

# **MODEL AIDA (ATTENTION, INTEREST, DESIRE, ACTION) SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN ONLINE DI MASA PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS: TOKO SHENAZ FASHION)**

Herva Rangga<sup>1)</sup>, Lili Andraini<sup>2)</sup>

<sup>1</sup>Sistem Informasi, <sup>2</sup>Teknik Komputer

lilimesuji02mesuji@gmail.com

## **Abstrak**

Tercatat dari tahun 2020 penjualan brand andalannya yaitu pakaian dan aksesoris wanita mengalami penurunan penjualan hingga 40%. Menurut pemilik Shenaz Fashion sebelum adanya pandemi Covid-19 penjualan tertinggi perharinya mencapai 45 produk. Namun saat ini penjualan tertinggi hanya mencapai 15 produk saja. Tujuan penelitian ini adalah mengembangkan dan mengimplementasikan Model Aida (Attention, Interest, Desire, Action) Sebagai Strategi Pemasaran Online Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: Toko Shenaz Fashion). Sistem dibangun menggunakan model Extreme Programming (XP) dengan pengujian menggunakan ISO 25010. Hasil dalam penelitian ini adalah Sistem Model AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) Sebagai Strategi Pemasaran Online Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: Toko Shenaz Fashion) berhasil di implementasikan menggunakan konsep AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) yaitu menampilkan promosi yang sedang aktif ketika pelanggan pertama kali membuka sistem belanja online, penambahan detail produk, pada setiap produk yang sudah dibeli terdapat review komentar dengan rating yang diberikan konsumen serta adanya tombol checkout dengan warna yang cerah dan dominan menjadikan konsumen ingin tahu langkah selanjutnya sehingga terjadi transaksi.

**Kata Kunci:** *Model AIDA, Strategi Pemasaran Online, Pandemi Covid-19.*

---

## **PENDAHULUAN**

Meluasnya penyebaran Covid-19 di Provinsi Lampung khususnya Kota Bandar Lampung berdampak terhadap semua bidang terutama dibidang bisnis (Maskar et al., 2021). Dampak dari penyebaran covid-19 tersebut menyebabkan pelaku bisnis kesulitan dalam memasarkan produknya, terlebih lagi merek atau brand yang telah dibangun sebelumnya menjadi tidak dikenal kembali dikarenakan pemerintah menerapkan pembatasan sosial dan melarang masyarakat untuk melakukan aktifitas diluar rumah jika bukan kepentingan yang mendesak atau darurat (Ahluwalia, 2020). Shenaz Fashion merupakan salah satu contoh pelaku bisnis yang merasakan dampak negatif dalam situasi pandemi Covid-19 dengan di terapkannya

---

pembatasan aktifitas masyarakat. Tercatat dari tahun 2020 penjualan brand andalannya yaitu pakaian dan aksesoris wanita mengalami penurunan penjualan hingga 40%. Menurut pemilik Shenaz Fashion sebelum adanya pandemi Covid-19 penjualan tertinggi perharinya mencapai 45 produk. Namun saat ini penjualan tertinggi hanya mencapai 15 produk saja. Pada situasi pandemi Covid-19 mengharuskan bagi pelaku bisnis untuk memperbarui sistem penjualannya agar tetap mampu bersaing dan mempertahankan usahanya dalam jangka waktu yang panjang(Sulistiani et al., 2020). Salah satu kiat usaha yang dilakukan untuk mewujudkan sistem ini adalah dengan pemasaran online yang diharapkan dapat memperbaharui sistem pemasaran konvensional yang telah lebih dahulu dipahami oleh masyarakat (Windane & Lathifah, 2021). Pemasaran online bertujuan untuk memberikan informasi, membujuk atau mengingatkan pelanggan sasaran, dirancang untuk menciptakan kesadaran (attention), minat (interest), keinginan (desire), atau tindakan (action)(Dwinta, 2017). Teori tersebut dinamakan Hierarchy of Effect atau yang dikenal dengan model AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)(Oktora, 2018). AIDA akan menggambarkan tahapan yang terjadi saat pertama kali konsumen sadar akan adanya produk atau layanan(Fadly & Alita, 2021), hingga ketika konsumen memutuskan untuk membeli produk atau layanan yang ditawarkan. Strategi pemasaran online dengan model AIDA dengan memanfaatkan teknologi informasi berbasis website sangat sesuai sebagai solusi dari permasalahan tersebut(Rachmatullah et al., 2020). Implementasi sistem yang di kembangkan diharapkan dapat memberikan referensi baru yang efektif dalam memasarkan produk serta meningkatkan penjualan produk yang terdampak pandemi Covid-19(Anggarini et al., 2021).

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Penjualan *Online***

Pemasaran online atau yang lebih dikenal dengan e-Marketing merupakan aktivitas perusahaan dalam mengelola kegiatan komunikasi(Huda & Fernando, 2021), melakukan kegiatan promosi dan melakukan kegiatan jual beli produk baik barang maupun jasa melalui internet(Rosmalasari et al., 2020). Sebenarnya e-Marketing merupakan pengembangan dari pemasaran tradisional dimana prosesnya melalui media komunikasi offline seperti melalui penyebaran brosur(Febrian & Fadly, 2021), iklan di televisi dan radio, dan lain sebagainya(Damayanti et al., 2019). Setelah maraknya internet dan kemudahan komunikasi yang ditawarkannya(Mardiani & Wardhana, 2018), maka penerapan pemasaran pada perusahaan mulai mengadopsi media internet(Febrian & Ahluwalia, 2020), yang kemudian

disebut sebagai pemasaran online atau e-Marketing(MENANI et al., 2021). E-marketing mencakup semua kegiatan bisnis melalui internet di seluruh dunia dengan tujuan menarik calon konsumen baru maupun konsumen lama(Oktaviani et al., 2022), mempertahankan citra usaha saat ini dan mengembangkan identitas merek atau brand.

### **Model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*).**

AIDA merupakan model yang dikembangkan berdasarkan sejarah perkembangan advertising(Wahyudi et al., 2021). Pertama dicetuskan oleh Elmo Lewis di Amerika Serikat dan dikembangkan oleh banyak ahli dan praktisi advertising setelahnya. Dalam dunia marketing dan advertising dikenal pula model *Attention, Interest, Desire, Action*(Saniati et al., 2022). Model AIDA ini digunakan untuk mendeskripsikan bagaimana proses konsumen dalam menyikapi suatu iklan(Permatasari & Anggarini, 2020). Model AIDA salah satu model hierarki efek yang banyak digunakan dalam pemasaran dan periklanan untuk menggambarkan tahapan yang terjadi saat pertama kali konsumen sadar akan adanya produk atau layanan hingga ketika konsumen memutuskan untuk membeli produk atau layanan yang ditawarkan(Azmi et al., 2019). Model AIDA dapat menjelaskan bagaimana suatu iklan atau pesan-pesan komunikasi pemasaran mengikat dan melibatkan konsumen dalam pemilihan produk atau layanan. Intinya, model AIDA mengusulkan bahwa pesan-pesan iklan perlu mencapai sejumlah tugas dalam rangka untuk menggerakkan konsumen melalui berbagai tahapan yakni sadar akan produk atau layanan hingga melakukan tindakan untuk membeli produk atau layanan(Munthe et al., 2018).

### ***Extreme Programming (XP)***

Extreme Programming (XP) adalah metodologi pengembangan perangkat lunak yang ditujukan untuk meningkatkan kualitas perangkat lunak dan tanggap terhadap perubahan kebutuhan pelanggan(Ismatullah & Adrian, 2021). Jenis pengembangan perangkat lunak semacam ini dimaksudkan untuk meningkatkan produktivitas dan memperkenalkan pos pemeriksaan di mana persyaratan pelanggan baru dapat diadopsi(Budiman et al., 2021). Pendekatan yang digunakan dalam Extreme Programming adalah object- oriented sebagai paradigma pengembangan dan mencakup seperangkat aturan(Nurkholis & Saputra, 2021).

### ***Usecase Diagram***

Menurut (Anisa Martadala et al., 2021)-(Yulianti et al., 2021) Use Case Diagram merupakan pemodelan untuk kelakuan sistem informasi yang akan dibuat. Use case

---

mendeskripsikan sebuah interaksi antara salah satu lebih aktor dengan sistem informasi yang akan dibuat(Yanuarsyah et al., 2021)-(Sari & Oktaviani, 2021).

### **Activity Diagram**

Activity Diagram adalah diagram yang menggambarkan workflow (aliran kerja) atau aktivitas dari sebuah sistem atau proses bisnis atau menu yang ada pada perangkat lunak (Jobli et al., 2011). Yang perlu diperhatikan adalah bahwa diagram aktivitas menggambarkan aktivitas sistem bukan apa yang dilakukan aktor jadi aktivitas yang dapat dilakukan oleh sistem (Hendrastuty et al., 2021).

### **Website**

Menurut (Priandika & Widianoro, 2021) website adalah kumpulan dari halaman web yang sudah dipublikasikan di jaringan internet dan memiliki domain atau URL (Uniform Resource Locator) yang dapat diakses semua pengguna internet dengan cara mengetikkan alamatnya. Ada dua jenis aplikasi website, web server dan web browser (Sanger et al., 2021). Web server adalah program aplikasi yang memiliki fungsi sebagai tempat menyimpan dokumen-dokumen web. Client side scripting maupun server side scripting tersimpan dalam direktori web server (document root) (Allafi & Iqbal, 2018). Contoh web server seperti XAMPP. Sedangkan web browser adalah aplikasi yang mampu menjalankan dokumen-dokumen web dengan cara diterjemahkan (Novian et al., 2019). Prosesnya dilakukan oleh komponen yang terdapat didalam aplikasi browser yang biasa disebut Web Engine. Semua dokumen web ditampilkan oleh browser dengan cara diterjemahkan. Beberapa jenis browser yang populer saat ini diantaranya adalah Internet Explorer yang diproduksi oleh Microsoft, Mozilla Firefox (Jayadi, 2022), Opera, dan Safari yang diproduksi oleh Apple. Dari kedua definisi tersebut, dapat disimpulkan website adalah kumpulan halaman berisikan informasi-informasi yang dihubungkan oleh jaringan dan disimpan dalam sebuah web server (Putri, 2020).

### **MYSQL**

MySQL adalah sebuah software database. MySQL merupakan tipe data relational yang artinya MySQL menyimpan datanya dalam bentuk table-tabel yang saling berhubungan. Keuntungan menyimpan data di database adalah kemudahannya dalam penyimpanan dan menampilkan data karena dalam bentuk tabel (Prasetyo & Suharyanto, 2019). Kelebihan dari MySQL adalah dia menggunakan bahasa query standar yang dimiliki SQL (Structure Query Language). SQL adalah suatu bahasa permintaan yang terstruktur yang telah distandarkan untuk semua program pengakses database seperti Oracle, Postgres SQL dan SQL (Kusniyati, 2016).

## **XAMPP**

Menurut (Pandu Buana & Destiani Siti Fatimah, 2016) XAMPP adalah sebuah software yang berfungsi untuk menjalankan website berbasis PHP dan menggunakan pengolah data MySQL di komputer lokal. XAMPP berperan sebagai server web pada komputer lokal. XAMPP juga dapat disebut sebuah Cpanel server virtual, yang dapat membantu melakukan preview sehingga dapat dimodifikasi website tanpa harus online atau terakses dengan internet.

## **METODE**

### **Wawancara**

Pengumpulan data dengan wawancara dilakukan kebeberapa orang yang berhubungan dengan lingkup penelitian, bertujuan agar penulis mengetahui kondisi atau keadaan nyata, mengetahui kebutuhan dan mengetahui masalah-masalah yang terjadi di lingkungan studi kasus penelitian yaitu toko Shenaz Fashion. Data yang dibutuhkan dalam proses wawancara yaitu terkait informasi umum mengenai produk yang dijual, proses pemasaran produk dan informasi jumlah penjualan. Wawancara dilakukan kepada owner atau pemilik toko Shenaz Fashion.

### **Tinjauan Pustaka**

Tinjauan pustaka dilakukan bertujuan untuk membandingkan dengan penelitian terdahulu dan mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dan berkaitan dengan model AIDA (Attention, Interest, Desire, Action), strategi pemasaran online dan pandemi Covid-19.

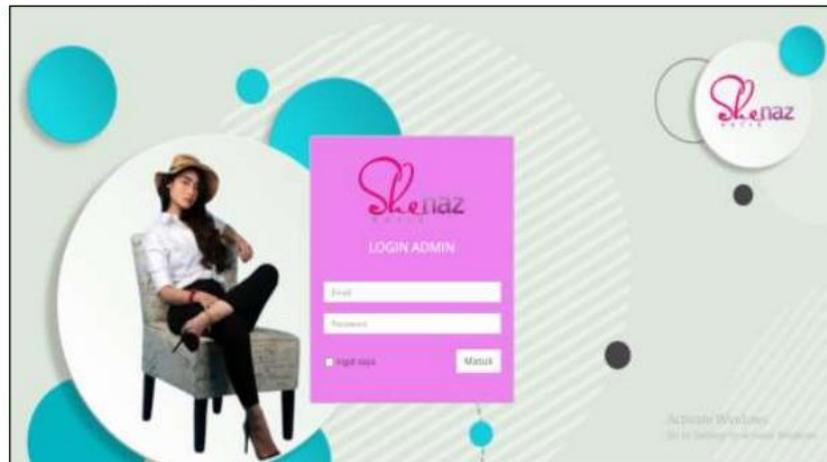
### **Dokumentasi**

Metode ini dilakukan dengan cara mengumpulkan bahan atau berkas yang dibutuhkan dalam penelitian. Data yang dibutuhkan bersifat hasil foto atau scan terkait dengan lingkup penelitian dan permasalahan yang dibahas dimana data tersebut seperti foto-foto produk dan media pencatatan penjualan. penelitian dan permasalahan yang dibahas dimana data tersebut seperti foto-foto produk dan media pencatatan penjualan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Halaman *Login Admin*

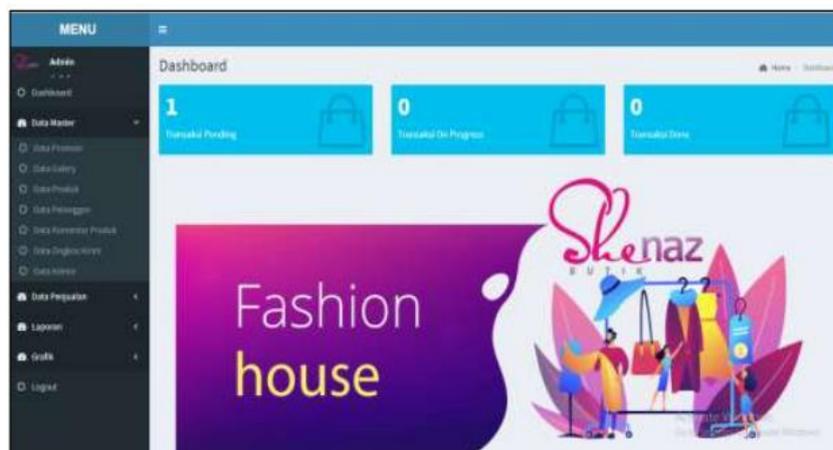
Tampilan halaman login admin merupakan tampilan awal ketika admin akan mengakses dan masuk kehalaman dashboard web admin.



Gambar 1 Halaman Login

### Halaman *Utama Admin*

Tampilan halaman utama adalah tampilan setelah admin berhasil login. Pada halaman ini ada beberapa menu yang digunakan untuk mengisi tampilan menu utama pelanggan, dimana menu-menu yang digunakan ada menu data produk, data pelanggan, data ongkir data pembayaran, data penjualan, laporan, grafik dan lain-lain.

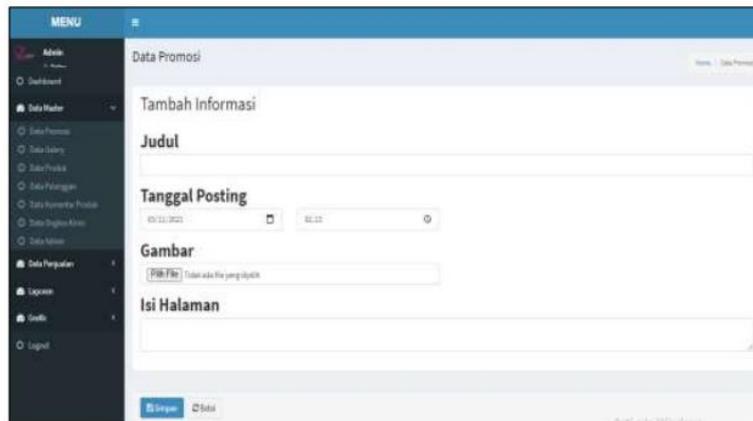


Gambar 2 Halaman Dashboard

### Halaman *Data Promosi*

Tampilan data promosi berfungsi untuk mengelola data promosi, di halaman ini admin dapat menambahkan, mengubah dan menghapus data promosi. Adapun data promosi yang

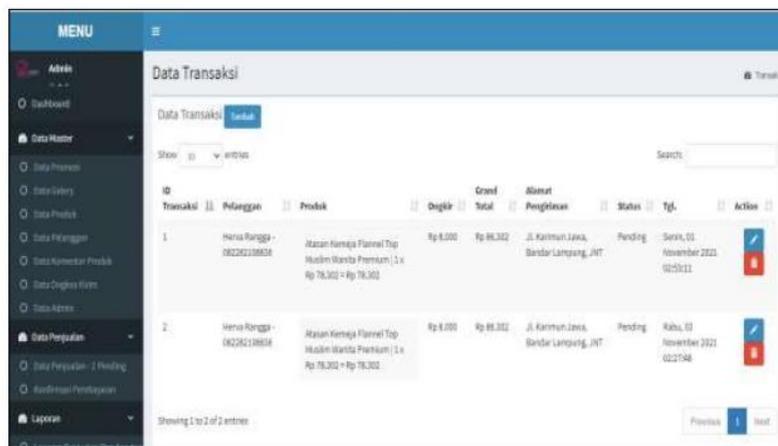
diinputkan adalah judul promosi, tanggal posting, gambar dan isi halaman. Setelah berhasil diinputkan data promosi ini nantinya dapat dilihat oleh pelanggan.



Gambar 3 Halaman Data Promosi

### Halaman Data Penjualan

Menu data penjualan adalah halaman yang digunakan admin untuk mengelola transaksi yang telah dilakukan oleh pelanggan. Admin dapat melihat informasi pembelian produk yang dilakukan oleh pelanggan dan juga dapat merubah status transaksi dari pending menjadi on progres atau done.



Gambar 4 Halaman Data Penjualan

### Tampilan Halaman Laporan Penjualan/Pendapatan

Tampilan menu laporan ini berfungsi untuk melihat laporan penjualan/pendapatan. Adapun informasi yang di sajikan pada laporan ini adalah nama pelanggan, data produk, harga, jumlah beli, total bayar dan tanggal order.



**Shenaz**  
FASHION

**LAPORAN PENJUALAN/PENDAPATAN  
SHENAZ FASHION**

Periode : 2021-11-01 s/d 2021-11-30

No	ID Order	Nama Pelanggan	Produk	Harga	QTY	Sub Total	Tgl. Order
1	66	Herva Rangga	Atasan Kemeja Flannel Top Muslim Wanita Premium	Rp 78.302	1	Rp 78.302	Rabu, 03 November 2021
2	65	Herva Rangga	Atasan Kemeja Flannel Top Muslim Wanita Premium	Rp 78.302	1	Rp 78.302	Senin, 01 November 2021
						<b>Omset</b>	<b>Rp 156.604</b>

Bandar Lampung, 04-Nov-2021

Mengetahui,  
Owner Shenaz Fashion

Admin

SHENY ANDRIANI

DITA PITALOKA SARI

Gambar 5 Laporan Penjualan/Pendapatan

### Halaman Laporan Stok Barang

Tampilan menu laporan ini berfungsi untuk melihat laporan stok barang. Adapun informasi yang di sajikan pada laporan ini adalah nama stok dan jumlah stok. Pada menu ini admin juga dapat mencetak laporan untuk selanjutnya diserahkan ke ketua Shenaz Fashion



**Shenaz**  
FASHION

**LAPORAN STOK BARANG  
SHENAZ FASHION**

Periode : 2021-11-04 s/d 2021-11-04

No	Nama Produk	Stok
1	Atasan Kemeja Flannel Top Muslim Wanita Premium	25

Bandar Lampung, 04-Nov-2021

Admin

Dita Pitaloka Sari

Gambar 6 Halaman Laporan Stok Barang

### Pengujian Aspek *Fungsional Suitability*

Hasil pengujian aspek fungsional suitability menggunakan pengukuran skala likert terhadap responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1 Tanggapan Responden Berdasarkan *Functional Suitability*

Kriteria Jawaban	Bobot	<i>Functional Suitability</i>			Total
		1	2	3	
SS	5	2	2	2	30
ST	4	3	3	3	36
RG	3	0	0	0	0
TS	2	0	0	0	0
STS	1	0	0	0	0
Jumlah Responden		5			
Skor Aktual		22	22	22	66
Skor Kriteria					75

#### Perhitungan Hasil Pengujian Aspek *Reliability*

Hasil pengujian aspek reliability menggunakan pengukuran skala likert terhadap responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2 Hasil Pengujian Aspek *Reliability*

Kriteria Jawaban	Bobot	<i>Reliability</i>				Total
		1	2	3	4	
SS	5	0	0	1	0	5
ST	4	4	5	3	4	64
RG	3	1	0	1	1	9
TS	2	0	0	0	0	0
STS	1	0	0	0	0	0
Jumlah Responden		5				
Skor Aktual		19	20	20	19	78
Skor Kriteria						100

### Perhitungan Hasil Pengujian Aspek Performance Efficiency

Hasil pengujian aspek performance efficiency menggunakan pengukuranskala likert terhadap responden

Tabel 3 Perhitungan Hasil Pengujian Aspek Performance Efficiency

Kriteria Jawaban	Bobot	Performance Efficiency		Total
		1	2	
SS	5	3	1	20
ST	4	1	4	20
RG	3	1	0	3
TS	2	0	0	0
STS	1	0	0	0
Jumlah Responden		5		
Skor Aktual		22	21	43
Skor Kriteria				50

### SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan penelitian tentang Model AIDA (Attention, interest, Desire, Action) Sebagai Strategi Pemasaran Online Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: Toko Shenaz Fashion) dapat disimpulkan bahwa:

1. Untuk menghasilkan sebuah Model AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) Sebagai Strategi Pemasaran Online Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: Toko Shenaz Fashion) yang dapat digunakan oleh admin, dan pelanggan sebagai upaya untuk meningkatkan omset penjualan dan memperluas cakupan area pemasaran serta menyajikan informasi produk serta dapat melakukan transaksi pembelian secara online maka diperlukan sebuah pengembangan sistem dengan menggunakan metode pengembangan Extreme Programming (XP) dimulai dari analisis kebutuhan user dan kebutuhan sistem, membuat rancangan sistem, koding program dan pengujian. Rancangan desain sistem menggunakan UML yaitu dengan model perancangan usecase diagram, activity diagram, dan class diagram. Sedangkan proses koding program menggunakan bahasa pemrograman PHP dengan text editor Sublime Text dan MySQL sebagai database.

2. Sistem Model AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) Sebagai Strategi Pemasaran Online Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: Toko Shenaz Fashion) yang dikembangkan mempunyai fitur dalam menyajikan informasi promosi dan dapat melakukan transaksi secara online sehingga memudahkan dalam proses pemasaran yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk Shenaz Fasion agar tetap mampu bersaing dan mempertahankan usahanya dalam jangka waktu yang panjang di situasi pandemi Covid-19.3. Tahapan implementasi kosep AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) pada sistem ini yaitu menampilkan promosi yang sedang aktif ketika pelanggan pertama kali membuka sistem belanja online, penambahan detail produk, pada setiap produk yang sudah dibeli terdapat review komentar dengan raiting yang diberikan konsumen serta adanya tombol checkout dengan warna yang cerah dan dominan menjadikan konsumen ingin tahu langkah selanjutnya sehingga terjadi transaksi.

## REFERENSI

- Ahluwalia, L. (2020). EMPOWERMENT LEADERSHIP AND PERFORMANCE: ANTECEDENTS. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 7(1), 283.  
[Http://Www.Nostarch.Com/Javascriptforkids%0Ahttp://Www.Investopedia.Com/Terms/I/In\\_Specie.Asp%0Ahttp://Dspace.Ucuencia.Edu.Ec/Bitstream/123456789/35612/1/Trabajo De Titulacion.Pdf%0Ahttps://Educacion.Gob.Ec/Wp-Content/Uploads/Downloads/2019/01/GUIA-METODOL](http://Www.Nostarch.Com/Javascriptforkids%0Ahttp://Www.Investopedia.Com/Terms/I/In_Specie.Asp%0Ahttp://Dspace.Ucuencia.Edu.Ec/Bitstream/123456789/35612/1/Trabajo%20De%20Titulacion.Pdf%0Ahttps://Educacion.Gob.Ec/Wp-Content/Uploads/Downloads/2019/01/GUIA-METODOL)
- Allafi, I., & Iqbal, T. (2018). Design And Implementation Of A Low Cost Web Server Using ESP32 For Real-Time Photovoltaic System Monitoring. *2017 IEEE Electrical Power And Energy Conference, EPEC 2017, 2017-October*, 1–5.  
[Https://Doi.Org/10.1109/EPEC.2017.8286184](https://doi.org/10.1109/EPEC.2017.8286184)
- Anggarini, D. R., Nani, D. A., & Aprianto, W. (2021). Penguatan Kelembagaan Dalam Rangka Peningkatan Produktivitas Petani Kopi Pada GAPOKTAN Sumber Murni Lampung (SML). *Sricommerce: Journal Of Sriwijaya Community Services*, 2(1), 59–66. [Https://Doi.Org/10.29259/Jscs.V2i1.59](https://doi.org/10.29259/Jscs.V2i1.59)
- Anisa Martadala, D., Redi Susanto, E., & Ahmad, I. (2021). Model Desa Cerdas Dalam Pelayanan Administrasi (Studi Kasus: Desa Kotabaru Barat Kecamatan Martapura

- Kabupaten Oku Timur). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi (JTISI)*, 2(2), 40–51. [Http://Jim.Teknokrat.Ac.Id/Index.Php/JTISI](http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/JTISI)
- Azmi, M., Kharisma, A. P., & Akbar, M. A. (2019). Evaluasi User Experience Aplikasi Mobile Pemesanan Makanan Online Dengan Metode Design Thinking ( Studi Kasus Grabfood ). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(8), 7963–7972.
- Budiman, A., Sunariyo, S., & Jupriyadi, J. (2021). Sistem Informasi Monitoring Dan Pemeliharaan Penggunaan SCADA (Supervisory Control And Data Acquisition). *Jurnal Tekno Kompak*, 15(2), 168. [Https://Doi.Org/10.33365/Jtk.V15i2.1159](https://doi.org/10.33365/jtk.v15i2.1159)
- Damayanti, Warsito, Meilinda, Manurung, P., & Sembiring, S. (2019). E-Crm Information System For Tapis Lampung Smes. *Journal Of Physics: Conference Series*, 1338(1). [Https://Doi.Org/10.1088/1742-6596/1338/1/012051](https://doi.org/10.1088/1742-6596/1338/1/012051)
- Dwinta, H. (2017). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT MEMBELI BARANG ONLINE: STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN RADEN FATAH PALEMBANG.[SKRIPSI]*. UIN RADEN FATAH PALEMBANG.
- Fadly, M., & Alita, D. (2021). *Optimalisasi Pemasaran Umkm Melalui E-MARKETING MENGGUNAKAN MODEL AIDA PADA MISS MOJITO LAMPUNG*. 4(3), 416–422.
- Febrian, A., & Ahluwalia, L. (2020). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Pada Kepuasan Dan Keterlibatan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Niat Pembelian Di E-Commerce. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal Of Theory And Applied Management*, 13(3), 254. [Https://Doi.Org/10.20473/Jmtt.V13i3.19967](https://doi.org/10.20473/jmtt.v13i3.19967)
- Febrian, A., & Fadly, M. (2021). The Impact Of Customer Satisfaction With EWOM And Brand Equity On E-Commerce Purchase Intentionfebrian, A., & Fadly, M. (2021). The Impact Of Customer Satisfaction With EWOM And Brand Equity On E-Commerce Purchase Intention In Indonesia Moderated By Cultur. *Binus Business Review*, 12(1), 41–51. [Https://Doi.Org/10.21512/Bbr.V12i1.6419](https://doi.org/10.21512/bbr.v12i1.6419)
-

- Hendrastuty, N., Ihza, Y., Ring Road Utara, J., & Lor, J. (2021). Rancang Bangun Aplikasi Monitoring Santri Berbasis Android. *Jdmsi*, 2(2), 21–34.
- Huda, A. M. S., & Fernando, Y. (2021). E–Ticketing Penjualan Tiket Event Musik Di Wilayah Lampung Pada Karcismu Menggunakan Library Reactjs. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(1), 96–103.
- Ismatullah, H., & Adrian, Q. J. (2021). Implementasi Prototype Dalam Perancangan Sistem Informasi Ikatan Keluarga Alumni Santri Berbasis Web. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa* ..., 2(2), 3–10.  
[Http://Jim.Teknokrat.Ac.Id/Index.Php/Informatika/Article/View/924](http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/informatika/article/view/924)
- Jayadi, A. (2022). Pelatihan Aplikasi Administrasi Perangkat Desa Sidosari, Lampung Selatan. *Journal Of Social Sciences And Technology For Community Service (JSSTCS)*, 3(1), 85. <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v3i1.1770>
- Jobli, M. I. Bin, Monir, D. K. B., & Peng, K. K. (2011). Analysis Of Waste Thermal Energy From Banana Peels Using Decomposition Process For Heat Generation. *2011 IEEE Ist Conference On Clean Energy And Technology, CET 2011*, 19–22.  
<https://doi.org/10.1109/CET.2011.6041452>
- Kusniyati, H. (2016). Culture Is A Way Of Life That Developed And Shared By A Group Of People , And Inherited From One Technology As A Competitive Sector That Can Added Value To The Business Processes That Run . The Development Of Information And Communication Technology Make. *APLIKASI EDUKASI BUDAYA TOBA SAMOSIR BERBASIS ANDROID Harni*, 9(1), 9–18.
- Mardiani, A. S., & Wardhana, A. (2018). The Effect Of Brand Ambassador Towards Buyers Interest Of Bandung Kunafe Cake. *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Bandung Kunafe Cake*, 5(2), 2577–2583.
- Maskar, S., Puspaningtyas, N. D., Fatimah, C., & Mauliya, I. (2021). Catatan Daring Matematika: Pelatihan Pemanfaatan Google Site Sebagai Media Pembelajaran Daring. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 487–493. <https://doi.org/10.31004/cdj.v2i2.1979>

- MENANI, ZAELMA, S., & NOVITA, D. (2021). *STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAING DAN MERAH PELUANG MELALUI SOSIAL MEDIA DI UMKM KERIPIK LATEB JAYA BANDAR LAMPUNG. 1(1), 1–9.*
- Munthe, R. D., Brata, K. C., & Fanani, L. (2018). Analisis User Experience Aplikasi Mobile Facebook (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer, 2(7), 2680.*
- Novian, D., Dwinanto, A., & Mulyanto, A. (2019). The Application Of Cooperative Learning Methods In The Developing And Analyzing The Quality Of An Educational Game. *Journal Of Physics: Conference Series, 1387(1).* <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1387/1/012122>
- Nurkholis, A., & Saputra, E. (2021). *E-Health Berbasis Mobile Untuk Meningkatkan Layanan Klinik. 15(2), 127–133.*
- Oktaviani, L., Aldino, A. A., & Lestari, Y. T. (2022). Penerapan Digital Marketing Pada E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Marning. *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT DAN INOVASI, 2(1), 337–369.*
- Oktora, E. (2018). *PENGEMBANGAN APLIKASI E-MARKETING MENGGUNAKAN PENDEKATAN AIDA (STUDI KASUS: PT NEDCOFFEE INDONESIA MAKMUR JAYA).* Perpustakaan Universitas Teknokrat Indonesia.
- Pandu Buana, Y., & Destiani Siti Fatimah, D. (2016). Pengembangan Sistem Pakar Diagnosis Penyakit Kelinci. *Jurnal Algoritma, 12(2), 596–601.* <https://doi.org/10.33364/Algoritma/V.12-2.596>
- Permatasari, B., & Anggarini, D. R. (2020). Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Oleh Strategi Sebagai Variabel Intervening Pada Warupermatasari, B., Permatasari, B., & Anggarini, D. R. (2020). Kepuapermatasari, B., & Anggarini, D. R. (2020). Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Oleh Strategi Sebagai Variabel In. *Jurnal Manajerial, 19(2), 99–111.*
- Prasetyo, K., & Suharyanto, S. . (2019). Rancang Bangun Sistem Informasi Koperasi Berbasis Web Pada Koperasi Ikitama Jakarta. *Jurnal Teknik Komputer, 5(1), 119–*

126. <https://doi.org/10.31294/jtk.v5i1.4967>
- Priandika, A. T., & Widiatoro, W. (2021). *PENERAPAN METODE DESAIN SPRINT PADA SISTEM MOBILE*. 15(2), 121–126.
- Putri, S. Eka Y. (2020). Penerapan Model Naive Bayes Untuk Memprediksi Potensi Pendaftaran Siswa Di Smk Taman Siswa Teluk Betung Berbasis Web. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 1(1), 93–99. <https://doi.org/10.33365/jatika.v1i1.228>
- Rachmatullah, R., Kardha, D., & Yudha, M. P. (2020). Aplikasi E-Commerce Petshop Dengan Fitur Petpedia. *Go Infotech: Jurnal Ilmiah STMIK AUB*, 26(1), 24. <https://doi.org/10.36309/goi.v26i1.120>
- Rosmalasari, T. D., Lestari, M. A., Dewantoro, F., & Russel, E. (2020). Pengembangan E-Marketing Sebagai Sistem Informasi Layanan Pelanggan Pada Mega Florist Bandar Lampung. *Journal Of Social Sciences And Technology For Community Service (JSSTCS)*, 1(1), 27–32.
- Sanger, J. B., Sitanayah, L., & Ahmad, I. (2021). A Sensor-Based Garbage Gas Detection System. *2021 IEEE 11th Annual Computing And Communication Workshop And Conference, CCWC 2021, February*, 1347–1353. <https://doi.org/10.1109/CCWC51732.2021.9376147>
- Saniati, S., Assuja, M. A., Neneng, N., Puspaningrum, A. S., & Sari, D. R. (2022). Implementasi E-Tourism Sebagai Upaya Peningkatan Kegiatan Promosi Pariwisata. *International Journal Of Community Service Learning*, 6(2).
- Sari, F. M., & Oktaviani, L. (2021). Undergraduate Students' Views On The Use Of Online Learning Platform During COVID-19 Pandemic. *Teknosastik*, 19(1), 41. <https://doi.org/10.33365/ts.v19i1.896>
- Sulistiani, H., Setiawansyah, S., & Darwis, D. (2020). Penerapan Metode Agile Untuk Pengembangan Online Analytical Processing (OLAP) Pada Data Penjualan (Studi Kasus: CV Adilia Lestari). *Jurnal Coreit: Jurnal Hasil Penelitian Ilmu Komputer Dan Teknologi Informasi*, 6(1), 50–56.
-

- Wahyudi, A. D., Surahman, A., & ... (2021). Penerapan Media Promosi Produk E-Marketplace Menggunakan Pendekatan AIDA Model Dan 3D Objek. *Jurnal Informatika* ..., 6(1), 35–40.  
[Http://Ejournal.Poltektegal.Ac.Id/Index.Php/Informatika/Article/View/2304](http://Ejournal.Poltektegal.Ac.Id/Index.Php/Informatika/Article/View/2304)
- Windane, W. W., & Lathifah, L. (2021). E-Commerce Toko Fisago.Co Berbasis Android. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 2(3), 285–303.  
[Https://Doi.Org/10.33365/Jatika.V2i3.1139](https://doi.org/10.33365/jatika.v2i3.1139)
- Yanuarsyah, M. R., Muhaqiqin, M., & ... (2021). Arsitektur Informasi Pada Sistem Pengelolaan Persediaan Barang (Studi Kasus: Upt Puskesmas Rawat Inap Pardasuka Pringsewu). *Jurnal Teknologi Dan* ..., 2(2), 61–68.  
[Http://Jim.Teknokrat.Ac.Id/Index.Php/Sisteminformasi/Article/View/869](http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/sisteminformasi/article/view/869)
- Yulianti, D. T., Damayanti, D., & Prastowo, A. T. (2021). Pengembangan Digitalisasi Perawatan Kesehatan Pada Klink Pratama Sumber Mitra Bandar Lampung. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(2), 32–39.