

Pengaruh Promosi *Onlineshop* Melalui *Whatsapp* Bisnis Terhadap Pendapatan Perbulan Pada *Olshop Lifah Collection* Desa Tanjung Tambak Kabupaten Ogan Ilir

Dea Roma Dona¹, Fadillah², Meriyati³

Sekolah Tinggi Ekonomi Dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri

Email : dearimadhona@gmail.com, dilla@stebisigm.ac.id, meri@stebisigm.ac.id

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai Pengaruh Promosi Onlineshop Melalui Whatsapp Bisnis Terhadap Pendapatan Perbulan Olshop Lifah Collection Desa Tanjung Tambak. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana Pengaruh Promosi Onlineshop Melalui Whatsapp Bisnis Terhadap Pendapatan Perbulan Olshop Lifah Collection Desa Tanjung Tambak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi onlineshop melalui whatsapp bisnis terhadap pendapatan perbulan olshop lifah collection desa tanjung tambak kabupaten ogan ilir, Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sampel penelitian menggunakan random sampling dengan 50 responden. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan kuesioner. Metode analisa data yang di gunakan yaitu regresi sederhana dengan menggunakan program SPSS. Hasil penelitian membuktikan bahwa variable promosi onlineshop berpengaruh terhadap variabel pendapatan di online shop lifah collection desa tanjung tambak, pada nilai variabel promosi sebesar 9,862 dan nilai signifikasi dari uji regresi sederhana sebesar 0,000 dengan taraf signifikasi 0,050.

Kata Kunci: *Promosi, OnlineShop, Whatsapp, Pendapatan*

Abstract

This study discusses the Effect of Onlineshop Promotion Through Business Whatsapp on Monthly Income of Olshop Lifah Collection in Tanjung Tambak Village. The formulation of the problem in this research is how is the influence of online shop promotion via WhatsApp business on the monthly income of the Olshop Lifah Collection in Tanjung Tambak Village. This study aims to determine the effect of online shop promotions via WhatsApp business on the monthly income of the Lifah Collection Olshop, Tanjung Tambak Village, Ogan Ilir Regency. This research is a quantitative study. The research sample used random sampling with 50 respondents. Data collection techniques carried out by researchers are questionnaires. The data analysis method used is simple regression using the SPSS program. The results of the study prove that the online shop

Page **699** of **712**

Lisensi	: Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0)
Published by	: Penerbit dan Percetakan CV. Picmotiv
Url	: http://ejournal.lapad.id/index.php/jurbisman/issue/view/253

promotion variable has an effect on the income variable at the Lifah Collection online shop in Tanjung Tambak Village, the promotion variable value is 9.862 and the significance value of the simple regression test is 0.000 with a significance level of 0.050.

Keywords: *Promotion, OnlineStore, Whatsapp, Income.*

Pendahuluan

Berbelanja secara *online* sering disebut dengan *online shopping* Melalui *internet* kita dapat mengenal berbagai hal mulai dari jejaring sosial, aplikasi, berita, video, foto hingga berbelanja melalui internet atau online shopping. Pengguna internet yang terus meningkat disetiap tahunnya juga mendorong adanya suatu potensi besar terciptanya online shopping. Berbelanja secara online atau online shopping di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Survei yang dilakukan Snapcart menunjukkan 59% (Jeklin 2018) responden di Indonesia berbelanja secara daring selama masa Pandemi sampai saat ini, *online shopping* memiliki definisi sebagai tempat untuk menggelar (menampilkan dan memamerkan) barang dagangan. Barang itu ditampilkan dengan hubungan jaringan *internet*.

Saat ini, *online shopping* merupakan salah satu kemudahan dalam gaya hidup modern. *Online shopping* menjadi salah satu bukti berkembangnya teknologi jaringan komunikasi, khususnya *internet* di Indonesia yang sejak beberapa tahun terakhir ini. Dengan berbelanja melalui *internet*, pengguna *internet* akan merasakan kemudahannya. Hal ini terbukti dalam kemudahan pencarian produk (Sa'adah 2019). Pengguna *internet* tidak perlu membuang banyak waktu dan tenaga untuk mencari produk. Pengguna *internet* juga dimudahkan dengan tawaran situs-situs *online shop*. Dengan demikian, toko *online* dapat menguntungkan dan memudahkan para pembeli atau konsumen (Jeklin, 2018).

Pada saat ini, promosi media sosial *whatsapp bisnis* adalah promosi yang ampuh dalam mempengaruhi minat beli konsumen di Olshop Lifah Collection. Setiap transaksi pun juga melalui media *online*. Transaksi *online* memudahkan hubungan antara produsen atau penjual kepada konsumen. Hal ini terjadi, karena *internet* dapat memudahkan manusia dalam bertukar informasi dan komunikasi dimanapun mereka berada, tidak terbatas ruang dan waktu. Promosi *online whatsapp bisnis* yang baik akan mempengaruhi minat beli konsumen,

begitupun dengan cara transaksinya. Jika produk dipasarkan dengan melalui media *online*, maka *emarketing* dibutuhkan dalam strategi promosi produk (Sa'adah 2019).

Berdasarkan hasil observasi yang peneliti dapatkan, pendapatan *onlineshop lifah collection* melalui *whatsapp* bisnis lebih menguntungkan dari pada penjualan secara eceran. karena penjualan secara eceran hanya sedikit peminatnya yang dapat menjangkau dan membeli produk di toko tersebut hanya warga setempat saja. Berbeda dengan promosi penjualan secara *online* melalui *whatsapp*, yang mana semua orang dapat membeli produknya dengan mudah dengan hanya melihat produk yang dipromosikan di *whatsapp*. Akan tetapi penjualan secara *online* di toko lifah *collection* ini juga mengalami penurunan (*fluktuasi*) yang mana pada bulan November dan Desember tahun 2022 mengalami penurunan, namun pada bulan Januari dan Februari tahun 2023 *onlineshop lifah collection*, kembali mengalami peningkatan penjualan dan pendapatan.

Demikian peneliti tertarik untuk meneliti fenomena di atas dikarenakan banyaknya *Onlineshop* yang menggunakan akun media sosial *whatsapp bisnis* dalam mempromosikan produk yang dijual, tentu saja hal ini mempengaruhi pendapatannya. Maka penulis merasa perlu untuk membahas lebih mendalam lagi sejauh mana pengaruh promosi *onlineshop whatsapp* terhadap pendapatan perbulan di toko lifah *collection* Tanjung Tambak dalam suatu karya ilmiah dengan judul. "Pengaruh Promosi *Onlineshop* Melalui *Whatsapp* Bisnis Terhadap Pendapatan Perbulan Olshop Lifah *Collection* Tanjung Tambak"

Landasan Teori

1. Pengertian Promosi

Promosi (*promotion*) adalah usaha atau upaya untuk memajukan atau meningkatkan, misalnya untuk meningkatkan perdagangan atau memajukan bidang usaha (Fadilla, Choiriyah,

& Aravik, 2021). Promosi berasal dari kata *promote* dalam bahasa Inggris yang diartikan sebagai mengembangkan atau meningkatkan (Aravik & Hamzani, 2021). Pengertian tersebut jika dihubungkan dengan bidang penjualan berarti sebagai alat untuk meningkatkan omzet penjualan (Kharis 2018).

2. Tujuan Promosi

Adapun tujuan dari promosi menurut Kotler dan Amstrong (2016) yaitu sebagai berikut:

1. Mendorong pembelian pelanggan jangka pendek atau meningkatkan hubungan pelanggan jangka panjang.
2. Mendorong pengecer menjual barang baru dan menyediakan lebih banyak persediaan.
3. Mengiklankan produk perusahaan dan memberikan ruang rak yang lebih banyak
4. Untuk tenaga penjualan, berguna untuk mendapatkan lebih banyak.
5. Dukungan tenaga penjualan bagi produk lama atau baru atau mendorong wiraniaga mendapatkan pelanggan baru.

3. Pengertian Promosi *Online*

Promosi *Online* bertujuan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan pelanggan. Promosi ini dilakukan dengan menggunakan *internet*. Menurut Raghubir dalam kutipan Park dan Lennon, bahwa promosi adalah isyarat yang digunakan untuk evaluasi kognitif suatu produk dan keputusan pembelian. Menurut Bagozzi dalam kutipan Park dan Lennon, bahwa promosi bersifat penting untuk memberi tahu konsumen (Minjung Park & Sharron J Lennon 2019). Promosi memberi tahu konsumen tentang ketersediaan dari suatu produk (Aji & Aravik, 2023). Promosi menghasilkan kesadaran publik tentang kegiatan pemasaran pengecer. Kesadaran publik dapat mendorong pengecer untuk melakukan kunjungan kembali. Kesadaran publik juga meningkatkan loyalitas pelanggan (Febriyanto, 2021).

4. Manfaat Online Shop

1. Pengalaman belanja menjadi mudah dan praktis

Semakin berkembangnya dunia digital mengubah metode transaksi jual beli menjadi lebih efisien dan menghemat waktu. sebagai seorang pembeli dapat dengan mudah memilih barang yang diinginkan hanya dengan sentuhan jari.

2. Bisa membeli produk maupun barang dari tempat yang jauh

Dengan tersedianya online shop konsumen memiliki ranah pilihan barang yang lebih luas dan lebih jauh sampai ke luar negeri yang telah terjamin mutu dan kualitas produknya.

3. Dapat dengan mudah memperbandingkan harga barang

Dalam sistem online shop, konsumen disediakan pilihan barang dan produk yang jauh lebih variatif daripada Real Shop, dikarenakan online shop memiliki jangkauan akses yang lebih luas dengan adanya layanan Internet.

4. Kesempatan mendapatkan promo jauh lebih besar

Sengitnya persaingan di Industri digital menyebabkan online shop mau tidak mau membuka berbagai penawaran menarik dalam mencari pembeli untuk berbelanja di toko online mereka. Tentunya hal ini sangat menguntungkan bagi para pemburu barang edisi terbatas.

5. Media Sosial Whatsapp Bisnis

WhatsApp menjadi salah satu aplikasi yang mulai menawarkan layanan untuk kebutuhan bisnis melalui *WhatsApp* Bisnis. Versi bisnis yang pertama kali dirilis tahun 2018 ini memang diperuntukkan bagi pengguna yang memiliki bisnis sebagai media penyampaian informasi bagi setiap konsumennya. Tidak heran, jika *Whatsapp* Bisnis menjadi salah satu hal yang wajib

dimiliki oleh para brand maupun pelaku bisnis lainnya Sampai Februari tahun 2020 lalu, pengguna *Whatsapp* Bisnis sudah mencapai 2 miliar sehingga media ini bisa menjadi pilihan kamu dalam memulai bisnis (Kurniati, Ria Yuni 2021).

Whatsapp Bisnis merupakan aplikasi pengirim pesan yang dirancang khusus untuk dapat memberikan kemudahan bagi para pebisnis dalam berinteraksi dengan setiap pelanggannya. Menurut pihak WhatsApp sendiri, versi bisnis ini memang khusus diperuntukkan bagi para pemilik bisnis kecil sehingga dapat terhubung secara pribadi dengan setiap konsumennya. Sejak pertama kali diluncurkan memang versi bisnis ini mendapatkan sambutan yang positif terutama bagi para kalangan bisnis *online*. Kehadirannya juga dijadikan sebagai salah satu pilihan untuk berkomunikasi secara tepat bagi para pebisnis *online*. WhatsApp Bisnis sendiri membantu banyak calon konsumen untuk berkomunikasi pada penjual dan mempromosikan produk maupun layanannya, hingga menjawab berbagai pertanyaan konsumen secara cepat.

6. Pengertian Pendapatan

Pendapatan suatu yang sangat penting dalam setiap perusahaan, Tanpa adanya pendapatan mustahil akan didapat penghasilan atau *earnings*. Pendapatan adalah hasil yang timbul dari aktivitas perusahaan yang biasa dikenal atau disebut penjualan, penghasilan jasa, bunga deviden, *loyalty* dan sewa. pendapatan selain itu juga dapat didefinisikan sebagai penghasilan dari usaha pokok perusahaan ataupun penjualan barang atas jasa diikuti biaya-biaya sehingga diperoleh laba kotor (Azizah & Siswahyudianto, 2022) Pendapatan dapat juga diartikan sebagai :

- a. Semua penerimaan, baik tunai maupun bukan tunai yang merupakan hasil dari penjualan barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu (*income revenue*).
- b. Penerimaan dana sebagai hasil dari investasi.

Pendapatan benar-benar berpengaruh bagi kelangsungan suatu usaha, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan suatu usaha untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan – kegiatan yang akan dilakukan. Menurut pendapat lain Samuelson dan Nordhaus (2003), kondisi seseorang dapat diukur dengan menggunakan

konsep pendapatan yang menunjukkan jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu .

7. Sumber pendapatan

Adapun sumber-sumber pendapatan masyarakat atau rumah tangga yakni (Azizah & Siswahyudianto, 2022):

1. Dari upah atau gaji yang diterima sebagai ganti tenaga kerja
2. Dari hak milik seperti modal dan tanah
3. Dari pemerintah Perbedaan dalam pendapatan upah dan gaji diseluruh rumah tangga disebabkan oleh perbedaan dalam karakteristik pekerja (keahlian, pelatihan, pendidikan, pengalaman dan seterusnya) dan dari perbedaan jenis pekerjaan (berbahaya, mengasyikkan, glamor, sulit dan sebagainya).

8. Indikator Pendapatan

Menurut Bramastuti (2018), indikator pendapatan antara lain:

1. Pendapatan yang diterima perbulan
2. Pekerjaan
3. Anggaran biaya sekolah
4. Beban keluarga yang ditanggung

Metode Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Peneliti memilih jenis penelitian ini karena berkaitan dengan judul mencari pengaruh yang data nya real berupa data statistik atau angka. Metode Kuantitatif adalah metode yang menggunakan alat analisis bersifat kuantitatif dimana hasil analisis disajikan dalam bentuk angka-angka yang kemudian

dijelaskan dan diinterprestasi dalam suatu uraian (Santoso, 2019). Menurut Sarmanu dalam Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Statistika (2017), penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bertujuan menguji teori yang selama ini berlaku apakah benar atau salah. Sedangkan penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan bukan untuk menguji teori, tetapi menemukan konsep atau teori.

Jadi yang menjadi masalah penting dalam penelitian kuantitatif adalah kemampuan untuk melakukan generalisasi hasil penelitian; seberapa jauh hasil penelitian dapat digeneralisasi pada populasi. Sedangkan penelitian kualitatif mencari data tidak untuk melakukan generalisasi, karena penelitian kualitatif meneliti proses bukan meneliti permukaan yang nampak (Mulyadi, 2017).

Pembahasan

1. Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi merupakan salah satu analisis yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh suatu variable terhadap variable yang lain.

Tabel 1

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	423.814	1	423.814	97.258	.000 ^b
	Residual	209.166	48	4.358		
	Total	632.980	49			

a. Dependent Variable: pendapatan

b. Predictors: (Constant), promosi onlineshop

Dari hasil uji regresi sederhana diatas diperoleh nilai F 97.258 dengan signifikan $0.000 < 0.05$ maka ada pengaruh signifikan antara Promosi onlineshop melalui whatsapp terhadap pendapatan perbulan olshop lifah collection tanjung tambak kabupaten ogan ilir.

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yaitu promosi onlineshop berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen pendapatan perbulan olshop lifah *collection*. Untuk mengetahui hasil signifikan atau tidak, angka t-hitung akan dibandingkan dengan t-tabel. Maka digunakan tingkat signifikan 0,05.

Tabel 2

**Hasil Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.345	3.695		-.364	.718
promosi onlineshop	1.036	.105	.818	9.862	.000

a. Dependent Variable: pendapatan

a. Ha1 : Pengujian hipotesis pengaruh yang signifikan dalam Promosi onlineshop melalui whatsapp terhadap pendapatan perbulan pada olshop lifah *collection* tanjung tambak. Berdasarkan pada table 2 maka dapat dinyatakan bahwa dari pengujian variabel promosi onlineshop yang dihasilkan yaitu thitung 9,862 > ttabel 2,01063 dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,05 maka artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan antara promosi onlineshop terhadap pendapatan perbulan onlineshop melalui whatsapp olshop lifah collection tanjung tambak.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi adalah data untuk mengetahui besar persentase pengaruh langsung variabel bebas yang semakin dekat hubungannya dengan variabel terikat atau dapat dikatakan bahwa penggunaan model tersebut bisa dibenarkan. Untuk mengukur tanggapan dan pendapat dari responden dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan metode Skala Likert. Setiap pertanyaan mempunyai 5 alternative jawaban, maka untuk itu penulis menempatkan nilai (bobot) pada setiap masing-masing alternative jawaban yang dipilih, dibawah ini adalah tabel hasil pengujiannya.

Tabel 3
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.818 ^a	.670	.663	2.087

a. Predictors: (Constant), PROMOSI ONLINESHOP

Berdasarkan tabel diatas menunjukan nilai *R-Square* sebesar 0,670 hal ini berarti 67,0% variasi nilai Pendapatan perbulan promosi melalui *whatsapp* bisnis. Sedangkan sisanya (100%-67,0%) adalah 33% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Hasil Penelitian

Dalam pembahasan ini, peneliti menggunakan 50 responden yang di uji SPSS 25 dari 50 responden dimana respondennya adalah Pelanggan Olshop Lifah *Collection* Tanjung Tambak. Peneliti menggunakan *goggle form* guna mengetahui bagaimana Pengaruh Promosi Onlineshop Melalui *Whatsapp Bisnis* Terhadap Pendapatan Perbulan Di Olshop Lifah *Collection* Desa Tanjung Tambak. Jadi Pengaruh Promosi *Onlineshop* Melalui *Whatsapp* Bisnis Terhadap Pendapatan Perbulan Di Olshop Lifah *Collection* Desa Tanjung Tambak valid dan signifikan hal tersebut dibuktikan dengan rhitung yang lebih besar dari rtabel secara

keseluruhan dimana dimana nilai rtabel diperoleh dari $(df)=n-2$ dengan tingkat signifikan 0,05 sebesar 0,2787.

Pengujian hipotesis pengaruh yang signifikan dalam Promosi onlineshop melalui *whatsapp bisnis* terhadap pendapatan perbulan di olshop lifah collection desa tanjung tambak maka dapat dinyatakan bahwa dari pengujian variabel promosi onlineshop yang dihasilkan yaitu $t_{hitung} 9,862 > t_{tabel} 2,01063$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan antara promosi *onlineshop* melalui *whatsapp* terhadap pendapatan perbulan olshop lifah *collection* desa tanjung tambak kabupaten ogan ilir.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diujikan sebelumnya dapat dilihat dan ditarik kesimpulannya bahwa ada Pengaruh Promosi *onlineshop* melalui *whatsapp bisnis* terhadap pendapatan perbulan olshop lifah *collection* desa tanjung tambak kabupaten ogan ilir. Untuk hasil uji regresi linear sederhana dapat disimpulkan bahwa dari hasil uji regresi sederhana diperoleh nilai $F 97.258$ dengan signifikan $0.000 < 0.05$ maka ada pengaruh signifikan antara promosi onlineshop melalui whatsapp terhadap pendapatan perbulan olshop lifah collection desa tanjung tambak. semakin pelanggan olshop lifah collection ini sering melihat layanan *story whatsapp tentang berbagai macam produk yang di jual olshop lifah* ini maka akan berpengaruh kepada pendapatan perbulan menjadi semakin meningkat.

Lalu untuk menjawab pertanyaan penelitian yang ada pada rumusan masalah, dapat dijawab dari hasil uji t maka dapat dinyatakan bahwa dari pengujian variabel promo *onlineshop* yang dihasilkan yaitu $t_{hitung} 9,862 > t_{tabel} 2,01063$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan antara Pengaruh Promosi

onlineshop melalui whatsapp terhadap pendapatan perbulan olshop lifah collection desa tanjung tambak kabupaten ogan ilir.

Daftar Pustaka

- Aji, R. H. S., & Aravik, H. (2023). *Manajemen Sumber Daya Insani: Konsep, Filosofi dan Implementasi*. Yogyakarta: Deepublish. Retrieved from <https://deepublishstore.com/shop/buku-manajemen-sumber-6/>
- Aravik, H., & Hamzani, A. I. (2021). *Etika Perbankan Syariah: Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Deepublish. Retrieved from <https://deepublishstore.com/shop/buku-etika-perbankan-syariah-teori-dan-implementasi/>
- Astuti, R. L. M. B. (2018). Pengaruh Promosi Online Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Konsumen Tas Online Shop Fani House. *Jurnal Gaussian*, 5(1), 1–10.
- Azizah, L. N., & Siswahyudianto, S. (2022). Strategi Digital Marketing Pada Toko Online Shop Nyemil Cemil Tulungagung Dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Revenue : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 3(1), 178–186. <https://doi.org/10.46306/rev.v3i1.89>
- Azka, Zahrah Nabila, 2017 “Pengaruh Promosi Online dan Kualitas Pelayanan Dalam Belanja Online Terhadap Kepuasan Konsumen Traveloka”, Tesis(Bandung: Prodi Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Pasundan)
- Dwiantari, Scorina, and Masine Slahanti. "Media Sosial Whatsapp Bisnis sebagai Media Promosi Guna Meningkatkan Penjualan Bakmi Jowo Denbagus." *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis* 3.2 (2022): 75-82.
- Dima, E. T. . (2021). Analisis Pengaruh Modal Dan Harga Terhadap Tingkat Pendapatan OnlineShop Di Kecamatan Koting (Studi kasus Di Desa Koting, Kecamatan Koting,KabupatenSikka).*Ekopem:JurnalEkonomi Pembangunan*, 6(3), 32–41. <https://doi.org/10.32938/jep.v6i3.1522>
- Edi Suryadi, Hidayat ginanjar, dan M.Priyatna. 2016. *Penggunaan sosial media whatsapp dan pengaruhnya terhadap disiplin belajar peserta didik pada mata pelajaran pendidikan agama islam* (studi kasus di SMK analis kimia YKPI Bogor. *Jurnal pendidikan islam*,
- Fadilla, Choiriyah, & Aravik, H. (2021). *Islamic Marketing: Konsep, Filosofi dan Implementasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Febriyanto. (2021). *Pengaruh Promosi Online Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dimasa Pandemi Covid 19 Pada Berkah Mobil Medan Skripsi Oleh : Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area Medan Pengaruh Promosi Online Dan Harga Terhadap Keput.*

- Ghifary , Ahmad- Nafis, Rizalun. 2017. *Efektifitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi pada produk jilbab Afra, Jurnal Ekonomi*. Universitas Islam Negeri Walisongo. Semarang,
- Hardyanti, winda. 2019. *Diskrepansi kepuasan pembaca media online islam: studi komparatif kesenjangan kepuasan membaca situs eramuslim.com di kalangan dosen dan mahasiswa di Malang*. Jurnal sospol vol.3 no.1. Universitas Malang,
- Hedynata, Marceline Livia, and Wirawan Endro Dwi Radianto. "Strategi promosi dalam meningkatkan Penjualan luscious chocolate potato snack." *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* 1.1 (2019): 87-96.
- Jeklin, A. (2018). *Pengaruh Promosi Penjualan Pakaian Online Shop Ncu Husna Melalui Whatsapp Grup Terhadap Minat Beli Pelanggan Di Takengon*. (July), 1–23.
- Lestari, D. (2021). *Pengaruh E-Commerce Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Magetan Pengguna Aplikasi Online Shop. Pengaruh E-Commerce Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Magetan Pengguna Aplikasi Online Shop*, 1–90. <http://etheses.iainponorogo.ac.id/16203/>
- Megawati, Evi, and Universitas Tulungagung. 2020. "Analisis Penggunaan Aplikasi Dan Promosi Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Situs Jual Beli Online Analysis of Application Use and Promotion of Buying Interest of Online Buying and Selling Site Application Users" 7 (2): 103–14.
- Muarti, M. (2022). *Pengaruh Price Discount dan Pendapatan terhadap Impulsive Buying pada Online Shop (Studi Kasus pada Tenaga Kependidikan di Universitas Negeri Padang)*. 02(1), 87–96. <http://repository.unp.ac.id/38166/>
- Mufarrohah, *Analisis Strategi Pemasaran Toko Online Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Toko Online Yn Olshop Di Shopee)*. Diss. Stkip Pgri Bangkalan, 2022.
- Suharsono, Riyanto Setiawan, and Rini Purnama Sari. "Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab." *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis* 1.2 (2019): 41-54.
- Tulungagung, S. M., & Tulungagung, S. M. (2021). *Dalam Strategi Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Jumlah Penjualan Pendahuluan Whatsapp business adalah suatu aplikasi gratis yang ada di playstore , whatsapp business ini bisa digunakan untuk perpesanan hanya menggunakan internet . Aplikasi whatsapp bu*. 08(02), 246–270.

