

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 1, Nomor 5, Juni 2023
e-ISSN: 2986-6340
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.8024417>

Manfaat Promosi Pada Minat Beli Konsumen Toko Budi Jaya Alfath

Dedeh Sartika¹, Siti Sa'adah Akmaliyah², Santi Pertiwi Hari Sandi³, Dwi Epty Hidayaty⁴

¹²³⁴Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Buana Perjuangan Karawang

Email: mn21.dedehsartika@mhs.ubpkarawang.ac.id^{1*}, mn21.sitiakmaliyah@mhs.ubpkarawang.ac.id²,
santi.pertiwi@ubpkarawang.ac.id³, dwi.epty@ubpkarawang.ac.id⁴

Abstrak

Toko Budi Jaya Alfath merupakan salah satu usaha dibidang mebel yang memproduksi furniture keperluan rumah tangga yang di produksi sendiri. Tujuan utama kunjungan industri adalah untuk mendapatkan pengetahuan dan pengalaman praktis di lapangan, yang tidak dapat diperoleh melalui membaca atau mengajar di kelas. Selain itu, kunjungan industri juga dapat memberikan gambaran tentang lingkungan kerja dan kondisi kerja industri tertentu sehingga dapat membantu peserta mempersiapkan diri bekerja di industri tersebut. Metode yang digunakan yaitu metode deskriptif dengan observasi yang dilakukan secara langsung dengan melakukan wawancara kepada istri pemilik. Hasil kegiatan kunjungan menunjukkan bahwa proses promosi dengan menggunakan media platform digital seperti media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen, proses promosi tersebut dapat membantu peningkatan terhadap penjualan. Berdasarkan dari hasil penelitian ini, disarankan Toko Budi Jaya Alfath terus memperhatikan pentingnya proses promosi menggunakan media digital dalam menjamin cepat terjualnya dan peningkatan penjualan.

Kata kunci : *Promosi, Minat Beli, Manfaat Promosi*

Abstract

Toko Budi Jaya Alfath is a business in the furniture sector that produces self-produced household furniture. The main purpose of industrial visits is to gain practical knowledge and experience in the field, which cannot be obtained through reading or teaching in class. In addition, industrial visits can also provide an overview of the work environment and working conditions of certain industries so that they can help participants prepare to work in that industry. The method used is descriptive method with direct observation by conducting interviews with the owner's wife. The results of the visit show that the promotion process using digital media platforms such as social media has a significant influence on consumer buying interest, the promotion process can help increase sales. Based on the results of this study, it is suggested that Toko Budi Jaya Alfath continue to pay attention to the importance of the promotion process using digital media in ensuring fast sales and increased sales.

Keywords: *promotion, buying interest, promotional benefits*

PENDAHULUAN

Keberhasilan perusahaan dalam persaingan bisnis, salah satunya ditentukan berdasarkan kegiatan promosi produk perusahaan kepada pelanggannya. Promosi penjualan yang berhasil adalah kegiatan promosi yang mampu memunculkan produk yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan tentang produk tersebut. Perusahaan yang mampu dalam mempromosikan produk yang memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dapat menimbulkan minat beli pada pelanggan.

Tujuan utama kunjungan industri ini untuk mendapatkan pengetahuan dan pengalaman praktis di lapangan, yang tidak dapat diperoleh melalui membaca atau mengajar di kelas. Selain itu, kunjungan industri juga dapat memberikan gambaran tentang lingkungan kerja dan

kondisi kerja industri tertentu sehingga dapat membantu peserta mempersiapkan diri bekerja di industri tersebut. Kunjungan industri juga dapat membantu meningkatkan hubungan antara lembaga pendidikan atau pelatihan dan industri. Kunjungan industri memungkinkan peserta untuk membangun hubungan dengan perusahaan untuk pekerjaan di masa depan atau kesempatan magang. Selain itu, kunjungan industri juga dapat menginspirasi dan memotivasi peserta untuk menghasilkan ide dan inovasi baru di industri yang dipelajarinya. Dengan melihat langsung proses produksi dan teknologi yang digunakan, mahasiswa dapat mengidentifikasi potensi dan tantangan di masing-masing industri serta mengembangkan solusi inovatif dan efektif untuk mengatasinya.

Toko Budi Jaya Alfath ini merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penjualan furniture perlengkapan alat-alat rumah tangga seperti meja, kursi, lemari, tempat tidur dan lain-lain. Toko ini masih memerlukan perluasan dalam bisnis penjualan produk-produk yang disediakan oleh Toko Budi Jaya Alfath. Oleh sebab itu Toko ini mempunyai permasalahan bagaimana caranya untuk memperluas dalam mendapatkan pelanggan baik di dalam daerah maupun di luar daerah. Dalam memecahkan permasalahan yang di alami oleh Toko Budi Jaya Alfath yaitu toko ini seharusnya melakukan promosi tidak hanya dengan melalui media sosial tetapi juga bisa dilakukan dengan melalui promosi potongan harga atau yang sering kita sebut diskon. Dengan adanya promosi diskon maupun promosi melalui media sosial yang dilakukan oleh pemilik toko Budi Jaya Alfath dapat memberikan beberapa manfaat bagi pemilik toko maupun pelanggan, diantaranya:

- 1) Dapat meningkatkan penjualan
- 2) Dapat meningkatkan loyalitas pelanggan
- 3) Dapat menarik pelanggan baru
- 4) Mampu menjaga keunggulan bersaing
- 5) Meningkatkan branding pada produk toko

Toko Budi Jaya Alfath berkolasi di Desa Sumurkondang, Kec. Klari, Kab. Karawang beroperasi setiap hari mulai pukul 08:00 hingga 18:00 WIB. Toko mebel ini memiliki 4 karyawan untuk dibagian produksi dan juga di bagian pengiriman. Awal dari pendirian usaha ini istri dari pemilik toko mengadakan arisan berupa uang, kemudian ketika sudah merasa cukup atas modal yang beliau miliki, ia mencoba untuk melakukan usaha sendiri dengan menjual furniture jadi, lalu setelah usahanya semakin berkembang ia mencoba melakukan produksi sendiri dengan modal awal sebesar 150 juta. Pembeli atau konsumen dari toko ini, tidak hanya dari masyarakat sekitarnya saja namun mereka pun yang membuka usaha toko mebel seperti ini juga memasok barang yang mereka jual dari toko mebel Budi Jaya Alfath ini. Toko furnitur menjual banyak jenis furnitur diantaranya: meja makan dan rak piring, rak televisi, lemari hias, dipan kasur, rak buku, meja belajar, lemari berlaci, kursi sofa, lemari baju dan perabotan rumah tangga lainnya. Semua produk di toko mebel ini memiliki kualitas sesuai dengan harga. Konsumen yang berbelanja di toko furnitur Budi Jaya Alfath memiliki beberapa alasan, termasuk lokasinya berlokasi strategis tak jauh dari jalan raya kosambi-curug, kesempurnaan penyimpanan, banyak pilihan jenis, Merk, kualitas dan harga bisa disesuaikan konsumen. Tak hanya itu, keramahan para pekerja dan pemilik toko juga mempengaruhi minat konsumen. karyawan dan pemilik toko yang jujur tentang kualitas dan sifat barang yang dijual dan konsumen dapat membeli barang yang mereka butuhkan.

Definisi Operasional

Ekonomi manajerial adalah penerapan prinsip-prinsip ekonomi dalam dunia manajemen. Manajer sebagai pengambil keputusan dan panutan dalam perusahaan membutuhkan pengetahuan dan keterampilan di bidang ekonomi dan manajemen, agar keputusan yang diambilnya tepat dan optimal, sehingga perusahaan yang dipimpinya dapat

lebih maju dan berkembang, dengan fokus pada pekerjaan, efisiensi dan efektivitas. Arsyad (2012) menyatakan bahwa prinsip ekonomi manajerial berkaitan dengan bagaimana sumber daya dialokasikan secara efektif. (Santi Pertiwi Hari Sandi, 2023)

Promosi adalah proses menghantarkan produk pada peluang pasar yang besar untuk meningkatkan penjualan dan menghasilkan keuntungan yang diinginkan. Penggunaan promosi juga merupakan alat penting agar produk menjadi unggul dari persaingan. (Ekonomi et al., n.d.)

Menurut Slameto (2003:180) dalam (Aans, n.d.) bahwa minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Minat yang berasal dari dalam diri itu sendiri sangat penting karena segala sesuatu yang dilakukan atas keinginan sendiri akan mendapatkan hasil yang lebih baik jika dibandingkan dengan sesuatu yang dipaksakan. (Kepercayaan et al., 2022)

Menurut Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), Usaha kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri dan dijalankan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang secara langsung atau tidak langsung dimiliki, dikuasai atau bagian perusahaan menengah atau besar yang memiliki standar Usaha kecil sebagaimana yang dimaksud dalam undang-undang ini. (Naashir et al., n.d.)

Teori Smith menyatakan bahwa satu barang memiliki dua nilai: nilai pakai dan nilai tukar. Nilai tukar (harga) suatu komoditi ditentukan oleh kerja yang diperlukan untuk memproduksinya. Tenaga kerja yang dikeluarkan dalam produksi suatu barang tidak dapat diukur hanya dalam jam kerja atau hari kerja, tetapi karena keterampilan masing-masing pekerja berbeda. Oleh karena itu berdasarkan teori ini, harga barang ditentukan oleh upah yang diterima pekerja. (Santi Pertiwi Hari Sandi, 2023)

Perkembangan industri manufaktur saat ini merupakan penopang utama perkembangan industri sebuah negara. Manufaktur adalah suatu cabang industri yang mengaplikasikan mesin, peralatan dan tenaga kerja dan suatu medium proses untuk mengubah bahan mentah menjadi barang jadi untuk dijual. Salah satu industri manufaktur itu adalah industri furnitur, industri furnitur ini merupakan salah satu sektor yang terus berkembang di Indonesia.

Kunjungan industri adalah kegiatan mengunjungi lokasi industri yang tujuannya untuk mempelajari dan mengetahui proses produksi, teknologi, manajemen, dan operasional industri. Kegiatan tersebut biasanya dilakukan oleh pelajar, mahasiswa atau pekerja di industri terkait untuk menambah pengetahuan dan pengalaman praktis di industri tersebut.

Sebagai bidang studi modern, manufaktur dapat didefinisikan dalam dua cara, yaitu teknis dan ekonomi. Secara teknis, proses manufaktur adalah penggunaan reaksi dan sifat fisika-kimia untuk mengubah geometri atau penampilan suatu bagian atau produk yang awalnya diberikan selama pembuatan, termasuk perakitan beberapa bagian untuk menghasilkan produk manufaktur. Manufaktur Juga diperlukan untuk mencapai proses adalah mesin, peralatan, energi dan pengguna yang terintegrasi. Manufaktur hampir selalu terjadi sebagai rangkaian operasi. Setiap operasi membawa material lebih dekat ke keadaan akhir yang diinginkan. Dari sudut pandang ekonomi, transformasi material menjadi objek yang lebih berharga didasarkan pada eksploitasi satu atau lebih operasi mesin atau perakitan. (Hadi Sulistyarini, 2018)

Industri manufaktur adalah industri yang mengolah bahan mentah menjadi produk setengah jadi dan produk jadi. (Muhammad & Susilowati, 2021) Industri manufaktur merupakan salah satu cabang ekonomi yang penting di ASEAN. Menurut Corporate Finance Institute, industri manufaktur adalah Industri yang mengolah material atau bahan baku menjadi produk jadi atau produk setengah jadi dengan mesin produksi. Dan memproduksi dalam skala besar. Di banyak negara termasuk negara-

negara ASEAN sangat penting karena membutuhkan banyak pekerjaan. Perusahaan manufaktur disebut perusahaan pemasok produk yang dibutuhkan pasar. Sektor manufaktur telah memainkan peran penting selama beberapa decade dalam mempromosikan pembangunan sosial-ekonomi kawasan ASEAN. (V.A.R.Barao et al., 2022)

Promosi adalah proses penyampaian informasi yang berguna tentang perusahaan atau produk untuk mempengaruhi pembeli potensial. Di sisi lain, tujuan promosi adalah untuk memberikan kontribusi terhadap pencapaian tujuan pemasaran dan tujuan bisnis dalam arti yang lebih luas. Bisnis dapat mendasarkan program promosi penjualan mereka pada satu atau lebih tujuan berikut:

- 1) Memberikan informasi.
- 2) Meningkatkan penjualan.
- 3) Stabilisasi penjualan.
- 4) Penempatan Produk.
- 5) Memberikan citra produk. (Mulyana, 2019)

Minat beli merupakan aspek psikologis yang memiliki pengaruh penting pada perilaku dan juga merupakan sumber motivasi yang mengarah pada apa yang mereka lakukan. Minat adalah kesadaran akan objek, orang, masalah atau situasi yang ada hubungannya dengan diri seseorang. Konsep strategi pemasaran pertama adalah produk ini merupakan barang atau jasa yang dapat ditawarkan di pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen dampak terhadap minat konsumen. Kedua, tempat adalah sesuatu strategi yang menentukan dimana dan bagaimana produk dijual. Bagian terpenting dari strategi ini adalah menentukan lokasi atau tempat penjualan dimana konsumen dapat melihat dan membeli barang yang ada. Ketiga, promosi sebagai salah satu faktor penentu keberhasilan program pemasaran. Mempromosikan di sosial media, spanduk, brosur, Poster, website dan diskon yang ditawarkan bisa menjadi daya tarik tersendiri konsumen tertarik untuk membeli. Keempat, harga yaitu jumlah semua nilai yang dipertukarkan konsumen atas manfaat yang mereka terima untuk menggunakan produk atau jasa tersebut. Konsep strategi pemasaran bertujuan untuk mengarahkan perusahaan agar dapat berkembang sesuai dengan rencana yang diharapkan mencapai tujuan yang diinginkan. Strategi pemasaran juga digunakan sebagai bentuk pertahanan perdagangan untuk jangka waktu yang lama. Tujuan terpenting dari strategi pemasaran adalah meningkatkan keuntungan maksimal dari penjualan dan pesaing bertahan. (Dr. Vladimir, 1967)

Furnitur adalah perlengkapan rumah tangga yang mencakup semua barang seperti kursi, meja, dan lemari pakaian. Mebel berasal dari kata *movable*, artinya bisa bergerak. Di masa lalu meja, kursi, dan lemari relatif mudah digerakkan dari batu besar, dinding, dan atap. Furnitur berasal dari bahasa Perancis dan berarti perabotan untuk rumah. Furnitur berasal dari kata *fournir* yang berarti furnish atau perabot rumah atau ruangan. Meskipun furnitur dan mebel memiliki arti yang berbeda, namun memiliki arti yang sama yaitu meja, kursi, lemari pakaian dan sebagainya. Dengan kata lain furniture atau mebel adalah segala benda yang ada di dalamnya dan bisa digunakan penghuni rumah untuk duduk, berbaring atau menyimpan benda barang-barang kecil seperti pakaian atau cangkir. (Handrawan et al., 2021)

METODE

Metode penulisan yang digunakan yaitu menggunakan metode deskriptif dengan observasi yang dilakukan secara langsung dengan melakukan wawancara kepada istri pemilik toko Budi Jaya Alfath yang ada di Karawang. Sasaran dari kegiatan industri ini adalah untuk mendapatkan informasi tentang proses produksi yang dilakukan oleh Toko Budi Jaya Alfath. Subjek dari kegiatan kunjungan industri manufaktur ini adalah proses produksi yang dilakukan toko Budi Jaya Alfath, mulai dari proses pembuatan hingga penjualan produk.

Prosedur kegiatan yang kami lakukan dalam menjalankan observasi kegiatan kunjungan ini mulai dari persiapan perizinan kunjungan kepada pihak toko, pelaksanaan observasi dengan melakukan wawancara disertai dengan memperkenalkan diri juga menjelaskan maksud dan tujuan melaksanakan kunjungan kepada Toko Budi Jaya Alfath.

HASIL KEGIATAN KUNJUNGAN INDUSTRI DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan Kunjungan Industri

Pada hari Senin, 27 Maret 2023 kami melakukan kegiatan kunjungan industri ke Toko Furniture Budi Jaya Alfath yang berlokasi di jalan raya Kosambi – Curug Desa Sumurkondang. Saat tiba di toko, kami disambut oleh pemilik toko dan beliau memberikan penjelasan singkat mengenai sejarah awal terbentuknya Toko Budi Jaya Alfath. Kemudian, kami diajak untuk mengunjungi tempat produksi dan diperlihatkan bagaimana proses produksi dilakukan, mulai dari pemotongan kayu sampai proses akhir. Selama kunjungan, kami juga berkesempatan untuk berdiskusi dengan salah satu pegawai di toko tersebut mengenai tentang apa saja tantangan dalam pembuatan produk furniture. Dari hasil melakukan kunjungan tersebut kami mendapat beberapa pengalaman baru mengenai dunia bisnis di industri manufaktur. Berikut adalah hasil kegiatan kunjungan industri manufaktur di Toko Budi Jaya Alfath:

Proses Produksi	Proses produksi menggunakan berbagai jenis mesin elektronik seperti pemotong kayu, mesin perekat kain, dan lain-lain.
Kualitas Produk	Kualitas yang dihasilkan memiliki hasil kualitas yang baik karena mereka menggunakan bahan baku yang berkualitas tinggi dan dilakukan uji coba pengecekan untuk memastikan bahwa produk yang di buat sudah memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan sebelum dikirimkan kepada konsumen.
Rancangan Produk	Toko ini menerima request dari konsumen untuk membuat produk dengan desain kostum sesuai dengan keinginan dan membantu konsumen dalam memilih desain yang tepat untuk kebutuhan mereka.
Kapasitas Produksi	Toko ini melakukan produksi sesuai dengan persediaan yang dimiliki dan juga sesuai permintaan konsumen.
Layanan Pelanggan	Layanan penjualan yang diberikan oleh penjual sangat ramah dan mereka juga siap untuk membantu melakukan perbaikan produk jika suatu saat dibutuhkan.

Pembahasan

Dalam melakukan proses produksinya kami melihat bahwa toko ini menggunakan mesin-mesin elektronik untuk membuatnya seperti mesin pemotong kayu, mesin perekat kain dan mesin elektronik lainnya. Kualitas yang dihasilkannya pun memiliki kualitas yang baik karena mereka menggunakan bahan-bahan yang berkualitas tinggi serta mementingkan standar kualitas guna memastikan bahwa produk yang di buat sudah memenuhi standar kualitas yang baik sebelum dilakukan pengiriman kepada para konsumen. Rancangan produk dari toko ini pun di buat sebaik dan sebagus mungkin serta menerima permintaan jenis desain kostum produk sesuai dengan keinginan pelanggan guna membantu pelanggan untuk memilih

desain yang tepat sesuai dengan kebutuhan yang dibutuhkan. Dalam kapasitas produksi yang disediakan oleh toko ini dilakukan dengan melengkapi persediaan toko dan juga sesuai permintaan konsumen. Pelayanan yang diberikan oleh pemilik toko pun sangat ramah dan pemilik toko dapat menerima perbaikan barang atau juga bisa mengganti produk jika diperlukan.

Pentingnya promosi dalam dunia bisnis sangatlah penting untuk minat pembeli. Pemilik toko dapat mempromosikan produknya dengan cara promosi potongan harga/diskon maupun melalui media sosial seperti Whatsapp, Instagram atau Facebook. Promosi memiliki peran penting dalam mempengaruhi minat beli konsumen. Berikut adalah beberapa pembahasan mengenai manfaat promosi pada minat beli konsumen, diantaranya:

- 1) Menarik perhatian konsumen: Promosi dapat menarik perhatian konsumen dengan memberikan informasi tentang produk atau jasa yang ditawarkan. Misalnya, melalui iklan televisi atau sosial media, konsumen dapat mengetahui keberadaan suatu produk atau jasa baru.
- 2) Memberikan nilai tambah: Diskon atau promo lainnya dapat memberikan nilai tambah bagi konsumen, sehingga mendorong mereka untuk membeli produk atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa mendapatkan keuntungan dari promo yang diberikan.
- 3) Meningkatkan kesadaran merek: Promosi dapat meningkatkan kesadaran merek, sehingga produk atau jasa yang ditawarkan dapat lebih dikenal oleh konsumen. Hal ini dapat membuat konsumen lebih memilih produk atau jasa yang dikenal daripada yang tidak dikenal.
- 4) Meningkatkan loyalitas konsumen: Dengan memberikan promosi secara teratur, konsumen dapat merasa dihargai dan merasa diuntungkan. Hal ini dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap merek atau toko yang memberikan promo tersebut.
- 5) Mengurangi persaingan: Promosi yang menarik dapat mengurangi persaingan dengan merebut pangsa pasar dari pesaing. Hal ini dapat menguntungkan bagi pengusaha, karena konsumen lebih memilih produk atau jasa yang ditawarkan oleh mereka.

Dengan hal diatas promosi dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi penjualan dan minat beli konsumen. Namun, perlu diingat bahwa promosi yang dilakukan harus dilakukan dengan hati-hati dan tidak merugikan konsumen atau pesaing.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa promosi sangat penting dalam meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh sebuah toko. Dengan melakukan promosi yang tepat, toko dapat memberikan informasi mengenai produk yang dijual, menarik perhatian konsumen, membangun citra produk yang baik bagi toko, dan tentunya meningkatkan penjualan. Namun, untuk memaksimalkan manfaat dari promosi, Toko Budi Jaya Alfath harus mengatur promosi dengan baik. Promosi yang berlebihan dapat mempengaruhi kualitas produk, sementara promosi yang kurang dapat membuat perusahaan kehilangan kesempatan untuk menjangkau konsumen potensial. Oleh karena itu, perusahaan harus mengatur strategi promosi yang seimbang dan tepat sesuai dengan tujuan bisnis yang ingin dicapai.

Referensi

- Dr. Vladimir, V. F. (1967). Strategi Pemasaran Yang Mempengaruhi Minat Pembeli Pada Toko Mebel Studi Kasus Toko Kencana Baru Way Jeparalampung Timur. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Ekonomi, F., Bisnis, D., Buana, U., Karawang, P., & Pedes, K. (n.d.). *Pemanfaatan Promosi*

- Umkm Keripik Pisang*. 2(1), 3409–3415.
- Hadi Sulistyarini, D. (2018). *Pengantar Proses Manufaktur Untuk Teknik Industri* (1st ed.). UB Press. https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar_Proses_Manufaktur_untuk_Teknik/3taJDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=industri+manufaktur&printsec=frontcover
- Handrawan, M. A. R., Setyaningrum, I., & Ariani, M. (2021). Perkembangan Dan Dampak Positif Dan Negatif E-Commerce Bagi Umkm Sektor Furnitur Dan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 9(2), 2021. <https://journal.ubaya.ac.id/index.php/jimus/article/view/5025>
- Hermyn B Hina, Edwin Basmar, Isbandriyati Mutmainah, Ezekiel Berliantoro Sitorus, Santi Pertiwi Hari Sandi, Dedi Mulyadi, Maludin Panjaitan, Yosie Gabriela Panjaitan, Selamat Siregar, Risris Rismayani, Jeanee Belthia Nikijuluw, Juniawan Mandala Putra, Rik, A. W. (2023). *EKONOMI MANAJERIAL (TEORI DAN ANALISIS)* (Hartini (Ed.); 1st Ed.). MEDIA SAINS INDONESIA. <https://scholar.google.co.id/scholar?oi=bibs&cluster=286899602545147871&btnI=1&hl=en>
- Kepercayaan, P., Persepsi, D. A. N., Malikah, I. M., Mulyadi, D., & Sandi, S. P. H. (2022). *Terhadap Minat Financial Technology Peer To Peer Lending (Pinjaman Online) Pada Mahasiswa Manajemen 2018-2019 Universitas Buana Perjuangan Karawang*. 2(3), 451–467.
- Leni Anggriani, N., & Hamali Yusuf, A. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handuk Pada Pt Tatapusaka Sentosa Textile Mills Bandung. *Journal of Management*, 3(Juni), 14.
- Muhammad, I., & Susilowati, I. H. (2021). Analisa Manajemen Risiko K3 Dalam Industri Manufaktur Di Indonesia: Literature Review. *PREPOTIF: Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 5(1), 335–343. <https://doi.org/10.31004/prepotif.v5i1.1635>
- Mulyana, M. (2019). Inisiasi VIII Strategi Promosi dan Komunikasi. *Materi Tutorial Online Ekma 4216 Manajemen Pemasaran*, 57–63.
- Naashir, M. I., Pertiwi, S., Sandi, H., Informatika, T., Ilmu, F., Universitas, K., & Perjuangan, B. (n.d.). *PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA DALAM UPAYA PEMASARAN PRODUK SECARA DIGITAL UNTUK PELAKU*. 2(1), 3438–3443.
- Santi Pertiwi Hari Sandi, M. S. (2023). *EKONOMI MIKRO (SUATU PENDEKATAN TEORETIS)* (Hartini (ed.)). MEDIA SAINS INDONESIA. <https://scholar.google.co.id/scholar?oi=bibs&cluster=4798942654071759139&btnI=1&hl=en>
- V.A.R.Barao, R.C.Coata, J.A.Shibli, M.Bertolini, & J.G.S.Souza. (2022). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. In *Braz Dent J*. (Vol. 33, Issue 1).