

**PERANAN *ADVERTISING* DENGAN TIKTOK SHOP DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA MASA PANDEMI**

(Suatu Studi Toko Orenji Fashion Banjar)

DRAF SKRIPSI

untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Oleh,

FIRDA INOLIANTI HARDI

3402180343



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH**

2022

ABSTRAK

Firda Inolianti Hardi, NIM. 3402180343. Peranan Advertising dengan TikTok Shop dalam Meningkatkan Penjualan pada Masa Pandemi (Suatu Studi pada Toko Orenji Fashion Banjar). Di bawah bimbingan Dr. H. Oyon Saryono, Drs., M.M. (Pembimbing I) dan Faizal Haris Eko Prabowo, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Teknologi sudah menjadi kebutuhan yang tidak dapat dijauhkan dari kalangan masyarakat, pada akhir tahun 2019 muncul sebuah virus baru dari Tiongkok yang menjadi wabah ke satu dunia virus ini disebut Covid-19. Dengan adanya pandemi ini terjadi banyaknya persaingan antar pengusaha khususnya pedagang dalam memikat konsumen sehingga bisa meningkatkan penjualan. Dan salah satu cara yang dilakukan yaitu dengan menerapkan strategi pemasaran. Strategi pemasaran ini dilakukan dengan cara melakukan advertising atau promosi online, strategi pemasaran harus dilakukan dengan efektif sehingga penjualan dapat meningkat. Kegiatan pemasaran biasanya berhubungan dengan produk, harga dan cara promosi yang dilakukan. Promosi online ini dilakukan dengan cara melakukan advertising dan live di Aplikasi TikTok Shop guna menarik perhatian konsumen, dengan melakukan promosi online tersebut diharapkan penjualan dapat meningkat terlebih pada masa pandemi ini. Penelitian ini difokuskan pada Peranan Advertising dengan TikTok Shop dalam Meningkatkan Penjualan pada Masa Pandemi (Suatu Studi pada Toko Orenji Fashion Banjar). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: Bagaimana peranan *Advertising* dalam meningkatkan penjualan pada masa pandemi di Toko Orenji Fashion Banjar?; Bagaimana kendala menggunakan TikTok shop dalam meningkatkan penjualan di Toko Orenji Fashion Banjar?; Bagaimana mengatasi kendala dalam meningkatkan penjualan pada masa pandemi di Toko Orenji Fashion Banjar?. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis: Peranan Advertising dalam meningkatkan penjualan pada masa pandemi di Toko Orenji Fashion Banjar; Kendala menggunakan TikTok shop dalam meningkatkan penjualan di Toko Orenji Fashion Banjar; Mengatasi kendala dalam meningkatkan penjualan pada masa pandemi di Toko Orenji Fashion Banjar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan jenis pendekatan kualitatif. Sumber data primer diperoleh melalui wawancara dan sumber data sekunder diperoleh melalui literatur, buku dan dokumen yang mendukung. Dengan jumlah informan 5 orang. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa advertising atau promosi online yang dilakukan Toko Orenji sudah cukup baik, namun dalam situasi seperti saat ini terlebih adanya pandemi covid-19 Toko Orenji harus melakukan promosi online dengan cara yang berbeda seperti melakukan advertising dan live di Aplikasi TikTok. Diharapkan Toko Orenji Fashion Banjar dapat memperbaiki proses advertising atau promosi online yang dilakukan pada Aplikasi TikTok Shop guna tercapainya target penjualan sehingga terjadinya peningkatan penjualan terlebih pada masa pandemi ini.

Kata Kunci: Advertising, Meningkatkan Penjualan

DAFTAR ISI

COVER/HALAMAN JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

KATA PENGANTAR.....Error! Bookmark not defined.

DAFTAR ISI ii

DAFTAR TABEL 5

BAB I.....Error! Bookmark not defined.

PENDAHULUANError! Bookmark not defined.

1.1 Latar Belakang Penelitian.....Error! Bookmark not defined.

1.2 Fokus PenelitianError! Bookmark not defined.

1.3 Rumusan Masalah.....Error! Bookmark not defined.

1.4 Tujuan PenelitianError! Bookmark not defined.

1.5 Manfaat PenelitianError! Bookmark not defined.

1.5.1 Manfaat TeoritisError! Bookmark not defined.

1.5.2 Manfaat PraktisError! Bookmark not defined.

BAB IIError! Bookmark not defined.

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....Error! Bookmark not defined.

2.1 Kajian PustakaError! Bookmark not defined.

2.1.1 Pengertian Manajemen.....Error! Bookmark not defined.

2.1.1.1 Fungsi Fungsi Manajemen.....Error! Bookmark not defined.

2.1.1.2 Unsur-Unsur ManajemenError! Bookmark not defined.

2.1.2 Manajemen PemasaranError! Bookmark not defined.

2.1.2.1 Pengertian PemasaranError! Bookmark not defined.

2.1.2.2 Pengertian Manajemen PemasaranError! Bookmark not defined.

2.1.2.3 Fungsi Manajemen PemasaranError! Bookmark not defined.

2.1.2.4 Konsep PemasaranError! Bookmark not defined.

2.1.3 AdvertisingError! Bookmark not defined.

2.1.3.1 Pengertian Advertising.....Error! Bookmark not defined.

2.1.3.2 Bentuk dan macam media Advertising.....Error! Bookmark not defined.

2.1.3.3	Fungsi Advertising	Error! Bookmark not defined.
2.1.3.4	Indikator Advertising	Error! Bookmark not defined.
2.1.4	TikTok Shop	Error! Bookmark not defined.
2.1.4.1	Pengertian TikTok Shop	Error! Bookmark not defined.
2.1.4.2	Keunggulan TikTok Shop	Error! Bookmark not defined.
2.1.4.3	Cara Berbelanja di TikTok Shop	Error! Bookmark not defined.
2.1.4.4	Indikator TikTok Shop	Error! Bookmark not defined.
2.1.5	Meningkatkan Penjualan	Error! Bookmark not defined.
2.1.5.1	Pengertian Meningkatkan Penjualan .	Error! Bookmark not defined.
2.1.5.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penjualan	Error! Bookmark not defined.
2.1.5.3	Tujuan Penjualan	Error! Bookmark not defined.
2.1.5.4	Jenis-jenis Penjualan	Error! Bookmark not defined.
2.1.5.5	Indikator Penjualan	Error! Bookmark not defined.
2.1.5.6	Cara Meningkatkan Penjualan	Error! Bookmark not defined.
2.1.6	Masa Pandemi Covid-19	Error! Bookmark not defined.
2.1.4	Penelitian Terdahulu yang Relevan ...	Error! Bookmark not defined.
2.3	Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
BAB III	Error! Bookmark not defined.
METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1	Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.3.1	Definisi Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.3.2	Operasionalisasi Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.3.3	Tahap-Tahap Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.4.1	Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.5	Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.6.1	Tempat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.6.2	Waktu Penelitian	Error! Bookmark not defined.

BAB IV	Error! Bookmark not defined.
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2 Deskripsi Variabel yang Diteliti.....	Error! Bookmark not defined.
4.2 Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Indikator Advertising	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Meningkatkan Penjualan	Error! Bookmark not defined.
BAB V	Error! Bookmark not defined.
SIMPULAN DAN SARAN.....	Error! Bookmark not defined.
5.1 Simpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA.....	6
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengguna Sosial Media.....	5
Tabel 2.1 Data Penjualan	6
Tabel 3.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	48
Tabel 4.1 Operasionalisasi Variabel.....	56
Tabel .1 Jadwal Kegiatan Penelitian	

DAFTAR PUSTAKA

- Agil, H., Ahmad, A. L., & Azlan, A. A. (2021). Sikap Pengguna Milenial Melalui Perspektif Budaya Terhadap Pengiklanan Media Sosial. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 6(11), 66-77.
- Agustian, I., Saputra, H. E., & Imanda, A. (2019). Pengaruh sistem informasi manajemen terhadap peningkatan kualitas pelayanan di pt. jasaraharja putra cabang Bengkulu. *Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 6(1).
- Akun TikTok@ jogjafoodhunterofficial). *Socia: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 18(1), 49-60.
- Albar, A. B., & Suyono, S. (2021). Analisis Strategi Bauran Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Senjata Keris Di Desa Aeng Tong–Tong Sumenep. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 1(2).
- Andhikasari, R., & Muntazah, A. (2021). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Rina di Kabupaten Brebes. *Jurnal Akrab Juara*, 6(2), 92-103.
- Anggraini, L. S. (2020). Peranan Promosi Melalui *Advertising* Terhadap Pencapaian Penjualan Polis Pada PT. Asuransi Takaful Indonesia, Cabang Sangatta. *Jurnal Eksis*, 14(2).
- Ardi Nugroho, Listyawan, Pengaruh Modal Usaha. (Yogyakarta: PustakaPelajar 2011).
- Arman, A. (2015). Analisis Bauran Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Sepeda Motor Merek Yamaha Pada CV. Sinar Utama Cabang Antasari Di Samarinda. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Mulawarman*.
- Armayani, R. R., Tambunan, L. C., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 8920-8928.
- Bambang Riyanto, Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan, Edisi 4, (Yogyakarta : PFE,1997).

- Barnard, Makolm, 2009, Fashion sebagaikomunikasi, Yogyakarta : Jakarta.
- Cahyono, P. (2016). Implementasi strategi pemasaran dengan menggunakan metode swot dalam upaya meningkatkan penjualan produk jasa asuransi kecelakaan dan kematian pada PT. Prudential Cabang Lamongan. *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)*, 1(2), 10-Halaman.
- Dharmmesta, Basu Swastha dan Irawan, Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Kedua,Cetakan Ketiga belas, (Yogyakarta: Liberty Offset,2008).
- Dharmmesta, Basu Swastha. 2009. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga.
- Djuhara, M. A. C., & Abdurrahman, M. S. (2018). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Exclusive Membercard Persib Terhadap Brand Awareness Permata Bank Syariah. *eProceedings of Management*, 5(1).
- Dunan, H., Antoni, M. R., Redaputri, A. P., & Jayasinga, H. I. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan “Waleu” Kaos Lampung di Bandar Lampung. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Informatika)*, 17(2), 167-185.
- Dunan, H., Antoni, M. R., Redaputri, A. P., & Jayasinga, H. I. (2020). Analisis Effendi,usman.2014.Asas Manajemen, Jakarta: Raja Gafindo Persada.
- Fadjuddinsya, M. E., Rahayu, S., & Asiati, D. I. (2020). Pengaruh Promosi, Terhadap Keputusan Penggunaan Electronic Data Capture (EDC) Dimediasi Oleh Pengetahuan Dan Kepercayaan Merchant Di PT Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Musi Palembang. *Integritas Jurnal Manajemen Profesional (IJMPRO)*, 1(2), 163-180.
- Faktor Advertising Dan Sales Promotion Terhadap Tingkat Volume Penjualan Pada UD. Bintang Motor.
- Faozan, F. N. (2022). *Tingkat Pengangguran Di Kecamatan Ciparay Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat* (Doctoral dissertation, Institut Pemerintahan Dalam Negeri).

- Febriansyah, F., Syahidin, M., & Handy, T. (2007). *Pengaruh Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penerimaan Siswa Pada Lembaga Pendidikan Bahasa Inggris Intensive English Course (IEC) Cabang Palembang* (Doctoral dissertation, Sriwijaya University).
- Ferdianti, D. (2020). Kesalahan berbahasa dalam tataran sintaksis pada web magazine magdalene edisi oktober 2019 dan kaitannya dengan pembelajaran teks cerita fantasi kelas VII SMP. *Jurnal Genre (Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya)*, 2(2), 92-96.
- Ferdianti, D. (2020). Kesalahan berbahasa dalam tataran sintaksis pada web magazine magdalene edisi oktober 2019 dan kaitannya dengan pembelajaran teks cerita fantasi kelas VII SMP. *Jurnal Genre (Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya)*, 2(2), 92-96.
- Habibah, Z., & Kusbandono, D. (2017). Analisis Strategi Promosi Dari Faktor Advertising Dan Sales Promotion Terhadap Tingkat Volume Penjualan Pada UD. Bintang Motor Lamongan. *Jurnal Ekbis*, 18(2), 999-1010.
- Habibah, Z., & Kusbandono, D. (2017). Analisis Strategi Promosi Dari
- Hamid, E. (2022). Analisis Pertumbuhan Arus Kas Operasional Dan Pertumbuhan Laba Akuntansi Dalam Menilai Return Saham Pada PT Indofood Sukses Makmur TBK (Periode Tahun 2016-2020). *Al-Misbah*, 3(2), 185-193.
- Hasanah, H. (2017). Teknik-teknik observasi (sebuah alternative metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial). *At-Taqaddum*, 8 (1), 21-46.
- Hendiarto, G. (2013). Peranan biaya periklanan dalam meningkatkan penjualan
- Heridiansyah, J. (2012). Pengaruh *Advertising* terhadap pembentukan brandawareness serta dampaknya pada keputusan pembelian produk kecap pedas.
- Heridiansyah, J. (2012). Pengaruh advertising terhadap pembentukan brand awareness serta dampaknya pada keputusan pembelian produk kecap pedas ABC (studi kasus pada

- konsumen pengguna kecap pedas abc di kota semarang). *Jurnal STIE Semarang*, 4(2), 133825.
- Hersona, Sony dkk., Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Pembelian Jasa di Lembaga Speaking Karawang. (*Jurnal Manajemen*, 2013: 1150).
- Huda, T. A. (2021). Pengembangan E-Komik Sebagai Media Pembelajaran Ipa Materi Gaya Untuk Siswa SD Kelas IV. *Wawasan Pendidikan*, 1(2), 339-348.
- Husaini, H., & Fitria, H. (2019). Manajemen Kepemimpinan Pada Lembaga Pendidikan Islam. *JMKSP (Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, dan Supervisi Pendidikan)*, 4(1), 43-54.
- Ichsan, R. N., SE, M., Lukman Nasution, S. E. I., & Sarman Sinaga, S. E. (2020). *Bahan Ajar Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)*. CV. Sentosa Deli Mandiri.
- Kolter, Philip and Kelier, Kevin L. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Kelier, 2009. *Manajemen Pemasaran, edisi ke-13, jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran ,Jilid 1*, Erlangga, Jakarta.
- Kristia, S. E., & Harti, H. (2021). Pengembangan Media Promosi Berbasis Aplikasi Tiktok Untuk Meningkatkan Minat Beli Produk Ukm DM-Seafood. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1428-1438.
- Lase, A. Y. P. (2020). Pengaruh Pelayanan Purna Jual Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Asus Service Center Kota Jambi. *Science of Management and Students Research Journal (SMS)*, 1(6), 193-199.
- Lase, A. Y. P. (2020). Pengaruh Pelayanan Purna Jual Terhadap Loyalitas Konsumen Pada

Asus Service Center Kota Jambi. *Science of Management and Students Research Journal (SMS)*, 1(6), 221-228.

Lu'luulMamluah, M. E. W., &Negoro, B. K. Peranan Faktor-Faktor

Lussier R.N, Human Relation in organizations : Aplications and skills building 6 thed, (New York : Mc Graw-Hill/Irwin,2005).

MAMLUAH, L. L. (2018). *Peranan Faktor-Faktor Avertising Terhadap Peningkatkan Volume Penjualan PT. Nuga Utama Raya Surabaya* (Doctoral dissertation, Ubhara Surabaya).

Manik, C. D. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Astra International, Tbk Toyota Auto 2000 Bumi Serpong Damai. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(2), 111-117.

Marini, R. (2019). *Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik Di SMPN 1 Gunung Sugih Kab. Lampung Tengah* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).

Nadhirshan, K., & Murwonugroho, W. (2017, October). Analisis Pengaruh Iklan Google APP: Cari Lagu# Selalu Tau Musik Terhadap Respon Pada Sasaran. In *Prosiding Seminar Nasional Cendekiawan* (pp. 107-118).

Ningrum, P., Mubarak, H., Sari, T. W., & Husnah, H. (2020). Sosialisasi gerakan masyarakat cerdas menggunakan masker dimasa pandemi guna mencegah penyebaran virus covid-19. *Jurnal Abdidas*, 1(5), 430-435.

Perspektif Budaya Terhadap Pengiklanan Media Sosial.

Priatama, R., Ramadhan, I. H., Akalili, A., & Kulau, F. (2021). Analisis Teknik Digital Marketing Pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus produk kaca mata PT. Inti Kasoem Optikal Exclusive I Bandung).

- Putra, D. A., & Saputri, M. E. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Online Angkutan Kereta Api (studi Pada Stasiun Bandung). *eProceedings of Management*, 7(1).
- Putri, N. E., & Iskandar, D. (2014). Analisis preferensi konsumen dalam penggunaan social messenger di kota Bandung tahun 2014 (Studi kasus: LINE, KakaoTalk, WeChat, WhatsApp). *Jurnal Manajemen Indonesia*, 14(2), 110-126.
- Rahmawati, Y. N. (2018). *Strategi Pemasaran Produk "Tabungan iB Mumalat" Di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Purwokerto* (Doctoral dissertation, IAIN Purwokerto).
- Rasyid, M. H. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik (Studi Kualitatif Deskriptif PAUD Terpadu Sang Pemimpin Banjarmasin)* (Doctoral dissertation, Universitas Kalimantan MAB).
- Ritia, C. (2021). *Implementasi Program Jaminan Kesehatan Nasional Di Uptd Puskesmas Rawat Inap Simpang Tiga Kota Pekanbaru Tahun 2020* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Safri, H. (2017). Manajemen dan Organisasi dalam Pandangan Islam. *Kelola: Journal of Islamic Education Management*, 2(2).
- Sejati, V. A. (2015). Strategi Periklanan pada Bisnis Retail. *Jurnal ASPIKOM*, 2(4), 235-242.
- Sugitawati, N. K. A., Listiawati, N. P., & Kariyadi, I. K. (2019). Komunikasi Interpersonal Penyidik Untuk Mengungkapkan Pengakuan Tersangka Tindak Pidana Narkotika Di Direktorat Reserse Narkoba Polda Nusa Tenggara Barat. *Sadharananikarana: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu*, 1(1), 70-78.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Sunyoto, Danang, 2014. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (konsep strategi dan*

- kasus). Cetakan ke-1. Yogyakarta: CAPS (center for Academic Publishing Service).
- Sunoyo, Danang, 2014. Dasar-dasar manajemen Pemasaran (konsep, strategi dan kasus). Cetakan ke-1. Yogyakarta : CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Supriyanto, 2008, Teknik Informasi & Komunikasi SMP Kelas VII, Hal:26-50, Yudhistira, Yogyakarta.
- Sutirta, V. F., & Sukendro, G. G. (2020). Kreativitas Seorang Pelatih dalam Membangun Motivasi Berlatih pada Pemain Futsal (Studi Kasus Conan Futsal Academy). *Koneksi*, 4(2), 358-363.
- Syafaruddin, S., Wijaya, C., & Mesiono, M. (2015). Manajemen Organisasi Pendidikan: Perspektif Sains Dalam Islam.
- Syampuri, E. S., Djamali, R., & Towoliu, B. (2015). Peranan Periklanan Dalam Meningkatkan Penjualan Kamar Pada Lembah Hills Resort. *Hospitality And Tourism*, 2(1).
- Syampuri, E. S., Djamali, R., & Towoliu, B. (2015). Peranan Periklanan Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Handphone Merek Oppo Pada Cv Anugrah Ponsel Medan. *Jurnal Ilmiah Smart*, 1(1), 27-33.
- Tasruddin, R. (2015). Strategi promosi periklanan yang efektif. *Jurnal Al-Khitabah*, 2(1).
- Tjiptono. 2001. Manajemen Pemasaran dan Analisis Perilaku Konsumen, Yogyakarta: BPFE.
- Wandikbo, Y., Tumbel, T., & Tamengkel, L. F. (2013). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Sepeda Motor Honda Merek Cbr 150cc Pada Pt. Daya Adicipta Wisesa Kec. Kalawat Maumbi Kab. Minahasa Utara. *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 2(2).
- Weenas, J. R. (2013). Kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).

- Wibowo Hendranton, F. E. (1983). *Pentingnya Informasi Penjualan Untuk Menambah Ketepatan dan Kecepatan dalam Mengambil Kebijakan Penjualan pada Perusahaan Industri Besi PT. J* (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Widiantuti, V., Gunawan, C. I., & Sayekti, R. R. (2020). *Analisis SWOT Dalam Menerapkan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Home Industri Mie Triple 8 Di Kabupaten Malang* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi).
- Wijaya, E. (2017). Pengaruh *Advertising*, Personal Selling, Promosi Dan Publisitas
- Winardi, Ilmu Dan Seni Menjual , (Bandung : Nova, 1998), hal. 30. 5 Ibid, hal. 29.
- Wowor, M., Singkoh, F., & Waworundeng, W. (2019). Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Dalam Peningkatan Pendapatan Asli Desa Kamanga Kecamatan Tompaso. *Jurnal Eksekutif*, 3(3).
- Wulandari, N. E. (2017). Mutasi Jabatan Di Lingkup Pemerintah Kabupaten Soppeng. *Universitas Hasanuddin Makassar*.
- Wulandari, N. E. (2017). Mutasi Jabatan Di Lingkup Pemerintah Kabupaten Soppeng. *Universitas Hasanuddin Makassar*.
- Yulianti Farida, Lamsah, Periyadi. 2019. Manajemen Pemasaran. Sleman: Cetakan Pertama
- Yuniarti, N., Ismawati, A., & Aini, A. N. (2020). Pengaruh Promosi Online Melalui Tiktok Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Usaha di Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding UMY Grace*, 1(1), 500-509.
- Yusuf, M. (2012). Perancangan Corporate Identity Jack's Star Family Restaurant & Café.
- Zakariah, M. A., Afriani, V., & Zakariah, K. M. (2020). *Metedologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Action Research, Research And Development (R n D)*. Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah Kolaka

