

---

## INOVASI DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN PADA MARKETPLACE SHOPEE

**Devid Purwati**

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen Universitas Terbuka

Corresponding Author. E-mail: [devidpurwati@gmail.com](mailto:devidpurwati@gmail.com)

---

### INFO ARTIKEL

#### Riwayat Artikel

Diterima : 17-12-2023

Direvisi : 30-12-2023

Dipublish : 05-01-2024

#### Kata Kunci:

Pemasaran digital, Pasar, Shoopee.

#### Keywords:

*Digital marketing, Marketplace, Shoopee.*

### Abstrak

Penelitian ini dilakukan agar mengetahui inovasi digital marketing apa saja yang dapat mempengaruhi daya minat beli konsumen pada marketplace shoopee. Perkembangan teknologi di masa sekarang semakin berkembang sangat pesat sehingga memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mengakses dan melakukan proses jual beli dengan menggunakan media digital sebagai sarana jual beli. Sehingga jual beli online hadir sebagai suatu inovasi baru dalam dunia marketing dan menjadi pilihan utama bagi produsen untuk melakukan promosi produk atau jasa yang akan dipasarkan melalui media online pada marketplace. Proses jual beli pada marketplace yang saat ini banyak di akses dan diminati masyarakat salah satunya pada aplikasi shoopee yang sekarang ini paling sering dikunjungi oleh masyarakat . Pemasaran melalui digital marketing

pada marketplace shoopee sangat memudahkan proses jual beli tanpa harus bertemu langsung dengan konsumen. Pelaku usaha juga melakukan upaya penerapan strategi yang baik agar mempengaruhi daya minat beli konsumen. Minat beli konsumen pada penelitian ini dipengaruhi oleh kualitas dan keunikan produk yang di promosikan, pelayanan yang baik serta review produk akan sangat mempengaruhi penjualan produk yang dipasarkan Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif yang disampaikan secara deskriptif dengan menggunakan buku, web, jurnal yang relevan. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, terdapat banyak factor yang dapat mempengaruhi daya minat beli konsumen pada marketplace shoopee diantaranya menggunakan fitur aplikasi yang maksimal, memberikan pelayanan yang baik serta review produk yang menarik, selalu menjaga kualitas produk dan Teknik pemasaran yang baik memiliki pengaruh positif dan dapat mempengaruhi daya minat beli konsumen.

### Abstract

This research was conducted in order to find out what digital marketing innovations can influence consumer buying interest in the shoopee marketplace. Technological developments in today's world are growing very rapidly, making it easier for people to access and carry out the buying and selling process using digital media as a means of buying and selling. So that online buying and selling comes as a new innovation in the world of marketing and is the main choice for producers to promote products or services that will be marketed through online media on the marketplace. The buying and selling process in the marketplace, which is currently widely accessed and in demand by the public, one of which is the shoopee application which is currently the most frequently visited by the public. Marketing through digital marketing on the shoopee marketplace greatly facilitates the buying and selling process without having to meet directly with consumers. Business actors also make efforts to implement good strategies to influence consumer buying interest. Consumer buying interest in this study is influenced

by the quality and uniqueness of the products being promoted, good service and product reviews will greatly affect the sale of marketed products In this study, researchers used qualitative methods that were delivered descriptively using relevant books, web, journals. Based on the research results obtained, there are many factors that can affect consumer buying interest in the shoope marketplace including using maximum application features, providing good service and interesting product reviews, always maintaining product quality and good marketing techniques have a positive influence and can affect consumer buying interest.

## **PENDAHULUAN**

Dengan adanya internet dalam kehidupan di tengah-tengah masyarakat memberikan kemudahan dalam mengakses dan mencari informasi yang dibutuhkan konsumen (Cahyono et al., 2016). Di era sekarang ini perkembangan teknologi saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat sehingga memudahkan masyarakat dalam menggunakan media digital. Teknologi saat ini tidak hanya digunakan untuk mencari informasi saja, namun juga dapat digunakan untuk melakukan jual beli atau mengakses informasi produk atau jasa yang dibutuhkan. Penggunaan media digital dalam proses jual beli sudah memasuki kehidupan masyarakat sehari-hari (Sufian S, 2017). Digital marketing merupakan Teknik pemasaran dengan menggunakan media internet yang bertujuan untuk menjangkau konsumen dengan cara yang efektif dengan menerapkan saluran distribusi digital (Satyo, 2009; Andriyansah, 2019).

Digital marketing saat ini hadir sebagai inovasi atau strategi yang baru untuk pemasaran produk atau jasa yang dilakukan produsen karena peluang penjualan yang sangat efektif. Media digital selain digunakan untuk mempromosikan produk secara intensif juga dapat melakukan proses pembayaran, penawaran produk dan pengirimannya. Pemasaran dengan menggunakan teknologi internet saat ini juga sangat berkembang sehingga membuat masyarakat menggunakan media digital pada proses jual beli, pada media digital marketplace, salah satunya shoope. Shopee sendiri dapat didefinisikan sebagai suatu platform yang menawarkan transaksi jual beli menggunakan media online yang terpercaya. Awal masuk Shopee dalam pasar di Indonesia pada akhir bulan mei 2015 dan baru mulai beroperasi sejak bulan juni 2015. Shoope telah hadir dalam bentuk aplikasi yang memudahkan konsumen untuk mengakses atau melakukan kegiatan jual beli secara online secara mudah dan efisien.

Dalam hal ini shopee juga memfasilitasi penjual untuk mempromosikan produk yang dijual dengan mudah serta menyediakan layanan yang baik dengan proses pembayaran yang aman dan pengaturan logistic yang terintegasi dengan baik. Sasaran target pasar atau pengguna shoope saat ini SAE (Study of Applied Entrepreneurship), 1(1), 34-43.

yang paling utama adalah kalangan muda karena lebih banyak menggunakan media internet apalagi dalam melakukan proses mencari produk yang diinginkan. Kategori produk yang ditawarkan Shopee lebih mengarah pada produk fashion dan perlengkapan rumah tangga selain itu produk yang ditawarkan juga bermacam-macam sesuai yang dibutuhkan konsumen dalam kebutuhan sehari-hari.

Seiring dengan meningkatnya jual beli yang menggunakan media digital pada marketplace shopee, hal ini menyebabkan penjual berinovasi dengan melakukan berbagai ragam penjualan dengan cara menawarkan promo yang menarik sehingga dengan adanya inovasi tersebut dapat menarik konsumen. Penggunaan media marketplace shopee juga memudahkan penjual saat melakukan transaksi jual beli karena penjual tidak perlu mengeluarkan modal untuk menyimpan stok barang yang akan dijual. Maka dari itu, muncul konsep penjualan dengan menggunakan Teknik dropship dimana penjual hanya mempromosikan produk yang dijual tanpa menyimpan stok barang yang akan dijual. Menggunakan media marketplace pada shopee juga sangat memudahkan pada saat proses penjualan karena mempertemukan berbagai penjual dengan pembeli dalam satu aplikasi khusus. Dengan adanya konsep tersebut konsumen dapat mengakses lebih mudah dan melakukan pembelian dari berbagai toko dengan kualitas terbaik.

Penggunaan aplikasi shopee memiliki website sebagai alat jual beli yang dapat dijangkau oleh seluruh pengguna dengan adanya website tersebut konsumen dapat mempromosikan produk atau membeli produk sesuai dengan yang dibutuhkan. Konsumen juga dapat melihat deskripsi atau keterangan produk secara jelas serta membandingkan harga dan kualitas pada produk yang sama di berbagai toko online pada shopee dengan mudah dan cepat sehingga memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian produk yang diinginkan. Inovasi pemasaran yang berkualitas pada marketplace shopee yang dilakukan oleh penjual tentu memiliki tujuan untuk menarik banyak daya minat beli konsumen (purchase intention) agar mencapai target yang diinginkan penjual. Oleh karena itu penjual menerapkan strategi yang bagus untuk menarik daya minat beli konsumen, promosi produk yang menarik, kualitas produk atau jasa yang baik, pelayanan penjual yang baik dan rating yang tinggi bisa mempengaruhi daya minat beli bagi konsumen yang akan melakukan pembelian.

Minat beli konsumen merupakan perilaku konsumen yang menginginkan untuk memiliki sebuah produk yang diinginkan dengan mempertimbangkan beberapa aspek dan ketentuan sesuai dengan apa yang dibutuhkan konsumen (Kusumawardhani, A, 2019).. Aspek tersebut adalah produk yang dibutuhkan

konsumen sesuai dalam periode waktu tertentu, brand atau merek serta kualitas dan harga produk yang di inginkan sehingga dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Sedangkan Fuady (2019) mengemukakan bahwa minat beli konsumen merupakan perilaku konsumen yang berkeinginan untuk memiliki suatu produk atau jasa yang diminati atau dibutuhkan, berdasarkan pengalaman, menggunakan dan mengkonsumsi atau menginginkan suatu produk atau jasa yang dibutuhkan.

Niat beli dapat diubah karena pengaruh harga, kualitas dan review yang dipromosikan oleh penjual tidak sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen pada proses pembelian. Jadi disimpulkan bahwa minat beli konsumen adalah sebuah proses pembelian produk yang dilakukan konsumen untuk memilih sebuah produk yang di inginkan dengan mempertimbangkan beberapa aspek yaitu periode waktu tertentu, kualitas produk atau jasa yang bagus, jumlah review yang berkualitas, pelayanan penjual yang baik agar terciptanya sebuah keputusan pembelian yang dilakukan konsumen.

Keputusan pembelian pada marketplace shopee akan melakukan beberapa tahapan yang dilakukan, mulai dalam mencari informasi mengenai produk dari toko ke toko lainnya maupun memilih harga yang sesuai dengan budget yang dimiliki dan informasi lainnya dari produk tersebut sesuai dengan kebutuhan. Kepuasan konsumen sangat berpengaruh pada keputusan pembelian produk yang dipasarkan oleh penjual karena akan berpengaruh pada kepercayaan konsumen dan review produk yang dilakukan pada toko online yang dimiliki sehingga konsumen akan melakukan proses pembelian selanjutnya karena produk yang di inginkan dan kualitas sesuai dengan apa yang di inginkan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang yang berasal dari proses pembelian yang dilakukan konsumen saat melakukan perbandingan produk antara kesannya terhadap hasil suatu produk atau jasa yang di harapkannya (Philip Kotler, 1997). Ketika konsumen merasakan apa yang diharapkan dan kebutuhannya sesuai saat melakukan proses pembelian atau membeli sebuah produk yang dibeli, maka konsumen akan merasa puas (Andriyansah, et.al, 2022). Sedangkan, ketika konsumen mendapatkan pengalaman pada saat proses pembelian bahwa produk atau jasa yang di harapkan tidak memenuhi harapannya atau apa yang dibutuhkan, maka konsumen akan merasakan ketidakpuasan atau perasaan kecewa (Irawan, 2002).

Banyak faktor yang harus diperhatikan penjual dalam memasarkan atau mempromosikan produk pada marketplace shoope. Dalam meningkatkan

strategi pemasaran digital yang baik dapat mengembangkan pemasaran produk atau jasa yang dipasarkan serta mencapai segmen pasar konsumen lebih luas dan dapat menarik daya minat beli konsumen. Dengan layanan marketplace shopee yang disediakan menjadikan factor utama yang meningkatkan minat beli konsumen karena dengan adanya layanan gratis ongkir, memiliki tampilan yang menarik di setiap tokonya, melakukan proses pembelian dengan sangat cepat, memberikan berbagai pilihan brand atau merek dengan kualitas terbaik dan memberikan kemudahan dalam memilih suatu produk yang di inginkan seperti memikih varian motif, warna dan ukuran.

Banyaknya faktor keputusan pembelian oleh konsumen yang akan memilih brand yang lebih terkenal atau yang memiliki kualitas produk yang baik, hal ini akan membuat brand atau merek dan kualitas produk berperan penting pada proses keputusan pembelian konsumen. Pengenalan brand atau merek produk ke konsumen yang akan melakukan evaluasi pembelian, dimana brand dan review yang baik tentunya akan membantu penjual terhadap daya minat beli konsumen, selalu menjaga kualitas produk atau jasa dan kecepatan pelayanan yang baik juga sebagai strategi daya minat beli konsumen.

Menurut Andriyansah (2014), Tujuan dari hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mengetahui inovasi untuk menganalisis pengaruh digital marketing dalam rangka meningkatkan daya minat beli konsumen dalam berbelanja pada marketplace toko online Shopee.

## **METODE**

### **1. Jenis Penelitian**

Peneliti menggunakan adalah metode penelitian deskriptif secara kualitatif. Teknik analisis data deskriptif kualitatif merupakan metode penelitian yang memanfaatkan data kualitatif yang dijabarkan. Penelitian ini biasanya digunakan untuk menganalisa keadaan sosial dan untuk menganalisis kejadian. Penelitian ini juga memerlukan insting yang tajam dari peneliti sehingga biasanya menggunakan statistika deskriptif dengan tujuan untuk menganalisa atau memahami suatu peristiwa yang sedang diteliti dalam studi kasus dengan dasar teori tertentu yang memanfaatkan metode ilmiah.

Metode penelitian deskriptif kualitatif biasanya menggunakan cara studi pustaka atau literatur, dengan memanfaatkan jurnal, website dan buku. Data kualitatif dapat diperoleh atau disajikan dalam bentuk kata-kata yang dapat diperoleh melalui beberapa teknik pengumpulan data. Ada beberapa cara pengumpulan data kualitatif dengan melalui metode wawancara, observasi

SAE (Study of Applied Entrepreneurship), 1(1), 34-43.

bisa juga dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian. Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk memahami dan menjelaskan fenomena tentang apa yang di alami oleh subjek penelitian dan melakukan analisis yang pada dasarnya mengacu dalam suatu konteks alamiah.

## **2. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data yang relevan, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

### **A. Studi literatur**

Metode Studi literatur adalah metode yang menggunakan serangkaian penelitian melakukan metode pengumpulan data pustaka, mencatat dan membaca, agar dapat mengolah data dari penelitian tersebut. Teknik ini dilakukan agar memperoleh dan menganalisa berbagai teori, kerangka pikir yang relevan dengan permasalahan yang sedang diteliti sebagai rujukan dalam pembahasan hasil penelitian. Penelitian dengan metode studi literatur bisa dilakukan tidak harus turun lapangan dan bertemu dengan responden.

### **B. Wawancara**

Peneliti juga menggunakan Metode penelitian yang menggunakan teknik wawancara dapat dilakukan dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan konsumen atau informan agar memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk penelitian. Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi persepsi yang subjektif dari konsumen terkait topik yang diteliti. Wawancara dilakukan dengan cara tanya jawab terhadap konsumen untuk mengetahui pengaruh digital marketing pada marketplace shoope terhadap daya minat beli.

## **3. Subjek Penelitian**

Adapun subjek penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data yang diperoleh melalui informasi data yang telah disajikan secara jelas dalam bentuk kata-kata bahasa dan melakukan analisis yang mengacu pada data yang telah disajikan ( menggunakan metode studi literatur, referensi jurnal, buku, web yang relevan ).

#### **4. Waktu dan Lokasi**

Pengumpulan data dilaksanakan pada bulan Oktober-November 2022 yang dilakukan dalam jangka waktu 2 bulan. Kegiatan penelitian ini berlokasi di Desa Kedung Rojo, Plumpang, Tuban, Provinsi Jawa Timur.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, bisa dikatakan bahwa digital marketing pada marketplace shopee berpengaruh dalam meningkatkan daya minat beli konsumen. Analisa terhadap penentuan strategi digital marketing yang baik dalam marketplace shopee memegang peranan pokok dalam keberhasilan dan peningkatan produk atau jasa yang dipasarkan. Ada beberapa hal yang mempengaruhi peningkatan penjualan yaitu sebagai berikut:

- A. Melakukan usaha berbagai strategi dalam marketplace shopee agar menarik daya minat beli konsumen diantaranya memberikan informasi produk secara lengkap dan akurat sehingga mengurangi pertanyaan konsumen yang masuk, serta membantu konsumen dalam mempertimbangkan pembelian, melakukan Teknik penjualan *frash sale*, mempromosikan produk dengan diskon, menggunakan Teknik pemasaran mengikuti tren, mempunyai target pasar yang jelas, mengaktifkan fitur asisten FAQ. Itulah beberapa strategi pemasaran yang dapat dilakukan pelaku usaha dalam menarik daya minat beli konsumen pada marketplace shopee sehingga dapat berpengaruh terhadap kesuksesan dalam melakukan promosi.
- B. Jaminan harga termurah. Harga adalah faktor utama yang menentukan pertimbangan konsumen ketika membeli sebuah produk sehingga penentuan harga dengan jaminan termurah dapat dilakukan oleh pelaku usaha untuk bersaing dengan marketplace lain. Dengan melakukan strategi tersebut pelaku usaha dapat melakukan riset sebanyak-banyaknya untuk mendapatkan supplier termurah agar dapat mempromosikan produk dengan harga termurah pula.
- C. Meningkatkan kualitas pelayanan. Kecepatan pelayanan merupakan indikator utama yang dapat menentukan kepuasan konsumen. Dalam melakukan strategi ini pelaku usaha dapat mengaktifkan fitur yang ada dalam aplikasi shoope seperti balasan otomatis sehingga dapat merespon chat konsumen dalam jangka waktu yang singkat, membalas chat konsumen dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami agar konsumen dapat lebih nyaman saat melakukan

transaksi pembelian sehingga meningkatkan daya minat beli dan mengurangi kemungkinan mereka mencari toko lain.

- D. Meningkatkan kualitas Produk. Produk yang berkualitas akan menarik daya minat beli konsumen sehingga pelaku usaha dapat menerapkan berbagai upaya dalam meningkatkan kualitas produk yang dijual dalam marketplace shopee salah satunya dengan meng-upload foto produk yang sesuai dalam kualitas gambar produk yang tinggi, memberikan nama produk yang terstruktur dan akurat sehingga memudahkan konsumen untuk mencari produk sesuai dengan kebutuhan dan menjelaskan deskripsi produk secara detail.

Manfaat utama dari adanya teknologi digital adalah pemberian efisiensi waktu bagi para pelanggan dalam mencari dan mendapatkan produk atau jasa yang diinginkan secara cepat dan relevan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin menarik strategi digital marketing yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam marketplace shopee, maka semakin tinggi minat beli konsumen terhadap produk yang dijual. Ada beberapa indikator digital marketing yang mempengaruhi minat beli konsumen, diantaranya website merupakan indikator yang memiliki pengaruh penting terhadap keberhasilan penjualan karena konsumen menggunakan website untuk mengakses dan memperoleh informasi mengenai produk yang dipromosikan dalam marketplace shopee melalui website resmi aplikasi shopee dan search engine marketing juga merupakan indikator yang berpengaruh karena konsumen dapat menemukan produk yang dibutuhkan dengan mudah melalui mesin pencarian di google dalam marketplace shopee.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan dari penelitian dan analisi data yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi digital marketing yang tepat dalam marketplace shopee akan meningkatkan daya minat beli konsumen dan meningkatkan penjualan. Ada beberapa indicator digital marketing yang mempengaruhi minat beli konsumen, diantaranya penggunaan website dalam mengakses informasi mengenai produk yang dipasarkan melalui website resmi shopee dan adanya search engine marketing membantu konsumen dalam menemukan produk yang dibutuhkan.

Dengan adanya penelitian ini diharapkan pelaku usaha juga menerapkan dan mengembangkan strategi dalam marketplace shopee dengan berbagai

cara yaitu, menggunakan fasilitas yang ada dalam aplikasi shoope secara maksimal seperti mengunaan fitur balas cepat, menggunakan fitur asisten FAQ yang ada dalam aplikasi shopee, memberikan fitur diskon atau promo, meningkatkan kualitas produk, dan memberikan pelayanan yang baik dan cepat dapat agar konsumen merasa lebih nyaman saat melakukan proses jual beli. Jika pelaku usaha menerapkan strategi tersebut dengan baik dan maksimal dapat menarik daya minat beli sehingga dapat meningkatkan penjualan serta mencapai target penjualan yang ditetapkan pelaku usaha.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Andriyansah (2019) Transformasi Pemasaran di Era Society 5.0, Orasi Ilmiah pada Wisuda Periode I Wilayah 3Tangerang Selatan: Universitas Terbuka
- Andriyansah (2021), Monograf pemetaan nilai produk kebutuhan nelayan berlayar
- Andriyansah, A., Rulinawaty, R., & Zainudin, A. (2022). THE ENCOURAGEMENT OF ERGO-ICONIC SERVICE VALUES TOWARD AGILE GOVERNMENT TO IMPROVE THE GOVERNMENT SERVICE PERFORMANCE. *CosmoGov: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 8(1), 1-13.
- Andriyansah, & Rulinawaty. (2023). Performance of Local Government Regulations During the Pandemic to Improve City Image Branding in South Sulawesi. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 28(1).
- Bahar, A., & Sjahruddin, H. (2017, November 25). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang. ResearchGate; unknown. [https://www.researchgate.net/publication/326115654\\_Pengaruh\\_Kualitas\\_Produk\\_Dan\\_Kualita\\_s\\_Pelayanan\\_Terhadap\\_Kepuasan\\_Konsumen\\_Dan\\_Minat\\_Beli\\_Ulang](https://www.researchgate.net/publication/326115654_Pengaruh_Kualitas_Produk_Dan_Kualita_s_Pelayanan_Terhadap_Kepuasan_Konsumen_Dan_Minat_Beli_Ulang)
- Gunawan, R., Malfiany, R., & Pane, H. Y. (2021). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Ukm Rempeyek Nok Uus Dengan Video Cinematic Didukung Motion Grafis. *Pixel :Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 14(1), 25–36. <https://doi.org/10.51903/pixel.v14i1.416>
- Ghozali, P. S. M. (2021). Pengaruh Digital Marketing Pada Minat Beli Di E-Commerce - UMS ETD-db. *Ums.ac.id*. <https://doi.org/http://eprints.ums.ac.id/92498/11/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf>
- Haryanti, S., Mursito, B., Prodi, S., Fe, M., & Sudarwati, S. (2019). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK BATIK PADA PT. DANAR HADI SURAKARTA. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(01). <https://media.neliti.com/media/publications/301147-pengaruh-persepsi-tentang-pengetahuan-pe-b92958d0.pdf>
- Kusumawardhani, A. (2019). Can Consumer Image be Manifested in Product Quality and Referral Behavior?: Another Evidence from Tourism Destinations. *Quality Access to Success*, 20(169).
- Masyithoh, I.N., & Novitaningtyas, I. (2021). PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 7(1). <https://doi.org/10.36805/manajemen.v7i1.1951>
- Maulana, A. S. (2016). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. TOI. *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul*, 7(2), 78663. Retrieved from [https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Journal-17166-11\\_0529.pdf](https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Journal-17166-11_0529.pdf)

- Nurdin, S., & Hardianti, L. (2022). MENINGKATKAN MINAT BELI MELALUI STRATEGI DIGITAL MARKETING DAN EKUITAS MEREK. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(1), 36–46. <https://doi.org/10.51977/sainsm.v4i1.698>
- Pamungkas, B. P. (2022). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Dan Marketplace Terhadap Minat Beli Pelanggan Pada Toko Rumah Batik Pekalongan - UMS ETD-db. *Ums.ac.id*. <https://doi.org/http://eprints.ums.ac.id/103422/1/NASKAH%20PUBLIKASI.pdf>
- Pangkey, F. M., Furkan, L. M., & Mulyono, L. E. H. (2019). Pengaruh Artificial Intelligence dan Digital Marketing terhadap Minat Beli Konsumen. *JMM UNRAM - MASTER of MANAGEMENT JOURNAL*, 8(3), 258–269. <https://doi.org/10.29303/jmm.v8i3.448>
- Rapitasari, D. (2014). DIGITAL MARKETING BERBASIS APLIKASI SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN. *CAKRAWALA*, 10(2), 107–112. <https://doi.org/10.32781/cakrawala.v10i2.36>
- Silviana, M. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Tingkat Penjualan Melalui Sosial Media (Studi Kasus Di Kecamatan Bone-Bone) - Upt. Perpustakaan UM Palopo. *Umpalopo.ac.id*. <https://doi.org/http://repository.umpalopo.ac.id/329/1/Sampul%20-%20201620201.pdf>
- Sufian, S. (2017). TECHNOLOGY AND CONSUMER RELATIONSHIP MANAGEMENT: A STUDY OF INDONESIAN TRAVEL AGENCIES.
- Wiguna, I. G. N. A. D., Agustina, M. D. P., & Trarintya, M. A. P. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata* 2 (2): 486–92. <https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v2i2.1870>