/manova.v3i2.301

Prabowo, W.A., 2018. Pengaruh Digital Marketing terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital Dan Perceived Quality sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Tiga Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), pp.101–112. Available at:
<https://jurnalpemasaran.petra.ac.id/index.php/mar/article/view/21152>.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.2.101-112>

Rachmadhaniyati, 2021. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9, pp.1124–1137. Available at:
<https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/13967/pdf>.
<https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p1124-1137>

Rahmadi, H. & Malik, D., 2018. Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia.Com Di Jakarta Pusat. *Reformasi Administrasi*, 3(1), pp.126–145. Available at:
<http://ojs.stiami.ac.id/index.php/reformasi/article/view/100>.
<https://doi.org/10.31334/.v3i1.100>

Taris, H.S. & Purwanto, S., 2022. Analisis Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Layanan Go-Food di Surabaya. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 7(2), p.449. Available at:
<http://jmas.unbari.ac.id/index.php/jmas/article/view/427/338>.
<https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.427>

Zenny Oktamia Rachman, Sonny Subroto Maheri & Beny Mahyudi Saputra, 2022. Strategi Promosi Pemasaran Di Kind English Course Kampung Inggris Pare Kediri. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 1(3), pp.18–33. Available at:



<https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php/jupiman/issue/view/58>.

<https://doi.org/10.55606/jupiman.v1i3.427>