ABSTRAK

Ayu Khamidatun Amalia (1720310215). Analisis Promosi *Online* Melalui Media *WhatsApp* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Lutiyyut Olshop Jepara dalam Perspektif Manajemen Syari'ah

Lutiyyut Olshop merupakan sebuah usaha dagang yang menerapkan strategi promosi *online* dalam menjual barang atau produknya. Dimana terdapat berbagai macam produk atau barang yang dijual, mulai dari pakaian dewasa sampai anak-anak, jilbab, sepatu, sandal dan lain sebagainya. Promosi *online* yang dilakukan diberbagai media sosial seperti *Instagram*, *facebook*, *shopee*, dan juga *WhatsApp*.

Media sosial yang lebih digunakan untuk melakukan promosi *online* di Lutiyyut Olshop ini yaitu *WhatsApp*. Dengan banyaknya pilihan fitur yang diberikan pada aplikasi ini membuat owner lebih menekankan kegiatan transaksi jual beli dengan konsumen menggunakan sosial media *WhatsApp*. Dalam melakukan promosi *online WhatsApp* ini Lutiyyut Olshop menggunakan *status* dan *group WhatsApp*.

Pengaruh dari promosi *online* dari *WhatsApp* bagi keputusan pembelian konsumen yang dapat mempengaruhi keberlangsungan usaha Lutiyyut Olshop melalui *status / story* dan *group WhatsApp* yaitu dengan mudahnya *reseller* dan konsumen yang berada di kontak telepon maupun dalam satu *group* dapat mengetahui secara cepat berbagai informasi produk yang dijual.

Perilaku konsumen pada Lutiyyut Olshop sesuai dengan manajemen syariah dimana menggunakan prinsip *mudharabah*. Dimana prinsip tersebut konsumen melakukan kerjasama untuk menjadi pelanggan atau *reseller* yang dapat menjual ulang produk dari Lutiyyut Olshop.

Kata Kunci: Strategi Promosi *Online WhatsApp*, Keputusan Pembelian Konsumen, Keputusan Pembelian dalam Perspektif Manajemen Syariah