

**PENGEMBANGAN MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN BERBASIS
WEBSITE PRODUK TEACHING FACTORY DI SMKN 1 CIBADAK**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan Program Studi
Pendidikan Teknologi Agroindustri



Oleh :

DEWI INDAH LARASATI

1505581

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNOLOGI AGROINDUSTRI
FAKULTAS PENDIDIKAN TEKNOLOGI DAN KEJURUAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2020**

**PENGEMBANGAN MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN BERBASIS
WEBSITE PRODUK TEACHING FACTORY DI SMKN 1 CIBADAK**

**Oleh :
DEWI INDAH LARASATI
1505581**

Skripsi yang diajukan untuk
Memenuhi sebagai syarat memperoleh gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Pendidikan Teknologi dan Kejuruan

© Dewi Indah Larasati
Universitas Pendidikan Indonesia 2020
LEMBAR PENGESAHAN DAN PERSETUJUAN

**LEMBAR PENGESAHAN DAN PERSETUJUAN
SKRIPSI**

**PENGEMBANGAN MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN BERBASIS *WEBSITE*
PRODUK TEACHING FACTORY DI SMKN 1 CIBADAK**

Disetujui dan Disahkan Oleh :

Dosen Pembimbing I



Dr. Yatti Sugiarti, M.P.
NIP. 196312071993032001

Dosen Pembimbing II



Shinta Maharani, S.TP., M.Sc.
NIP. 198903302015042002

Mengetahui,
Ketua Program Studi Pendidikan Teknologi Agroindustri
Fakultas Pendidikan Teknologi dan Kejuruan
Universitas Pendidikan Indonesia



Dr. Yatti Sugiarti, M.P.
NIP. 196312071993032001

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengembangan Media Komunikasi Pemasaran Berbasis *Website* Produk Teaching Factory Di SMKN 1 Cibadak” ini beserta seluruh isinya adalah benarbenar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau diklaim oleh pihak lain terhadap keaslian karya ini.

Bandung, Agustus 2020
Yang membuat pernyataan,

Dewi Indah Larasati
NIM. 1505581

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT karena atas berkah, rahmat, dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengembangan Media Komunikasi Pemasaran Berbasis Website Produk Teaching Factory di SMKN 1 Cibadak”. Skripsi ini disusun dan diajukan untuk memenuhi dan melengkapi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan Program Studi Pendidikan Teknologi Agroindustri, Universitas Pendidikan Indonesia.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, saran dan masukan yang bersifat membangun dibutuhkan untuk perbaikan skripsi ini dan kemajuan pendidikan dimasa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua yang membacanya. Terima kasih.

Bandung, Agustus 2020

Penulis

UCAPAN TERIMAKASIH

Segala puji bagi Allah SWT karena atas berkah, rahmat, dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengembangan Media Komunikasi Pemasaran Berbasis Website Produk Teaching Factory di SMKN 1 Cibadak ”. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari semangat, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberi dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih penulis ucapkan kepada:

1. Dr. Yatti Sugiarti, M.P., sebagai Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya, memberikan arahan dan bimbingan, serta sebagai Ketua Program Studi Pendidikan Teknologi Agroindustri yang telah memberikan izin dan dukungan kepada penulis.
2. Shinta Maharani, S.TP., M.Sc., sebagai Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya, memberikan arahan dan bimbingan, serta senantiasa memberikan motivasi selama penyusunan skripsi ini.
3. Dewi Nur Azizah, S.TP., M.P, sebagai dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran dan masukan yang bermanfaat untuk penyempurnaan skripsi ini.
4. Drs. Juanda, M.Si sebagai Kepala Sekolah, Chaidir S, S.TP.,M.MPd sebagai Ketua program studi Teknologi Pengolahan Hasil Pertanian dan Omit Sumitra, S.P selaku ketua Teaching Factory di SMK Negeri 1 Cibadak yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian di SMK Negeri 1 Cibadak.
5. Vicky Novrizal, S.Ikom, selaku validator ahli pemasaran yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan sehingga skripsi ini dapat terlaksana sesuai harapan.
6. Alfian Al Ayubi S.Kom, selaku validator ahli media yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan sehingga skripsi ini dapat terlaksana sesuai harapan.

7. Seluruh Dosen Program Studi Pendidikan Teknologi Agroindustri FPTK UPI atas segala ilmu dan bimbingan yang diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan.
8. Seluruh staff administrasi Program Studi Pendidikan Teknologi Agroindustri FPTK UPI.
9. Kedua orang tua terkasih dan adik yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan, baik moral dan materil, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan penuh semangat.
10. Teman-teman terdekat seperjuangan yaitu Susanna Noviana, Nadya Bella, Sabila Nur amalia, Nita Septa Dila, M. Zainul Arifin yang selalu menjadi tempat saling berbagi senang dan susah, semangat, motivasi, saran dan masukan kepada penulis agar tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
11. Keluarga besar Agroindustri 2015 yang selalu memberikan dukungan dan motivasi dalam penulisan skripsi ini.
12. Seluruh pihak yang telah membantu penulis selama penulisan skripsi yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang telah ikhlas membantu penulis dalam menyelesaikan pendidikan ini. Semoga Tuhan membalas segala kebaikannya. Amin.

Bandung, Agustus 2020

Penulis

**PENGEMBANGAN MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN
BERBASIS WEBSITE PRODUK TEACHING FACTORY
DI SMKN 1 CIBADAK**

Dewi Indah Larasati (1505581)

ABSTRAK

SMKN 1 Cibadak merupakan salah satu sekolah menengah kejuruan yang menerapkan pembelajaran *teaching factory* dengan membangun empat miniatur industri. Hasil produk *teaching factory* yang dihasilkan siswa memiliki jangkauan pasar dengan media komunikasi yang terbatas, sehingga diperlukan media komunikasi pemasaran berbasis website. *Website* merupakan salah satu media pemasaran yang dapat digunakan untuk memasarkan produk dan memberikan informasi menarik dengan berupa teks foto dan video mengenai produk *teaching factory*. Media komunikasi pemasaran berbasis website dikembangkan menggunakan aplikasi system pendukung seperti PHP (*Personal Home Halaman*) dan MySQL. Tujuan penelitian ini adalah: (1) Mengetahui tahapan pengembangan media pemasaran berbasis *website* jual beli produk *teaching factory* menggunakan *PHP Apache MySQL*, (2) Mengetahui kelayakan pengembangan media pemasaran *teaching factory* berbasis *website*, (3) Mengetahui respon pengguna terhadap media pemasaran *teaching factory* berbasis *website* jual beli produk *teaching factory* di SMKN 1 Cibadak. Pengembangan media pembelajaran ini menggunakan metode waterfall, tahapannya meliputi *Requirement Analyst, System Design, Implementation, Integration and Testing, Deployment of System*. Hasil penelitian ini menunjukkan media komunikasi pemasaran berbasis website dinyatakan ‘Sangat Layak’ oleh ahli media, dinyatakan ‘Layak’ oleh ahli pemasaran, serta dinyatakan ‘Sangat Layak’ berdasarkan respon pengguna media komunikasi pemasaran. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa media komunikasi pemasaran berbasis website untuk produk *teaching factory* layak untuk digunakan pada kegiatan *marketing promotion*.

Kata kunci: Media komunikasi pemasaran, Website, *PHP Apache MySQL*, *Teaching factory*

**DEVELOPMENT OF MARKETING COMMUNICATION MEDIA
BASED ON WEBSITE TEACHING FACTORY PRODUCTS
IN SMKN 1 CIBADAK**

Dewi Indah Larasati (1505581)

ABSTRACT

SMKN 1 Cibadak is one of the vocational high schools that applies teaching factory learning by building four industrial miniatures. The result of teaching factory products produced by students has a limited market reach with communication media. Website-based marketing communication media is one of the marketing media that can be used to market products and provide interesting information in the form of text, photos and videos about teaching factory products. Website-based marketing communication media are developed using supporting system applications such as PHP (Personal Home Halaman) and MySQL. The objectives of this study are: (1) Knowing the development stages of marketing media based on website buying and selling teaching factory products using PHP Apache MySQL, (2) Knowing the feasibility of developing marketing media for teaching factory based websites, (3) Knowing user responses to teaching marketing media factory based website buying and selling teaching factory products at SMKN 1 Cibadak. The development of this learning media uses the waterfall method, the stages include Requirement Analyzer, System Design, Implementation, Integration and Testing, Deployment of System. The results of this research show that web-based marketing communication media are declared "Very Appropriate" by media experts, declared "Feasible" by marketing experts, and declared "Very Appropriate" based on user responses of marketing communication media users. Overall, it can be concluded that the website-based marketing communication media for teaching factory products are feasible to be used in marketing promotion activities

Keywords: *Marketing communication media, website, PHP Apache MySQL teaching factory*

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	3
DAFTAR GAMBAR	5
DAFTAR LAMPIRAN.....	7
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Identifikasi Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Rumusan Masalah Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.5 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.6 Stuktur Organisasi	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 <i>Teaching Factory</i> di SMKN 1 Cibadak ...	Error! Bookmark not defined.
2.2 Standar Pelaksanaan <i>Teaching Factory</i> ...	Error! Bookmark not defined.
2.3 Komunikasi pada <i>Marketing</i> -Promosi	Error! Bookmark not defined.
2.4 Media Komunikasi Pemasaran Berbasis <i>Website</i> Error! Bookmark not defined.	Error! Bookmark not defined.
2.5 Aplikasi Perangkat Lunak Pembuatan <i>Website</i> Error! Bookmark not defined.	Error! Bookmark not defined.
2.6 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.7 Posisi Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODELOGI PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Metode Penelitian	<u>33</u>
3.2 Partisipan.....	<u>33</u>
3.3 Populasi dan Sample	<u>34</u>
3.4 Desain Penelitian	<u>35</u>
3.5 Instrumen Penelitian	<u>38</u>
3.5.1 Aspek Perangkat Lunak.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.2 Aspek Media Komunikasi Pemasaran. Error! Bookmark not defined.	Error! Bookmark not defined.
3.6 Analisis Data.....	<u>45</u>
3.6.1 Analisis Data Lembar Validasi	Error! Bookmark not defined.

BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Analisis Kebutuhan (<i>Requirement Analysis</i>)	Error! Bookmark not defined.
4.2 Desain Sistem (System Design)	Error! Bookmark not defined.
4.3 Implementasi (<i>Implementation</i>)	Error! Bookmark not defined.
4.4 Integrasi dan Pengujian (<i>Integration and Testing</i>)	Error! Bookmark not defined.
4.5 Penyebaran Sistem (<i>Deployment of System</i>)	Error! Bookmark not defined.
4.6 Perawatan (<i>Maintenance</i>)	Error! Bookmark not defined.
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI	Error! Bookmark not defined.
5.1 Simpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2 Implikasi	Error! Bookmark not defined.
5.3 Rekomendasi	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	8
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Standar Pelaksanaan <i>Teaching factory</i>	16
Tabel 2.2 Hubungan 4P dengan 4C	20
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1. Instrumen Pengujian <i>Blackbox</i>	40
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Instrumen Validasi Ahli Media	42
Tabel 3.3 Kisi-kisi Instrumen Validasi Ahli Pemasaran.....	43
Tabel 3.4 Kisi-Kisi Kuisisioner Pengujian Respon Pengguna Media Pemasaran	45
Tabel 3.5 Skala Likert	46
Tabel 3.6 Interpretasi Kelayakan Media Pemasaran <i>Website Teaching Factory</i>	47
Tabel 3.7 Kriteria Interpretasi Kuesioner Tanggapan Mahasiswa	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.1 Spesifikasi Perangkat Keras.....	49
Tabel 4.2 Informasi Produk <i>Teaching factory</i>	50
Tabel 4.3 Informasi Sosial Media	63
Tabel 4.4 Informasi Cara Pemesanan	63
Tabel 4.5 Informasi Pilihan Pengiriman	64
Tabel 4.6 <i>Story Board</i> Media Pemasaran Berbasis <i>Website</i>	67
Tabel 4.7 Hasil Pengujian <i>Black Box</i>	83
Tabel 4.8 Tampilan Implementasi Produk pada <i>Halaman</i> Beranda.....	85
Tabel 4.9 Tampilan Implementasi Produk pada <i>Halaman</i> Masuk	89
Tabel 4.10 Tampilan Implementasi Produk pada <i>Halaman</i> Pendaftaran	90
Tabel 4.11 Tampilan Implementasi Produk pada <i>Halaman</i> Tentang <i>Teaching Factory</i>	91
Tabel 4.12 Tampilan Implementasi Produk pada <i>Halaman</i> Pencarian	92
Tabel 4.13 Tampilan Implementasi Produk pada <i>Halaman</i> Produk Makanan	93
Tabel 4.14 Tampilan Implementasi Produk pada <i>Halaman</i> Produk Minuman.....	94
Tabel 4.15 Tampilan Implementasi Produk pada <i>Halaman</i> Keranjang Belanja.....	95
Tabel 4.16 Tampilan Implementasi Produk pada <i>Halaman</i> Jumlah Pemesanan	96
Tabel 4.17 Tampilan Implementasi Produk pada <i>Halaman</i> Pembayaran.....	97
Tabel 4.18 Tampilan Implementasi Produk pada <i>Halaman</i> Pembayaran Pesanan	98
Tabel 4.19 Tampilan Implementasi Produk pada <i>Halaman</i> Konfirmasi Pembayaran	99
Tabel 4.20 Tampilan Implementasi Produk pada <i>Halaman</i> Pesanan Saya.....	100
Tabel 4.21 Tampilan Implementasi Produk pada <i>Halaman</i> Biaya Pengiriman	101
Tabel 4.22 Tampilan Implementasi Produk pada <i>Halaman</i> Kontak	102
Tabel 4.23 Tampilan Implementasi Produk pada <i>Halaman</i> Daftar Pesanan	103

Tabel 4.24 Tampilan Implementasi Produk pada <i>Halaman</i> Data Produk	104
Tabel 4.25 Tampilan Implementasi Produk pada <i>Halaman Input</i> Produk	105
Tabel 4.26 Tampilan Implementasi Produk pada <i>Halaman</i> Jumlah Pengunjung <i>Website</i>	106
Tabel 4.27 Data dan Analisis Hasil Validasi Ahli Media	111
Tabel 4.28 Saran Ahli Media	114
Tabel 4.29 Hasil Revisi Ahli Media Berdasarkan Aspek <i>Functionally</i>	116
Tabel 4.30 Hasil Revisi Ahli Media Berdasarkan Keseluruhan Aspek	118
Tabel 4.31 Data dan Analisis Hasil Validasi Ahli Pemasaran	120
Tabel 4.32 Data dan Analisis Pengujian kepada Responden	129
Tabel 4.33 Tanggapan Responden.....	131
Tabel 4.34 Perbaikan Media Pemasaran Berbasis <i>Website</i>	138

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Metode Waterfall	31
Gambar 4.1 Tampilan <i>Slide Show</i> pada <i>Halaman Beranda</i> pada <i>Desktop</i>	85
Gambar 4.2 Tampilan <i>Slide Show</i> pada <i>Halaman Beranda</i> pada <i>Mobile</i>	85
Gambar 4.3 Tampilan Informasi Produk <i>Teaching Factory</i> pada <i>Desktop</i>	86
Gambar 4.4 Tampilan Informasi Produk <i>Teaching Factory</i> pada <i>Mobile</i>	86
Gambar 4.5 Tampilan Deskripsi Produk pada <i>Desktop</i>	87
Gambar 4.6 Tampilan Deskripsi Produk pada <i>Mobile</i>	87
Gambar 4.7 Tampilan <i>Footer</i> pada <i>Desktop</i>	88
Gambar 4.8 Tampilan <i>Footer</i> pada <i>Mobile</i>	88
Gambar 4.9 Tampilan <i>Halaman Masuk</i> pada <i>Desktop</i>	89
Gambar 4.10 Tampilan <i>Halaman Masuk</i> pada <i>Mobile</i>	89
Gambar 4.11 Tampilan <i>Halaman Pendaftaran</i> pada <i>Desktop</i>	90
Gambar 4.12 Tampilan <i>Halaman Pendaftaran</i> pada <i>Mobile</i>	90
Gambar 4.13 Tampilan <i>Halaman Tentang Teaching Factory</i> pada <i>Desktop</i>	91
Gambar 4.14 Tampilan <i>Halaman Tentang Teaching Factory</i> pada <i>Mobile</i>	91
Gambar 4.15 Tampilan <i>Halaman Pencarian</i> pada <i>Desktop</i>	92
Gambar 4.16 Tampilan <i>Halaman Pencarian</i> pada <i>Mobile</i>	92
Gambar 4.17 Tampilan <i>Halaman Produk Makanan</i> pada <i>Desktop</i>	93
Gambar 4.18 Tampilan <i>Halaman Produk Makanan</i> pada <i>Mobile</i>	93
Gambar 4.19 Tampilan <i>Halaman Produk Minuman</i> pada <i>Desktop</i>	94
Gambar 4.20 Tampilan <i>Halaman Produk Minuman</i> pada <i>Mobile</i>	94
Gambar 4.21 Tampilan <i>Halaman Keranjang Belanja</i> pada <i>Desktop</i>	95
Gambar 4.22 Tampilan <i>Halaman Keranjang Belanja</i> pada <i>Mobile</i>	95
Gambar 4.23 Tampilan <i>Halaman Jumlah Pesanan di Keranjang Belanja</i> pada <i>Desktop</i>	96
Gambar 4.24 Tampilan <i>Halaman Jumlah Pesanan di Keranjang Belanja</i> pada <i>Mobile</i>	96
Gambar 4.25 Tampilan <i>Halaman Ringkasan Pesanan</i> pada <i>Desktop</i>	97
Gambar 4.26 Tampilan <i>Halaman Ringkasan Pesanan</i> pada <i>Mobile</i>	97
Gambar 4.27 Tampilan <i>Halaman Pembayaran Pesanan</i> pada <i>Desktop</i>	98
Gambar 4.28 Tampilan <i>Halaman Pembayaran Pesanan</i> pada <i>Mobile</i>	98
Gambar 4.29 Tampilan <i>Halaman Konfirmasi Pembayaran</i> pada <i>Desktop</i>	99

Gambar 4.30 Tampilan <i>Halaman</i> Konfirmasi Pembayaran pada <i>Mobile</i>	99
Gambar 4.31 Tampilan <i>Halaman</i> Pesanan Saya pada <i>Desktop</i>	100
Gambar 4.32 Tampilan <i>Halaman</i> Pesanan Saya pada <i>Mobile</i>	100
Gambar 4.33 Tampilan <i>Halaman</i> Biaya Pengiriman pada <i>Desktop</i>	101
Gambar 4.34 Tampilan <i>Halaman</i> Biaya Pengiriman pada <i>Mobile</i>	101
Gambar 4.35 Tampilan <i>Halaman</i> Kontak dan Media Sosial pada <i>Desktop</i>	102
Gambar 4.36 Tampilan <i>Halaman</i> Kontak dan Media Sosial pada <i>Mobile</i>	102
Gambar 4.37 Tampilan <i>Halaman</i> Data Pemesanan pada <i>Desktop</i>	103
Gambar 4.38 Tampilan <i>Halaman</i> Data Pemesanan pada <i>Mobile</i>	103
Gambar 4.39 Tampilan <i>Halaman</i> Data Produk pada <i>Desktop</i>	104
Gambar 4.40 Tampilan <i>Halaman</i> Data Produk pada <i>Mobile</i>	104
Gambar 4.41 Tampilan <i>Halaman</i> Tambah Produk pada <i>Desktop</i>	105
Gambar 4.42 Tampilan <i>Halaman</i> Tambah Produk pada <i>Mobile</i>	105
Gambar 4.43 Tampilan <i>Halaman</i> Jumlah Pengunjung <i>Website</i> pada <i>Desktop</i>	106
Gambar 4.44 Tampilan <i>Halaman</i> Jumlah Pengunjung <i>Website</i> pada <i>Mobile</i>	106
Gambar 4.45 Hasil Validasi Ahli Media.....	125
Gambar 4.46 Hasil Validasi Ahli Pemasaran.....	127
Gambar 4.47 Hasil Pengujian Respon Pengguna Media Pemasaran.....	133
Gambar 4.48 Tanggapan Responden	135

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Angket Penilaian Validasi Ahli Media.....	150
Lampiran 2. Angket Penilaian Validasi Ahli Pemasaran.....	153
Lampiran 3. Instrumen Pengujian Responden Pengguna <i>Website</i>	156
Lampiran 4. Hasil Validasi Ahli Media	159
Lampiran 5. Hasil Validasi Ahli Pemasaran	164
Lampiran 6. Hasil Pengujian Responden	168
Lampiran 7. Data Hasil Pengujian Kelayakan Media Pemasaran	178
Lampiran 8. Rekapitulasi Tanggapan	189
Lampiran 9. Foto Produk <i>Teaching Factory</i>	200

DAFTAR PUSTAKA

- Alhasanah, J. U. (2014). *Pengaruh Kegunaan, Kualitas Informasi, dan Kualitas Interaksi Layanan WEB E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online*. Universitas Brawijaya. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol 15. No.2.
- Anggrahini D, Heny D S. (2014). *Kegiatan Komunikasi Pemasaran Rown Division Melalui Media Sosial (Jurnal)*. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- APJII. (2017). *Infografis Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. Diakses dari <https://www.apjii.or.id/survei2017>
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arni, Muhammad. (2005). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Aryadhi, I. W., Parmiti, D. P., & Mahadewi, L. P. P. (2015). Pengembangan E-Learning Dengan Model Waterfall Pada Mata Pelajaran IPA Kelas VIII. *Jurnal: EDUTECH Undiksha, Vol 3 No.1 Halaman 5*
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2013. *Survei Penggunaan Internet Sektor Bisnis 2013*
- Aziz M.Z.S. (2016). *Pengaruh dari Beragai Karakteristik E-commerce (bukalapak.com) Terhadap Kepercayaan dan Performa Kepercayaan Konsumen di Kota Semarang*. (Jurnal). Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- Christy, Rio Handziko dan Slamet Suyanto. 2015. *Pengembangan Video Pembelajaran Sukses Ekosistem Untuk Meningkatkan Motivasi Belajar Dan Penguasaan Konsep Mahasiswa Biologi*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta. Jurnal Inovasi Pendidikan IPA. Vol. 1. No. 2. ISSN: 2477-4820.
- Churohman, M. (2010). *Peran dan Dampak Teknologi Di Bidang Pemasaran*. Diakses melalui <https://miftachr.blog.uns.ac.id/2010/01/peran-dan-dampak-teknologi-di-bidang-pemasaran/>
- Direktorat PSMK. (2009). *Roadmap pengembangan SMK 2010-2014*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional.
- Direktorat Pembinaan SMK. (2015). *Teaching factory Coaching Programme*. Jakarta: DirPSMK.
- Direktorat Pembinaan SMK. (2017). *Tata Kelola Pelaksanaan Teaching factory: Seri Revitalisasi SMK*. Jakarta: DirPSMK

Dewi Indah Larasati, 2020

PENGEMBANGAN MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN BERBASIS WEBSITE PRODUK TEACHING FACTORY DI SMKN 1 CIBADAK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Effendy, Onong Uchjana, (2006). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Firmantoro, K., Anton, & Nainggolan, E. R. (2016). *Animasi Interaktif Pengenalan Hewan Untuk Pendidikan Anak Usia Dini*. Jurnal: Techno Nusa Mandiri, 13(2), 14–22.
- Gartina, D. (2015). Diseminasi inovasi teknologi pertanian melalui portal web Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. *Jurnal: Informatika Pertanian, Vol.24 No1, Halaman : 121-132*.
- Ham, T.G. (2014). *Pengukuran Efektivitas Media Promosi dengan Pendekatan EPIC Model*. Jurnal: Program Studi Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.
- Hamid, Ainul Faizin Abdul., Purnama, Bambang Eka., Wardati, Indah Uli. 2013. *Jurnal : Sistem Informasi Penjualan Produk Unggulan Berbasis Website Pada Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Pacitan.*– halaman 1- 8.
- Hisyamsyah A.J., Sularso A., & Suryaningsih I.B. (2015). *Analisis Efektifitas Iklan Online Terhadap Minat Beli Konsumen Murah Grosir*. (Artikel): Urusan Manajemen. Fakultas Ekonomi, Universitas Jember (UNEJ), Jember.
- Hurriyati R. (2008). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Erlangga.
- Irawati,Rahma N (2016). *Efektifitas Website Sebagai Media Promosi Agrowisata Gunung Mas, Bogor, Jawa Barat (Skripsi)*. Insitut Pertanian Bogor.
- Istanto, H Freddy. 2001. *Potensi Kaidah Perancangan situs-web sebagai media komunikasi visual*. Surabaya.: Fakultas Seni dan Desain, Vol.3 No.1
- Isyarotullatifah,. Agung, A. A. G., & Mahadewi, L. P. P. (2015). *Pengembangan E-Learning Dengan Model Waterfall Pada Mata Pelajaran IPA di SMP Negeri 1 Singaraja*. *Jurnal Edutech Universitas Pendidikan Ganesha. Jurnal Teknologi Pendidikan. Volume 3 No. 1*. Halaman : 3, 7.
- Karunia, S. G. (2014). *Pengukuran Kualitas Website dengan Menggunakan Metode WebQual . (jurnal)*. Sekolah Tinggi Manajemen Informatika & Teknik komputer, Surabaya.
- Kasali, R. (1998). *Membidik Pasar Indonesia*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). *Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media*. *Journal Business horizons*, Vol. 54 No.3 Halaman 241-251

- Kim S. & Park H. (2013). *Effects of Various Characteristics of Social Commerce (E-Commerce) on Consumers Trust and Trust Performance*. Jurnal: International Journal of Information Management, 6, (5)
- Kotler, Phillip, dan K.L. Keller (2007). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Edisi Bahasa Indonesia. Jilid 2. Jakarta: PT Prehalindo.
- Kurniawati, D. & Arifin, N. (2016). *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa (Jurnal) : Research and Learning in Communication Study, Vol.1 No.2.. Halaman : 194*
- Kuswanto, A. (2014). *Teaching Factory Rencana dan Nilai Entrepreneurship*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ling K.C, Daud D., Piew T.H., Keoy K.H., & Hassan P. (2011). *Perceived Risk, Perceived Technology, Online Trust for the Online Purchase Intentio in Malaysia*. Jurnal: International Journal of Bussiness and Management
- Lukitaningrum, H. L. (2016). *Pengembangan Media pemasaran Berbasis Web Pada Materi Basis Data di Sekolah Menengah Kejuruan Kelas XI*. Jurnal: Program Studi Pendidikan Teknik Informatika, Jurusan Pendidikan Teknik Elektronika, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Malhotra, N. & Birks, D. (2007). *Marketing Research: an applied approach: 3rd European Edition*. Pearson education.
- Mukaromah S. dan Rosadi D. (2015). *Perancangan Aplikasi E-Commerce (Studi Kasus : Distributor Coklat Bandung)*. Journal : Computech & Bisnis, Vol.9 No.1. Hal 58-72.
- Morissan MA. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta [ID]: Kencana Perdana Media Group
- Mujiyana, Elissa I. (2013). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet pada Toko Online*. Universitas Diponegoro.
- Munir, M. (2014). Pengembangan media pembelajaran interaktif kompetensi dasar register berbasis inkuiri terbimbing. *Jurnal pendidikan teknologi dan kejuruan, Vol. 22 No.2, Halaman : 184-190*.
- Mustaqbal, M. S., Firdaus, R. F., & Rahmadi, H. (2016). Pengujian Aplikasi Menggunakan Black Box Testing Boundary Value Analysis (Studi Kasus: Aplikasi Prediksi Kelulusan SMNPTN). *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Terapan, Vol.1 No.3. Halaman 31*
- Myers, G.J. (2012). *The Art of Software Testing*. New Jersey : John Wiley & Sons, Inc.

- Nugroho, Adi. (2006). *E-commerce, Memahami Perdagangan Modern di Dunia Maya*. Bandung : Informatika
- Nurmilah, S. (2018). *Perancangan Media Komunikasi Berbasis Android untuk Pemasaran Produk Teaching factory di SMKN 2 Subang*. (Skripsi). Program Studi Pendidikan Teknologi Agroindustri, Fakultas Pendidikan Teknologi dan Kejuruan, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.
- Permana DH, Darmawan D. (2013). *Desain dan Pemrograman*. Bandung (ID): PT Remaja Rosdakarya
- Pressman, R.S. (2002). *Software Engineering : A Practitioner's Approach*. New York : McGraw Hill Book Co.
- Purnama, B. E. (2006). *Perancangan Sistem Perangkat Keras dan Perangkat Lunak Pengendali Komputer Jarak Jauh Menggunakan Sinar Infra Merah*. *Jurnal Fakultas Hukum UII*.
- Rao Purba, (2006), *Measuring Consumer Perception Through Factor Analysis, The Asian Manager*
- Ramadhan, Fauzan Sahri. (2012). *Perancangan website Tonijacks's Sebagai Media Promosi*. (Skripsi). Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Sebelas Maret.
- Riyadi, A. S., Retnadi, E., & Supriatna, A. D. (2013). *Perancangan sistem informasi berbasis website subsistem guru di sekolah pesantren persatuan islam 99 rancabango*. *Jurnal Algoritma, Vol.9 No.1. Halaman 3*
- Riyantoro B. & Harmoni A. (2013). *Evektifitas Iklan Melalui Jejaring Sosial sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Keridipik Pedas Maicih*. *Jurnal: Prosiding: PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil) Vol 5*
- Sagita R.A. dan Sugiarto H. (2016) *Penerapan Metode Waterfall Pada Sistem Informasi Penjualan Furniture Berbasis Web*. *E-Journal AMIK BSI Jakarta*.
- Saputra, Panca NH A. (2016). *Analisis efektifitas komunikasi pemasaran pada produk yoghurt Sentulfresh Indonesia melalui website*. (Jurnal). Institut Pertanian Bogor.
- Sari, I. P. (2012). *Sistem Penjualan Online Store Berbasis Web*. (Skripsi) Program Studi Teknik Informatika, Departemen Matematika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Siswanto, T. (2013). *Optimalisasi Sosial Media sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah*. *Jurnal Liquidity, No.2 Vol.1. Halaman 80-86*.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Suyanto, Asep, H. (2009). *Step by Step Web Design Theory and Practies*. Yogyakarta : Andi
- Supriyono, H., Nur Saputra, A., Sudarmilah, E., & Darsono, R. (2014). Rancang bangun aplikasi pembelajaran hadis untuk perangkat *mobile* berbasis *Android*. *Jurnal Informatika (JIFO)*. Vol 8 No. 2. Halaman : 907-920.
- Vilanata, U.S. (2014). *Perancangan Sistem Informasi Laboratorium Komputer Jurusan Pendidikan Matematika Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Negeri Yogyakarta Berbasis Website*. (Skripsi) Program Studi Matematika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Wandayana AB. (2011). *Pengaruh Pemasaran Online terhadap Keputusan Pembelian Produk (Jurnal)*. Universitas Gunadarma
- Wiyani F. Nugroho A P. 2013. *Peningkatan Daya Saing Bisnis “Batik Kahuripan” Melalui Sistem Penjualan Berbasis E-Commerce (jurnal)*. Vol. 2, No 1; Dapat diunduh dari <http://ijns.org/journal/index.php/seruni/article/view/733>
- Yet, S. & Ginting, P. (2013). *Analisis Efektivitas Iklan TV Sirup Markisa dengan Pendekatan EPIC Model PT.MAJUJAYA Pohon Pinang Pada Konsumen Swalayan Macam Yogya Yaohan Merak Jingga Medan. Jurnal: Modernisasi, Vol.9 No.1.*