SmartAI
JOURNAL

SmartAI | E-ISSN 2828-1144
Vol. 2 No. 2 – April 2023, pp: 84-98
https://ejournal.abivasi.id/index.php/SmartAI
Publishing: Yayasan Adwitiya Basurata Inovasi

PERANCANGAN APLIKASI INFLUENCER MARKETING (METAFOR) BERBASIS ANDROID

Ivantry Fantira Napitupulu[1], Alfa Saleh[2]
[1]Mahasiswa Program Studi Informatika, Universitas Potensi Utama, Indonesia
[2]Dosen Program Studi Informatika, Universitas Potensi Utama, Indonesia
E-mail: Ivantryfantira@gmail.com

Abstrak

Pada saat ini perkembangan promosi di sosial media sangat berkembang dengan pesat melalui via instagram dan whatsapp. Namun banyak kalangan selebgram tidak tertarik dengan penggunaan sosial media karena adanya kecurangan dan penipuan dalam promosi produk. Banyak selegram melakukan promosi produk dengan akun palsu dan produk yang di pasarkan adalah produk palsu sehingga banyak konsumen yang merasa tidak puas dan merasa rugi akan hal tersebut. Dalam dunia bisnis, dibutuhkan seorang influencer dalam melakukan proses promosi produk yang akan di tawarkan kepada konsumen. Namun pada saat ini proses promosi dilakukan media sosial seperti whatsapp dan instagram sehingga banyak masyarakat yang tidak mengetahui informasi produk yang di pasarkan.

Keywords: *Kerja Sama, Influencer, Brand, Java, Mysql, Android Studio*

Abstract

At this time the development of promotion on social media is growing rapidly through via Instagram and WhatsApp. However, many celebrities are not interested in using social media because of fraud and fraud in product promotion. Many programs promote products with fake accounts and the products being marketed are counterfeit products so that many consumers feel dissatisfied and feel at a loss about this. In the business world, an influencer is needed in carrying out the product promotion process that will be offered to consumers. However, at this time the promotion process is carried out on social media such as WhatsApp and Instagram so that many people do not know the information on the products being marketed.

Kata Kunci: *Collaboration, Influencers, Brands, Java, Mysql, Android Studio*

1. PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis yang menjadi ujung tombak perkembangan bisnis adalah marketing atau pemasaran, sebaik apapun produk apabila pemasaranya buruk maka akan buruk pula proses bisnis tersebut. Sebuah produk yang berkualitas baik namun tidak memiliki konsep atau strategi pemasaran yang baik dapat diibaratkan seperti kita memiliki sebuah ruko/toko di daerah terpencil yang sulit diakses dan dikenal oleh orang walaupun produk biasa diletak ruko/toko kita ada di tempat yang ramai maka produk tersebut pasti akan terjual. Dalam perkembangan industri 4.0 yang segala proses bisnis sudah dijadikan komputerisasi maka strategi pemasaran yang paling baik adalah dengan memanfaatkan pemasaran digital / digital marketing mengapa demikian karena setiap orang hari ini hampir semua memiliki telepon pinter/*smartphone* sehingga pemasaran yang paling baik adalah langsung menghadirkan produk kita kepada *smartphone* calon pelanggan

Pada saat ini perkembangan promosi di sosial media sangat berkembang dengan pesat melalui via Instagram, tiktok dan whatsapp. Dalam hal melakukan promosi melalui media sosial brand memerlukan jasa seseorang yang memiliki kemampuan untuk meng-influence atau mengajak dan mempengaruhi orang lain untuk melakukan sesuatu yang dalam hal ini berkaitan dengan pembelian sebuah produk. Para pelaku jasa promosi melalui media sosial inilah yang oleh masyarakat sekarang disebut sebagai influencer. Namun banyak kalangan selebgram tidak tertarik dengan penggunaan sosial media karena adanya kecurangan dan penipuan dalam promosi produk. Banyak selegram melakukan

SmartAI | E-ISSN 2828-1144
Vol. 2 No. 2 – April 2023, pp: 84-98
https://ejournal.abivasi.id/index.php/SmartAI
Publishing: Yayasan Adwitiya Basurata Inovasi

promosi produk dengan akun palsu dan produk yang di pasarkan adalah produk palsu sehingga banyak konsumen yang merasa tidak puas dan merasa rugi akan hal tersebut. Pemilik suatu brand kesulitan menemukan *influencer* yang cocok untuk mempromosikan produk yang akan di jual dan kesulitan dalam menjalin kerjasama antara *brand* dengan *influencer*.

Dalam dunia bisnis, dibutuhkan seorang *influencer* dalam melakukan proses promosi produk yang akan di tawarkan kepada konsumen. Namun pada saat ini proses promosi dilakukan media sosial seperti whatsapp dan instagram sehingga banyak masyarakat yang tidak mengetahui informasi produk yang di pasarkan. Dengan demikian dibutuhkan sebuah aplikasi yang mendukung influencer dalam melakukan proses promosi produk yang disebut dengan metafor. Aplikasi yang di rancang adalah aplikasi berbasis android sebagai wadah promosi marketing dari influencer. Dengan aplikasi yang di rancang dapat diketahui influencer yang cocok utnuk suatu brand. Sehingga influencer melakukan transaksi dan memasukan data-datanya harus membuka buku pendataan transaksi penjualan tersebut. Dalam penelitian ini peneliti mengangkat beberapa perusahaan yang bergerak dalam usaha.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Pengumpulan Data

Pada tahap ini dilakukan dengan mempelajari teori dasar yang mendukung penelitian, pencarian dan pengumpulan data-data yang dibutuhkan. Untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan, maka peneliti memakai teknik :

1. Penelitian Kelapangan
   a. Pengamatan Langsung (*Observation*)
      Peneliti melakukan pengamatan secara langsung tentang penjualan, pemasaran produk untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan penelitian.
   b. Wawancara (*Interview*)
      Peneliti secara langsung bertatap muka dengan beberapa toko yang bergerak di bidang Influencer Marketing untuk mendapatkan data-data yang lebih lengkap dan kurang jelas melalui wawancara. Adapun pertanyaan-pertanyaan yang diajukan adalah sebagai berikut :
      1) Bagaimana cara Influencer Marketing melakuan promosi produk pada kalangan masyarakat ?
      2) Bagaimana sistem yang berjalan selama ini dalam proses penjualan produk?
      3) Bagaimana mempermudah perusahaan dalam menerima pesanan dan pembelian dari konsumen ?
   c. *Sampling*
      Peneliti memilih data-data yang tersedia dan sesuai dengan penelitian yaitu aplikasi penelitian terdahulu dan penelitian terdahulu untuk dijadikan sampel pada penelitian ini.
2. Penelitian perpustakaan (*Library Research*)

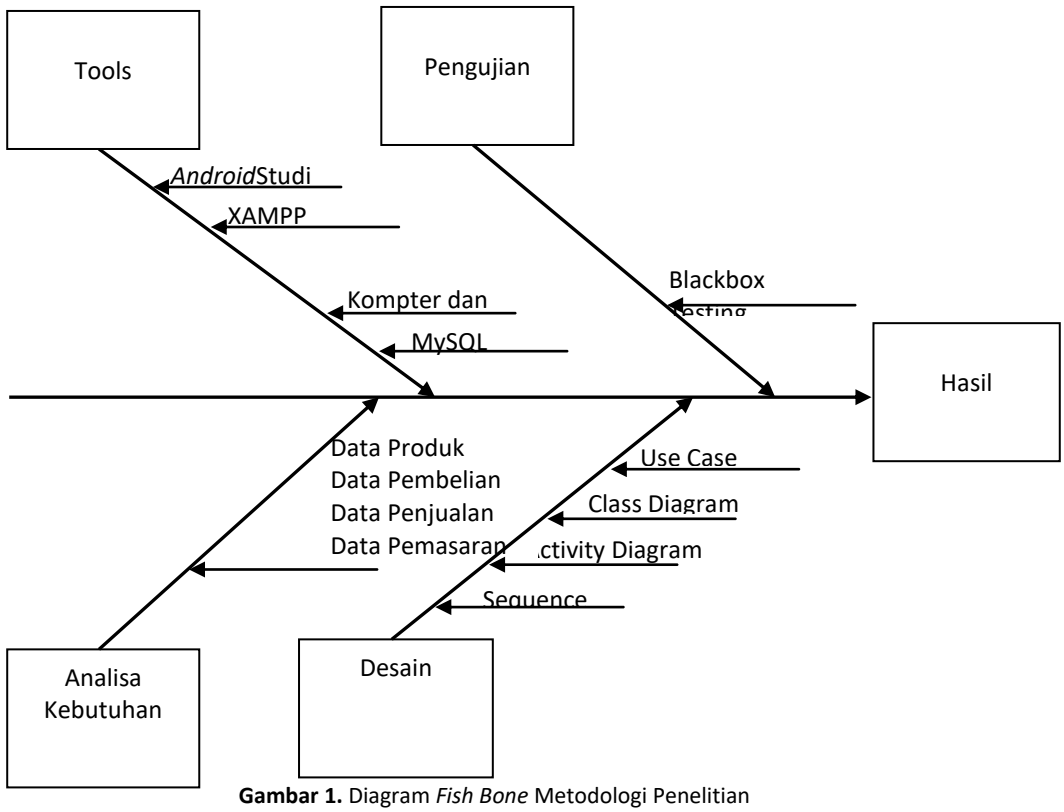
Pada metode ini peneliti mengutip dari beberapa bacaan yang berkaitan dengan pelaksanaan penelitian yang dikutip dapat berupa teori yaitu jurnal.

2.2. Metodologi Penelitian

Penelitian ini akan melalui beberapa tahapan. Tahapan dalam penelitian ini dapat di modelkan pada diagram *Fish Bone*. Adapun beberapa tahapan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

SmartAI
JOURNAL

SmartAI | E-ISSN 2828-1144
Vol. 2 No. 2 – April 2023, pp: 84-98
https://ejournal.abivasi.id/index.php/SmartAI
Publishing: Yayasan Adwitiya Basurata Inovasi



Gambar 1. Diagram *Fish Bone* Metodologi Penelitian

Keterangan :

a) Analisis Kebutuhan
Pada tahapan ini merupakan analisa terhadap kebutuhan yang diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian yang akan dilakukan yaitu data produk, data promosi dan data influencer.

b) Desain Sistem
Desain sistemyang digunakan dalam teori adalah pemodelan UML yaitu *Use Case Diagram*, *Class Diagram*, *Activity Diagram* dan *Sequence Diagram*.

c) Tools
Pada tahapan ini peneliti menggunakan *Software Android* studio, *PHP*, Xampp dan peneliti menggunakan *hardware* komputer/*laptop*. *Database* yang digunakan adalah MySQL.

d) Pengujian
Pada tahapan ini peneliti menguji sistem yang telah dibuat menggunakan pengujian teori dan praktek. Pengujian teori peneliti menggunakan *blackbox testing* dan pengujian praktek peneliti menggunakan *localhost*.

e) Hasil
Pada tahapan ini penelitian sudah selesai dibuat, hasil dari penelitian ini yaitu aplikasi Influencer Marketing (Metafor) berbasis *Android*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

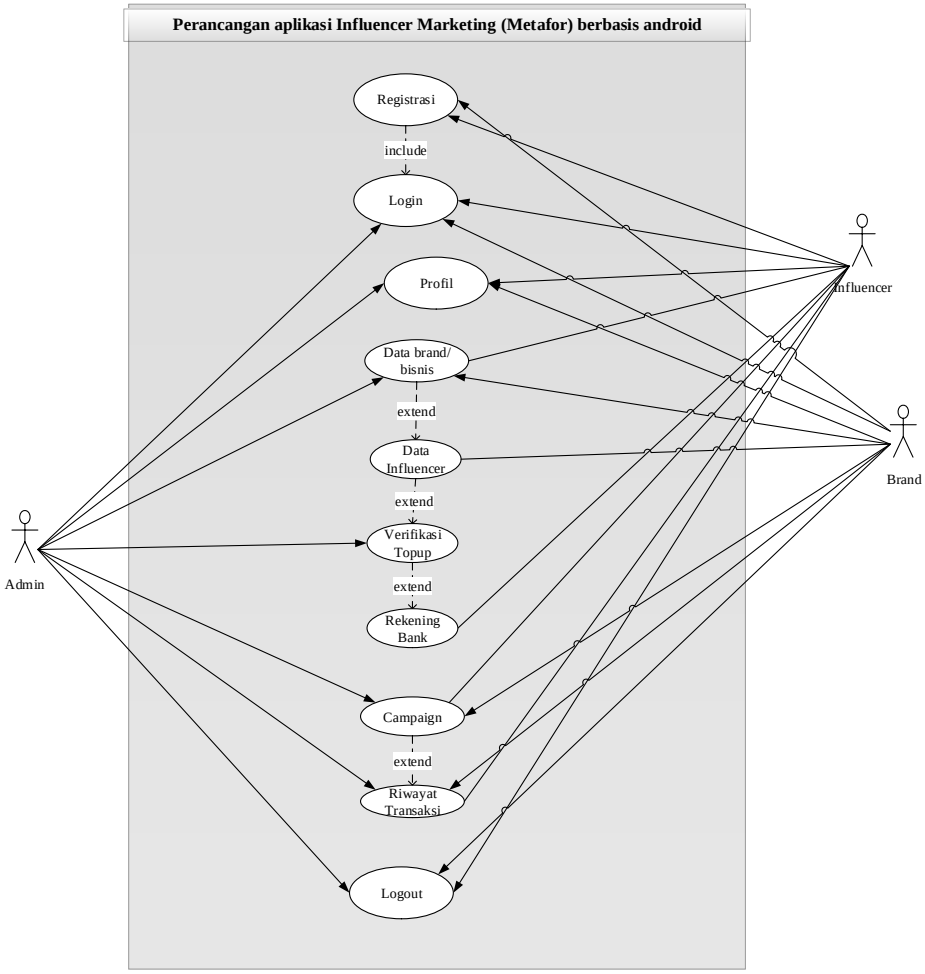
Dalam dunia bisnis, dibutuhkan seorang influencer dalam melakukan proses promosi produk yang akan di tawarkan kepada konsumen. Namun pada saat ini proses promosi dilakukan media sosial seperti whatsapp dan instagram sehingga banyak masyarakat yang tidak mengetahui informasi produk yang di pasarkan. Dengan demikian dibutuhkan sebuah aplikasi yang mendukung influencer dalam melakukan proses promosi produk. Aplikasi yang di rancang adalah aplikasi berbasis android sebagai wadah promosi marketing dari influencer. Sehingga influencer melakukan transaksi dan memasukan

SmartAI
JOURNAL

SmartAI | E-ISSN 2828-1144
Vol. 2 No. 2 – April 2023, pp: 84-98
https://ejournal.abivasi.id/index.php/SmartAI
Publishing: Yayasan Adwitiya Basurata Inovasi

data-datanya harus membuka buku pendataan transaksi penjualan tersebut. Dalam penelitian ini peneliti mengangkat beberapa perusahaan yang bergerak dalam usaha.

Dalam penyusunan suatu program diperlukan suatu model data yang berbentuk diagram yang dapat menjelaskan suatu alur proses sistem yang akan di bangun. Dalam penulisan penelitian ini peneliti menggunakan metode UML yang dalam metode itu peneliti menerapkan diagram *Use Case*. Maka diGambarlah suatu bentuk diagram *Use Case* yang dapat dilihat pada Gambar 3 berikut :



Gambar 2. *Use Case* Diagram

Adapun penjelasan usecase diagram diatas adalah sebagai berikut :

a) Admin
Admin bisa login kemudian bisa akses menu profil, data brand/ bisnis, data verifikasi topup, data campaign, data riwayat transaksi dan logout.

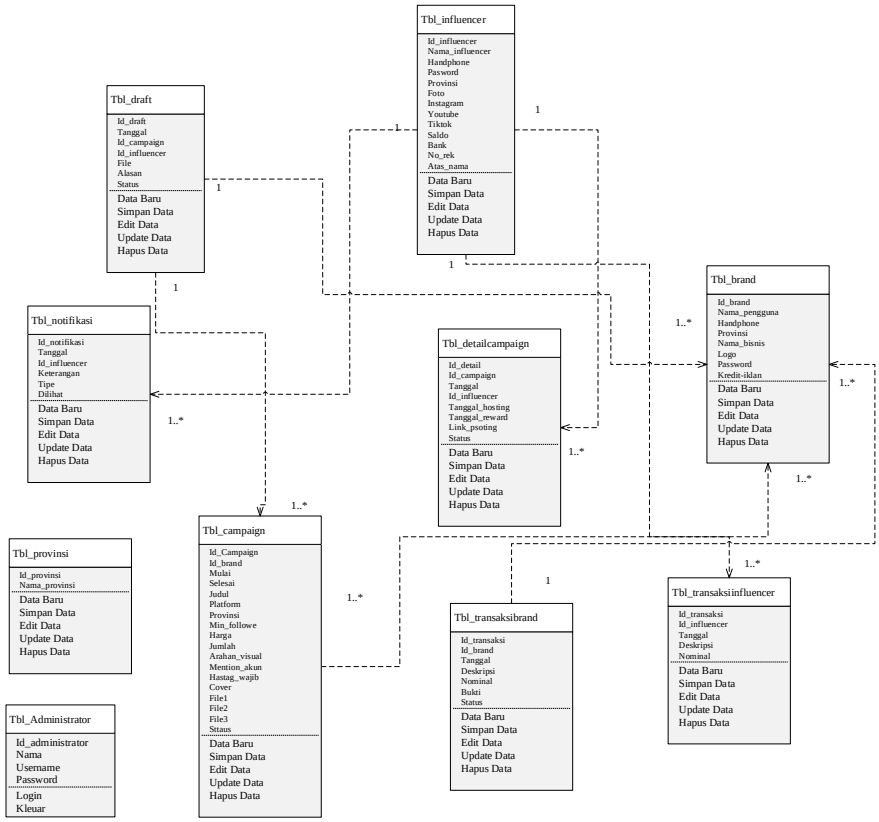
b) Influencer
Influencer harus registrasi terlebih dahulu untuk daftar akun kemudian login, kemudian bisa akses menu profil, data brand/ bisnis, data rekening bank, data campaign, data riwayat transaksi dan logout.

c) Brand
Brand harus registrasi terlebih dahulu untuk daftar akun kemudian login, kemudian bisa akses menu profil, data brand/ bisnis, data influencer, data rekening bank, data campaign, data riwayat transaksi dan logout.

SmartAI
JOURNAL

SmartAI | E-ISSN 2828-1144
Vol. 2 No. 2 – April 2023, pp: 84-98
https://ejournal.abivasi.id/index.php/SmartAI
Publishing: Yayasan Adwitiya Basurata Inovasi

Rancangan kelas-kelas yang akan digunakan pada sistem yang akan dirancang dapat dilihat pada Gambar 3.

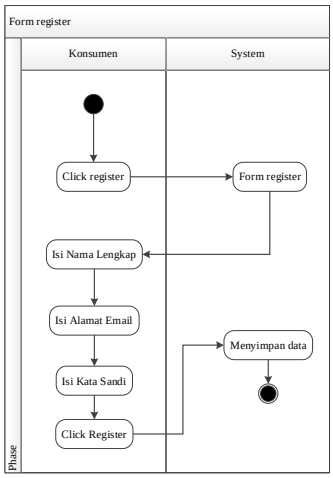


Gambar 3. *Class Diagram*

Adapun penjelasan dari class diagram diatas adalah terdiri dari 10 tabel yaitu tabel administrator, tabel provinsi, tabel campaign, tabel transaksi brand, tabel transaksi influencer, tabel brand, tabel detail campaign, tabel notifikasi, tabel influencer dan tabel draft.

1) Activity Diagram Registrasi

Aktivitas *register* yang dilakukan oleh pengguna dapat diterangkan yang ditunjukkan pada Gambar 4:



Gambar 4. *Activity Diagram Registrasi*

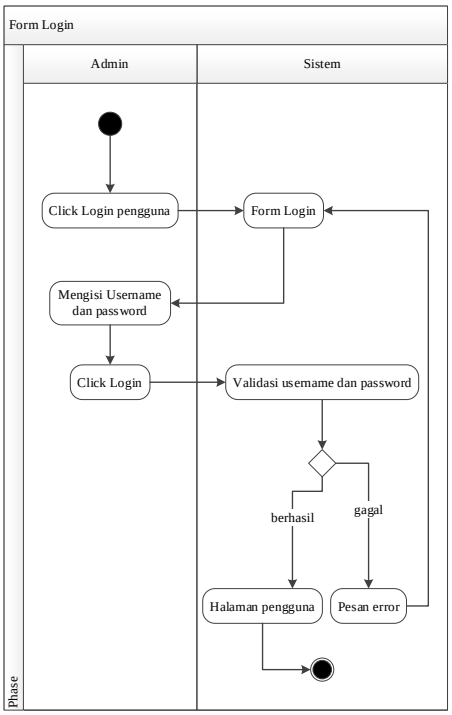
SmartAI
JOURNAL

SmartAI | E-ISSN 2828-1144
Vol. 2 No. 2 – April 2023, pp: 84-98
https://ejournal.abivasi.id/index.php/SmartAI
Publishing: Yayasan Adwitiya Basurata Inovasi

Gambar 4 menjelaskan cara kerja form registrasi sebagai menu awal dari aplikasi untul Influencer dan brand dengan mendaftarkan akun terlbih dahulu dengan isi data pribadi seperti nama, email, alamat, no handphone, sandi dan data pribadi lainnya. Setelah melakukan daftar akun maka Influencer dan brand akan di minta kembali untuk login kembali dengan akun yang telah terdaftar.

2) Activity Diagram Login

Aktivitas *login* yang dilakukan oleh *user* dapat diterangkan dan ditunjukkan pada Gambar 5:



Gambar 5. *Activity Diagram Login*

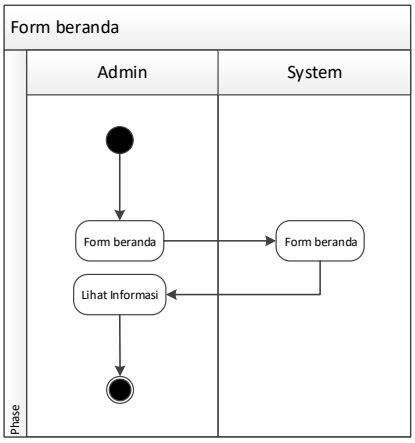
Gambar 5 menjelaskan cara kerja form login sebagai menu awal dari aplikasi Influencer Marketing (Metaphor). Form login menerangkan bahwa Activity diagram login berfungsi untuk menampilkan masing-masing aktifitas dari fom login, yaitu proses dari penginputan username dan password untuk masuk ke dalam sistem.

3) Activity Diagram Home

Gambar 4 menjelaskan cara kerja form menu home atau disebut juga menu utama dari aplikasi yang terdiri dari menu registrasi terlebih dahulu untuk daftar akun kemudian login, kemudian bisa akses menu profil, data brand/ bisnis, data verifikasi topup dana, data influencer, data rekening bank, data campaign, data riwayat transaksi dan logout. Aktivitas yang dilakukan oleh Admin pada *form home* dapat diterangkan dengan langkah-langkah *state* berikut, yang ditunjukkan pada Gambar 6:

SmartAI
JOURNAL

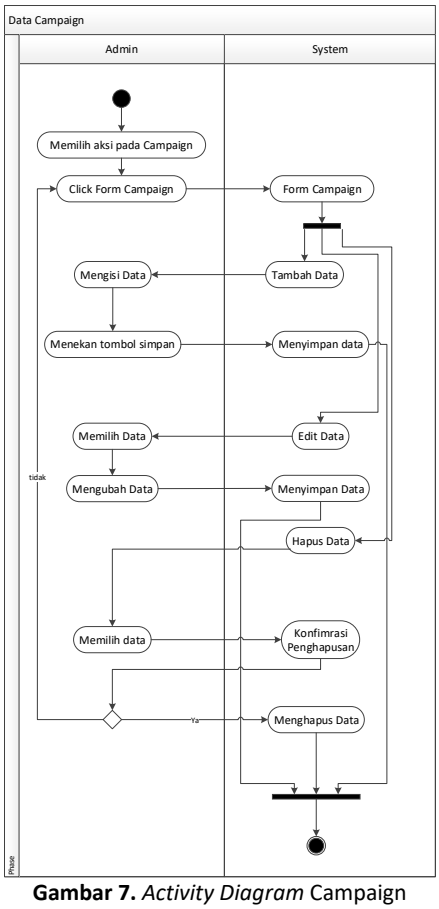
SmartAI | E-ISSN 2828-1144
Vol. 2 No. 2 – April 2023, pp: 84-98
https://ejournal.abivasi.id/index.php/SmartAI
Publishing: Yayasan Adwitiya Basurata Inovasi



Gambar 6. *Activity Diagram Form Home*

4) Activity Diagram Campaign

Aktivitas yang dilakukan oleh Admin pada pengolahan campaign dapat diterangkan dengan langkah-langkah *state* berikut, yang ditunjukkan pada Gambar 7:



Gambar 7. *Activity Diagram* Campaign

Gambar 7 merupakan form campaign yang menampilkan camfaign dari influencer metafor. Tampilan ini menerangkan bahwa Aktivitas yang dilakukan oleh admin pada pengolahan data camfaign adalah menentukan camfaign dan kemudian bisa akses tambah, edit dan hapus. Button tambah

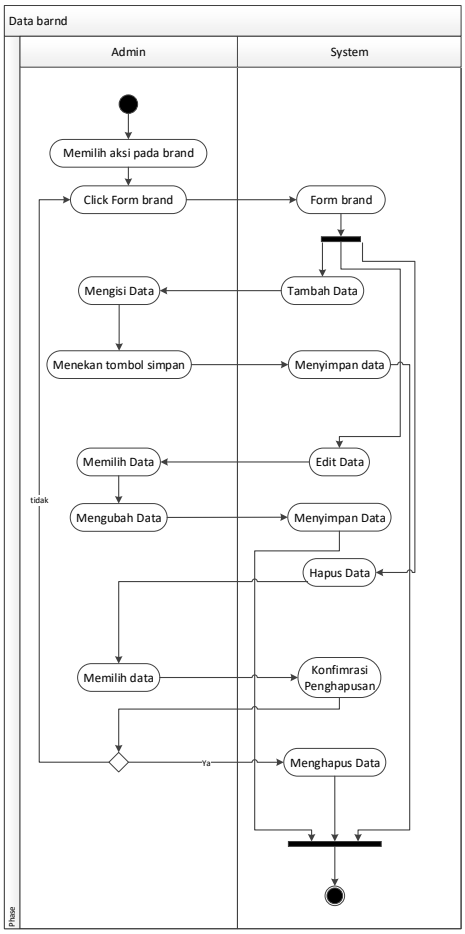
SmartAI
JOURNAL

SmartAI | E-ISSN 2828-1144
Vol. 2 No. 2 – April 2023, pp: 84-98
https://ejournal.abivasi.id/index.php/SmartAI
Publishing: Yayasan Adwitiya Basurata Inovasi

berfungsi untuk menambah data camfaign, Button edit berfungsi untuk mengubah data camfaign yang telah diinput dan Button hapus berfungsi untuk menghapus data camfaign.

5) Activity Diagram Brand

Aktivitas yang dilakukan oleh Admin pada pengolahan brand dapat diterangkan dengan langkah-langkah *state* berikut, yang ditunjukkan pada Gambar 8:



Gambar 8. *Activity Diagram* Brand

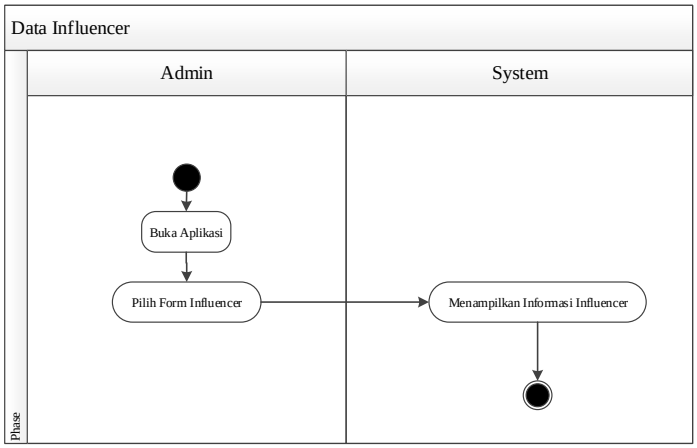
Gambar 8 merupakan form brand yang menampilkan brand yang akan di pasarkan oleh influencer dari aplikasi yang di rancang seperti JNE, brand produk. Tampilan ini brand menerangkan bahwa Aktivitas yang dilakukan oleh admin pada pengolahan data brand adalah menentukan camfaign dan kemudian bisa akses tambah, edit dan hapus. Button tambah berfungsi untuk menambah data brand, Button edit berfungsi untuk mengubah data brand yang telah diinput dan Button hapus berfungsi untuk menghapus data brand.

6) Activity Diagram Influencer

Aktivitas yang dilakukan oleh Admin pada pengolahan influencer dapat diterangkan dengan langkah-langkah *state* berikut, yang ditunjukkan pada Gambar 9:

SmartAI
JOURNAL

SmartAI | E-ISSN 2828-1144
Vol. 2 No. 2 – April 2023, pp: 84-98
https://ejournal.abivasi.id/index.php/SmartAI
Publishing: Yayasan Adwitiya Basurata Inovasi

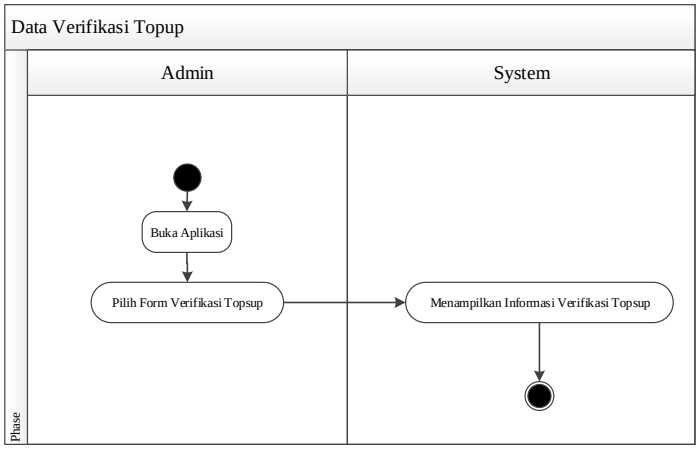


Gambar 9. *Activity Diagram* Influencer

Gambar 9 merupakan form influencer yang menampilkan rekapan influencer yang telah mendaftarkan dalam proses pemasaran produk, data influencer terdiri dari Id_influencer, Nama_influencer, Handphone, Pasword, Provinsi, Foto, Instagram, Youtube, Tiktok, Saldo, Bank dan No_rek.

7) Activity Diagram Verifikasi Topup

Aktivitas yang dilakukan oleh Admin pada pengolahan verifikasi topup dapat diterangkan dengan langkah-langkah *state* berikut, yang ditunjukkan pada Gambar 10:



Gambar 10. *Activity Diagram* Verifikasi Topup

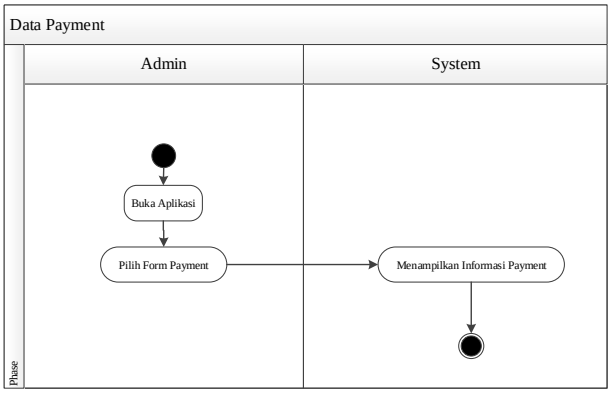
Gambar 10 merupakan form verifikasi topup yang menampilkan aktifitas dari admin untuk melakukan validasi dana yang akan diterima, dan akan menampilkan infomasi verifikasi top dana yang masuk dalam aplikasi.

8) Activity Diagram Rekening bank

Aktivitas yang dilakukan oleh Admin pada pengolahan rekenik bank dapat diterangkan dengan langkah-langkah *state* berikut, yang ditunjukkan pada Gambar 11:

SmartAI
JOURNAL

SmartAI | E-ISSN 2828-1144
Vol. 2 No. 2 – April 2023, pp: 84-98
https://ejournal.abivasi.id/index.php/SmartAI
Publishing: Yayasan Adwitiya Basurata Inovasi

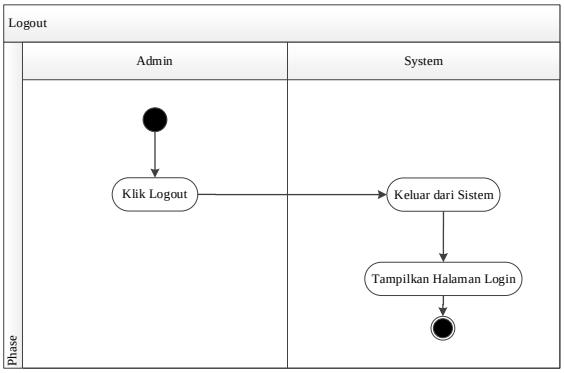


Gambar 11. *Activity Diagram* Rekening bank

Gambar 11 merupakan form rekening bank yang menampilkan rekapan influencer yang telah mendaftarkan dalam proses pemasaran produk, data influencer terdiri dari Id_influencer, Nama_influencer, Handphone, Pasword, Provinsi, Foto, Instagram, Youtube, Tiktok, Saldo, Bank dan No_rek.

9) Activity Diagram Logout

Aktivitas yang dilakukan untuk *Logout* dari sistem dapat diterangkan pada Gambar 12 :



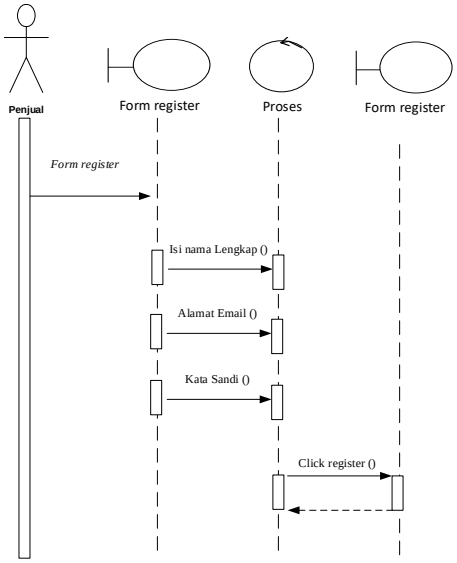
Gambar 12. *Activity Diagram Logout*

10) Sequence Diagram Register

Sequence diagram registrasi berfungsi untuk menampilkan masing-masing aktifitas dari fom registrasi dalam mendaftar akun dari pengguna, yaitu proses dari penginputan username dan password untuk masuk ke dalam sistem. Form registrasi berhubungan dan berelasi dengan tabel login. Serangkaian kegiatan *register* yang dilakukan oleh pengguna dapat ditunjukkan pada Gambar 13

SmartAI
JOURNAL

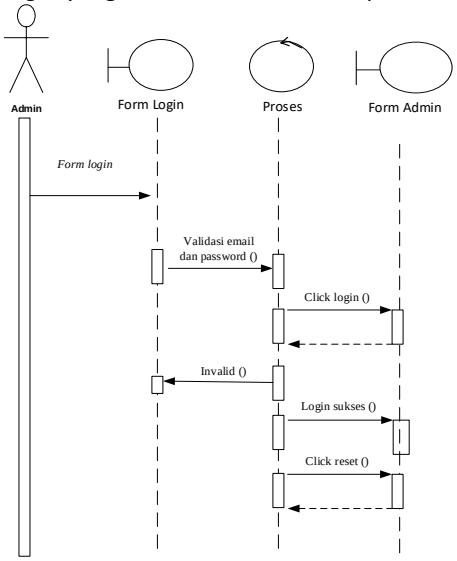
SmartAI | E-ISSN 2828-1144
Vol. 2 No. 2 – April 2023, pp: 84-98
https://ejournal.abivasi.id/index.php/SmartAI
Publishing: Yayasan Adwitiya Basurata Inovasi



Gambar 13. *Sequence Diagram Register*

11) Sequence Diagram Login

Serangkaian kegiatan *login* yang dilakukan oleh user dapat ditunjukkan pada Gambar 14:



Gambar 14. *Sequence Diagram Login*

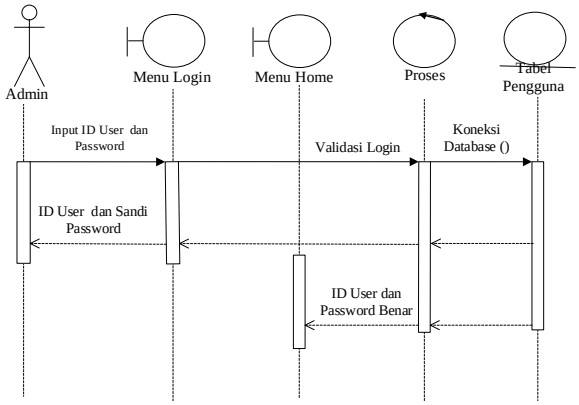
Sequence diagram login berfungsi untuk menampilkan masing-masing aktifitas dari fom login, yaitu proses dari penginputan username dan password untuk masuk ke dalam sistem. Form login berhubungan dan berelasi dengan tabel login.

12) Sequence Diagram Home

Serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh Admin pada *form home* dapat diterangkan dengan langkah-langkah *state* berikut, yang ditunjukkan pada Gambar 15 :

SmartAI
JOURNAL

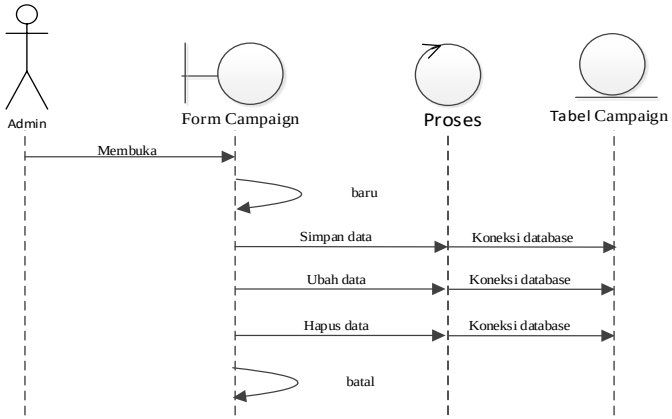
SmartAI | E-ISSN 2828-1144
Vol. 2 No. 2 – April 2023, pp: 84-98
https://ejournal.abivasi.id/index.php/SmartAI
Publishing: Yayasan Adwitiya Basurata Inovasi



Gambar 15. *Sequence Diagram Form Home*

13) Sequence Diagram Campaign

Kinerja sistem yang dilakukan oleh Admin pada pengolahan campaign dapat diterangkan dengan langkah-langkah *state* berikut, yang ditunjukkan pada Gambar 16:



Gambar 17. *Sequence Diagram* Campaign

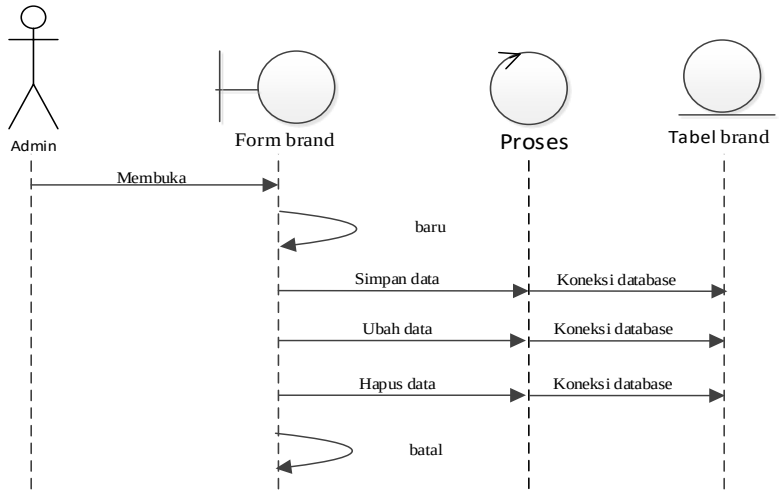
Sequence Diagram campaign berfungsi untuk menampilkan relasi dari form campaign dan cara kerja dari form campaign, bahwasannya form galeri berhubungan dengan tabel campaign. Form campaign menampilkan detail campaign dalam aplikasi influencer metafora.

14) Sequence Diagram Brand

Sequence Diagram brand berfungsi untuk menampilkan relasi dari form brand dan cara kerja dari form brand, bahwasannya form brand berhubungan dengan tabel brand. Form brand menampilkan detail brand dalam aplikasi influencer metafora. Kinerja sistem yang dilakukan oleh Admin pada pengolahan brand/ binis dapat diterangkan dengan langkah-langkah *state* berikut, yang ditunjukkan pada Gambar 18 :

SmartAI
JOURNAL

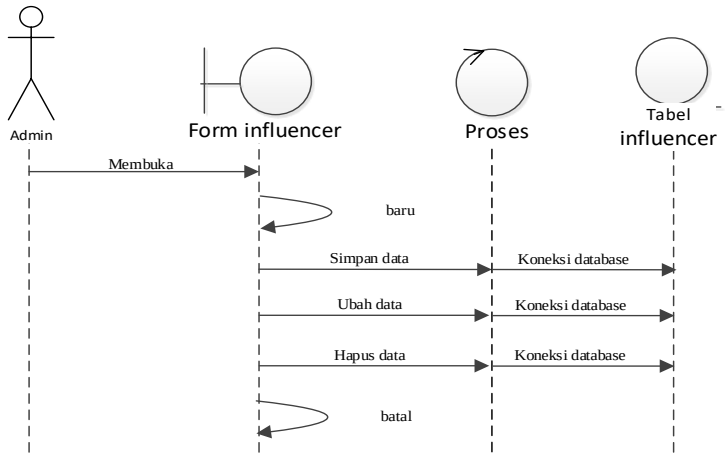
SmartAI | E-ISSN 2828-1144
Vol. 2 No. 2 – April 2023, pp: 84-98
https://ejournal.abivasi.id/index.php/SmartAI
Publishing: Yayasan Adwitiya Basurata Inovasi



Gambar 18. *Sequence Diagram* Brand

15) Sequence Diagram Influencer

Kinerja sistem yang dilakukan oleh Admin pada pengolahan influencer dapat diterangkan dengan langkah-langkah *state* berikut, yang ditunjukkan pada Gambar 19.



Gambar 19. *Sequence Diagram* Influencer

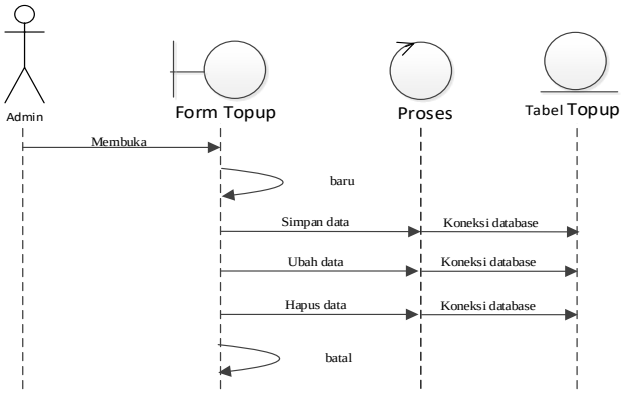
Sequence Diagram influencer berfungsi untuk menampilkan relasi dari form influencer dan cara kerja dari form influencer, bahwasannya form influencer berhubungan dengan tabel influencer. Form influencer menampilkan detail influencer dalam aplikasi influencer metafora.

16) Sequence Diagram verifikasi Topup

Kinerja sistem yang dilakukan oleh Admin pada pengolahan verifikasi topup dapat diterangkan dengan langkah-langkah *state* berikut, yang ditunjukkan pada Gambar 20:

SmartAI
JOURNAL

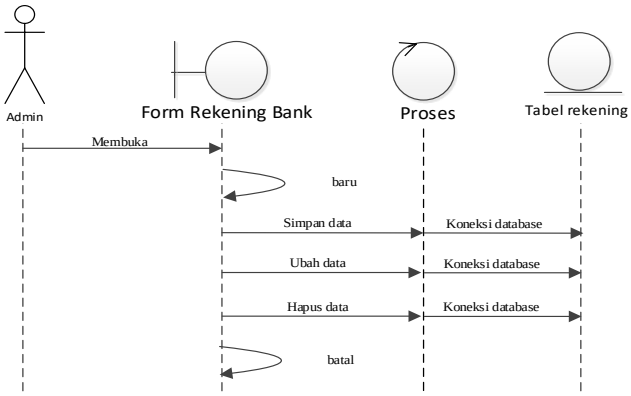
SmartAI | E-ISSN 2828-1144
Vol. 2 No. 2 – April 2023, pp: 84-98
https://ejournal.abivasi.id/index.php/SmartAI
Publishing: Yayasan Adwitiya Basurata Inovasi



Gambar 20. *Sequence Diagram* Verifikasi Topup

17) Sequence Diagram rekening bank

Kinerja sistem yang dilakukan oleh Admin pada pengolahan rekening bank dapat diterangkan dengan langkah-langkah *state* berikut, yang ditunjukkan pada Gambar 21:

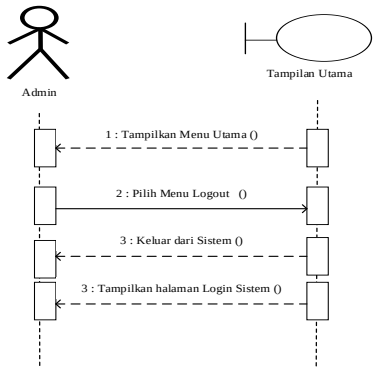


Gambar 21. *Sequence Diagram* Rekening Bank

Sequence Diagram pembayaran berfungsi untuk menampilkan relasi dari form pembayaran dan cara kerja dari form pembayaran, bahwasannya form pembayaran berhubungan dengan tabel pembayaran. Form pembayaran menampilkan hasil pembayaran dari pesanan dari user.

18) Sequence Diagram Logout

Serangkaian kinerja sistem yang dilakukan dalam *Logout* dari sistem dapat diterangkan pada Gambar 22 :



Gambar 22. *Sequence Diagram Logout*

SmartAI | E-ISSN 2828-1144
Vol. 2 No. 2 – April 2023, pp: 84-98
https://ejournal.abivasi.id/index.php/SmartAI
Publishing: Yayasan Adwitiya Basurata Inovasi

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan selama membuat aplikasi ini, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan bahwa dengan membangun aplikasi Influencer Marketing dapat memudahkan menemukan influencer dalam memasarkan suatu brand. Dengan adanya aplikasi ini dapat membantu pihak rand untuk membuka campaign baru dan melakukan transaksi lebih cepat dan efektif. Dengan menggunakan APK Mobile berbasis Android untuk memperoleh Influencer Marketing (Metafor).

PERNYATAAN PENGHARGAAN

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Universitas Potensi Utama yang telah banyak memberikan masukkan dan saran dalam penyelesaian penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Andrean, M., Saputra, E., & Sugiarso, T. (2019). *Perancangan Dan Implementasi Sistem Informasi E-Marketplace Untuk Katering*. *Jurnal Teknologi Informasi*, *3*(2), 16.

[2] Arindita, R. (2019). Personal Branding Mom-Influencer dan Representasi Ibu Millenial di Media Sosial. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, *18*(1), 11-24.

[3] Astria Firman, 2016, *Sistem Informasi Perpustakaan Online Berbasis Web*, E-journal Teknik Elektro dan Komputer, UNSRAT, , ISSN 2301-8402, Vol.5 no.2 Januari-Maret 2016

[4] Athaya, F. H. (2021). Memahami Influencer Marketing: Kajian Literatur Dalam Variabel Penting Bagi Influencer. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, *3*(2), 334-349.

[5] BAIQ SARIFA, W. A. H. I. D. A. (2023). *Pelaksanaan Perjanjian Kerjasama Promosi Antara Influencer Dengan Brand (Studi di Kota Selong, Lombok Timur)* (Doctoral dissertation, Universitas Mataram).

[6] Fachriyan, H. A., & Wijaya, I. P. E. (2019). *Aplikasi Model E-Marketplace Dalam E-Agribusiness. MEDIAGRO*, *14*(01).

[7] Fergiawan Listianto, 2019, *Aplikasi E-Commerce Berbasis Web Mobile Pada Industri Konveksi Seragam Drumband Di Pekon Klaten Gadingrejo Kabupaten Pringsewu*, Jurnal TAM (Technology Acceptance Model), STMIK Pringsewu, ISSN : 2339-1103, -ISSN : 2579-4221, Volume 8, Nomor 2, Desember 2019

[8] Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh influencer marketing sebagai strategi pemasaran digital era moderen (Sebuah studi literatur). *Eksekutif*, *15*(1), 133-146.

[9] Janiver W. Janis, 2020, *Rancang Bangun Aplikasi Online Sistem Pemesanan Jasa Tukang Bangunan Berbasis Lokasi, Jurnal Teknik Informatika, Universitas Sam Ratulangi Manado*, p-ISSN e-ISSN : 2685-6131, Vol 15 No. 1 Januari-Maret 2020, hal.1-12