

Nur Randi

nurrandi@gmail.com

Abstrak: Pemasaran minangka salah sawijining kegiatan sing kudu ditindakake perusahaan, perusahaan jasa lan barang, supaya bisa njaga kelangsungan bisnis. Nanging, sajrone pandemi, marketing ngalami penurunan drastis supaya bisa tetep ngambang ing perusahaan, sing bisa ditindakake kanthi macem-macem cara; ing jaman modern, akeh pangembangan marketing, kalebu marketing langsung, ditindakake. Pemasaran katalog, telemarketing, pemasaran online, lan pemasaran kios iku kabeh wujud pemasaran langsung. Tujuan saka panliten iki yaiku kanggo nemtokake pengaruhé metode pemasaran langsung perusahaan. Adhedhasar temuan riset kasebut, bisa disimpulake yen pemasaran langsung minangka komponen penting saka strategi promosi.

Kata Kunci: Konsep digital marketing, Algoritma, Branding, Assessment

REFERENCE

- Ari Setyaningrum J.U, 2015. Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran: Yogyakarta
- Fajar, M.N.(201. Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Meningkatkan Daya Saing KUMKM. Materi Workshop Microsoft Tech Days. Jakarta. Gangeshwer, D.K. 2013. E-Commerce or Internet Market
- Fajri, C., Rahman, Y. T., & Wahyudi, W. (202. MEMBANGUN KINERJA MELALUI LINGKUNGAN KONDUSIF, PEMBERIAN MOTIVASI DAN PROPORSIONAL BEBAN KERJA. SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business, 4(, 211-220.
- Hanartan, Ranny (201. Penerapan strategi promosi melalui sistem telemarketing (Study kasus Pameran Bandung INAFAC). Politeknik Negeri Jakarta: Jakarta . Ekonomi dan Bisnis Vol 17 No 2 : 98-103
- Harras, H., Sugiarti, E., & Wahyudi, W. (2020). Kajian Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Mahasiswa.
- Kartolo, R., & Sugiyanto, S. (201. Effect Profitabilitas Dan Pajak Terhadap Keputusan Pendanaan Dengan Growth Sebagai Variabel Moderating.
- Kolter, Philip & Garry Armstrong(201 Principles of marketing 15Eth: New Jersey: Pearson Prentice Hall