

PENGEMBANGAN *WEBSITE* PEMASARAN PRODUK *TEACHING*
FACTORY SMK NEGERI 1 LEUWILIANG

SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat memperoleh gelar Sarjana
Pendidikan Prodi Pendidikan Teknologi Agroindustri



Oleh

Mia Sumiati
NIM 1800801

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

2022

PENGEMBANGAN *WEBSITE* PEMASARAN PRODUK *TEACHING*
FACTORY SMK NEGERI 1 LEUWILIANG

Oleh:
Mia Sumiati
1800801

Skripsi yang diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat memperoleh gelar
Sarjana Pendidikan Program Studi Pendidikan Teknologi Agroindustri pada
Fakultas Pendidikan Teknologi dan Kejuruan

©Mia Sumiati
Universitas Pendidikan Indonesia
2022

Hak cipta dilindungi undang-undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak
ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin penulis.

MIA SUMIATI
PENGEMBANGAN *WEBSITE* PEMASARAN PRODUK *TEACHING*
FACTORY SMK NEGERI 1 LEUWILIANG

disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I



Dr. Mustika Nuramalia Handayani, S.TP., M.Pd
NIP. 198401252012122002

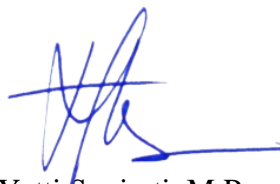
Pembimbing II



Dwi Lestari Rahayu, S.TP., M.Si
NIP. 198212222015042002

Mengetahui

Ketua Program Studi Pendidikan Teknologi Agroindustri FPTK UPI



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

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengembangan *Website* Pemasaran Produk *Teaching Factory* SMK Negeri 1 Leuwiliang” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Agustus 2022

Yang membuat pernyataan,



Mia Sumiati
NIM. 1800801

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas nikmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “*Pengembangan Website Pemasaran Produk Teaching Factory SMK Negeri 1 Leuwiliang*” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 di Program Studi Pendidikan Teknologi Agroindustri.

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah memberi bantuan berupa dorongan dan doa restu. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Dr. Mustika Nuramalia Handayani, S.TP., M.Pd., selaku Dosen Pembimbing I sekaligus Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan, arahan serta motivasi kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
2. Dwi Lestari Rahayu, S.TP., M.Si, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
3. Dr. Yatti Sugiarti, MP., selaku Ketua Prodi Pendidikan Teknologi Agroindustri FPTK UPI atas dukungan bagi penulis secara moril dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Shinta Maharani, S.TP., M.Sc., Dr. Sri Handayani, M.Pd., dan Prof. Dr. Masriam Bukit selaku penguji skripsi atas masukan dan saran dalam peyempurnaan skripsi ini.
5. Kepala SMK Negeri 1 Leuwiliang dan Ketua Program Studi APHP yang telah mengizinkan penulis mengadakan penelitian di SMK Negeri 1 Leuwiliang.
6. Divya Rizkiyani, S.Pd. selaku Kepala *Teaching Factory* APHP SMK Negeri 1 Leuwiliang yang telah membantu penulis dalam memberikan informasi terkait *teaching factory* SMK Negeri 1 Leuwiliang.
7. Validator Ahli *Website* dan Ahli Pemasaran yang telah bersedia membantu penulis untuk melakukan validasi dalam skripsi ini.

8. Kedua orang tua dan keluarga penulis yang senantiasa memberikan motivasi, kasih sayang, dan do'a terbaik yang tiada hentinya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Rekan-rekan Agroindustri angkatan 2018 dan berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan dukung moril.

Semoga amal baik dari berbagai pihak mendapatkan balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis berharap pembaca dapat memberikan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis maupun bagi semua pihak yang membaca skripsi ini.

Bandung, Agustus 2022



Penulis

PENGEMBANGAN *WEBSITE* PEMASARAN PRODUK *TEACHING FACTORY* SMK NEGERI 1 LEUWILIANG

MIA SUMIATI

1800801

ABSTRAK

Kegiatan pemasaran produk *teaching factory* di SMK Negeri 1 Leuwiliang hanya dilakukan secara konvensional dari mulut ke mulut dan mempromosikannya melalui media *story WhatsApp*, sehingga jangkauan pasarnya menjadi terbatas. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan *website* pemasaran produk *teaching factory*, mengetahui peningkatan pengunjung *website* dan mengetahui dampak *website* pemasaran produk *teaching factory* SMKN 1 Leuwiliang terhadap peningkatan penjualan. Prosedur penelitian menggunakan model ADDIE, yaitu (1) *Analysis* berisi analisis kebutuhan dan *front-end analysis*, (2) *Design* berisi perancangan halaman, (3) *Development* berisi pengembangan *website* dan validasi oleh ahli *website*, ahli pemasaran, dan pengujian kelayakan oleh 12 responden secara terbatas, (4) *Implementation* berisi pengujian kelayakan oleh 100 responden, dan (5) *Evaluation* berisi revisi sesuai saran dari responden serta pengukuran jumlah pengunjung dan peningkatan penjualan. Kriteria responden yang menjadi sampel adalah: 1) pengguna aktif internet, 2) berdomisili di Jabodetabek dan 3) berusia 15 tahun ke atas. Hasil validasi ahli *website* dan ahli pemasaran terhadap *website* yang dikembangkan adalah “Sangat Layak”. Hasil pengujian oleh responden skala terbatas termasuk dalam kategori “Layak” dan implementasi kepada responden secara luas termasuk dalam kategori “Sangat Layak”. Peningkatan jumlah pengunjung *website* secara signifikan terjadi pada hari keenam sebanyak 121 pengunjung. *Website* pemasaran produk *teaching factory* SMKN 1 Leuwiliang belum memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan penjualan dalam satu minggu.

Kata kunci: ADDIE, pemasaran, *teaching factory*, *website*

DEVELOPMENT OF TEACHING FACTORY PRODUCT MARKETING WEBSITE SMK NEGERI 1 LEUWILIANG

MIA SUMIATI

1800801

ABSTRACT

Marketing activities for teaching factory product at SMK Negeri 1 Leuwiliang are only done conventionally by word of mouth and promote them through WhatsApp media stories, so that market reach is limited. Therefore, this study aims to determine the feasibility marketing website teaching factory product, find out the increase in website visitors and find out the impact website marketing teaching factory product SMKN 1 Leuwiliang on increasing sales. The research procedure uses the ADDIE model, namely (1) Analysis containing needs analysis and front-end analysis, (2) Design containing page design, (3) Development containing website and validation by website experts, marketing experts, and feasibility testing by 12 respondents on a limited basis, (4) Implementation contains a feasibility test by 100 respondents, and (5) Evaluation contains revisions according to suggestions from respondents as well as measuring the number of visitors and increasing sales. The criteria for the respondents to be sampled are: 1) active internet users, 2) domiciled in Jabodetabek and 3) aged 15 years and over. The results of the validation of website experts and marketing experts on website developed are "Very Eligible". The results of testing by respondents on a limited scale are included in the "Eligible" category and implementation to broad respondents is included in the "Very Eligible" category. website visitors occurred on the sixth day as many as 121 visitors. Website marketing teaching factory SMKN 1 Leuwiliang has not had a significant impact on increasing sales in one week.

Keywords: ADDIE, marketing, teaching factory, website

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Struktur Organisasi Skripsi.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	6
2.1 <i>Teaching Factory</i>	6
2.2 Parameter Evaluasi <i>Teaching Factory</i>	7
2.3 Pemasaran.....	10
2.3.1 Strategi Pemasaran.....	10
2.3.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	14
2.3.3 Penjualan.....	17
2.4 <i>Website</i>	17
2.4.1 <i>Wixsite</i>	18
2.4.2 <i>WhatsApp</i>	19
2.5 Kriteria Kelayakan <i>Website</i> sebagai Pemasaran Produk <i>Teaching Factory</i>	19
2.6 Kriteria Kelayakan Pemasaran Produk <i>Teaching Factory</i>	20
2.7 Penelitian Terdahulu.....	22
2.8 Posisi Penelitian.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Desain Penelitian.....	26
3.2 Partisipan.....	26
3.3 Populasi dan Sampel.....	26
3.4 Instrumen Penelitian.....	27
3.5 Prosedur Penelitian.....	31
3.6 Analisis Data.....	34
3.6.1 Mengukur Kelayakan <i>Website</i> Pemasaran.....	34

3.6.2	Mengukur Peningkatan Penjualan Produk Setelah Menggunakan Website Pemasaran	35
BAB IV	TEMUAN DAN PEMBAHASAN	36
4.1	<i>Assessment/Analysis</i>	36
4.2	<i>Design</i>	60
4.3	<i>Development</i>	68
4.4	<i>Implementation</i>	88
4.5	<i>Evaluation</i>	93
BAB V	SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI	104
5.1	Simpulan.....	104
5.2	Implikasi	105
5.3	Rekomendasi	105
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN	114

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Parameter Evaluasi <i>Teaching Factory</i> di SMK	7
Tabel 2.2 Sub Parameter <i>Marketing Promosi Teaching Factory</i>	9
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu yang Relevan	22
Tabel 3.1 Kisi-Kisi Kuesioner Validasi Ahli <i>Website</i>	28
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Kuesioner Validasi Ahli Pemasaran.....	29
Tabel 3.3 Kisi-Kisi Kuesioner Pengujian Produk Akhir.....	30
Tabel 3.4 Skala Interpretasi Kuesioner	34
Tabel 3.5 Kategori Kelayakan Media	34
Tabel 4.1 Analisis Kebutuhan	37
Tabel 4.2 Analisis <i>Segmentation, Targeting dan Positioning Teaching Factory</i> SMKN 1 Leuwiliang	38
Tabel 4.3 Analisis Menu Pada <i>Website</i>	39
Tabel 4.4 Informasi Kontak	41
Tabel 4.5 Informasi Produk <i>Teaching Factory</i> SMKN 1 Leuwiliang	42
Tabel 4.6 Metode Pemesanan	49
Tabel 4.7 Metode Pembayaran.....	50
Tabel 4.8 Metode Pengiriman.....	50
Tabel 4.9 <i>Audience Analysis</i>	51
Tabel 4.10 <i>Technology Analysis</i>	51
Tabel 4.11 Desain <i>Story Board</i>	62
Tabel 4.12 Tampilan <i>Website</i> Pemasaran Produk <i>Teaching Factory</i>	69
Tabel 4.13 Hasil Validasi Ahli <i>Website</i>	74
Tabel 4.14 Tanggapan/Saran dan Kesimpulan Ahli <i>Website</i>	76
Tabel 4.15 Hasil Perbaikan Sesuai Saran Ahli <i>Website</i>	76
Tabel 4.16 Hasil Validasi Ahli Pemasaran	77
Tabel 4.17 Tanggapan/Saran dan Kesimpulan Ahli Pemasaran	78
Tabel 4.18 Hasil Perbaikan Sesuai Saran Ahli Pemasaran	78
Tabel 4.19 Hasil Uji Coba Responden Skala Terbatas	80
Tabel 4.20 Tanggapan/Saran Responden Skala Terbatas	81
Tabel 4.21 Hasil Perbaikan Sesuai Saran Responden Terbatas	82
Tabel 4.22 Hasil Penilaian Responden.....	89

Tabel 4.23 Rekapitulasi Tanggapan/Saran Responden.....	93
Tabel 4.24 Hasil Perbaikan Sesuai Saran Responden (Detail Produk).....	94
Tabel 4.25 Data Penjualan Produk <i>Teaching Factory</i>	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Prosedur Penelitian.....	31
Gambar 4.1 Desain <i>Flow Chart</i>	61
Gambar 4.2 Proses Penggunaan <i>WhatsAuto</i>	73
Gambar 4.3 Tampilan Pesan Balasan Otomatis <i>WhatsApp</i>	74
Gambar 4.4 Jumlah Pengunjung Website Pemasaran <i>Teaching Factory</i>	94
Gambar 4.5 Jumlah Pengunjung Website Pemasaran <i>Teaching Factory</i> Setiap Kota.....	94
Gambar 4.6 Sumber Trafik Teratas Berdasarkan Situs Rujukan	95
Gambar 4.7 Halaman yang Sering Dikunjungi	95
Gambar 4.8 Trafik Pengunjung <i>Website</i> Berdasarkan Perangkat	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Validasi Ahli <i>Website</i>	115
Lampiran 2. Lembar Validasi Ahli Pemasaran	119
Lampiran 3. Lembar Kuesioner Responden.....	123
Lampiran 4. Analisis Perhitungan Uji Coba Responden Skala Terbatas (Aspek Kelayakan <i>Website</i>).....	125
Lampiran 5. Analisis Perhitungan Uji Coba Responden Skala Terbatas (Aspek Kelayakan Pemasaran)	126
Lampiran 6. Analisis Perhitungan Pengujian Kelayakan oleh Responden Luas (Aspek Kelayakan <i>Website</i>)	127
Lampiran 7. Analisis Perhitungan Pengujian Kelayakan oleh Responden Luas (Aspek Kelayakan Pemasaran)	133
Lampiran 8. Rekapitulasi Tanggapan/Saran Responden	138

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, M. (2020). *Strategi Promosi Produk Kulit untuk Meningkatkan Penjualan di Home Industri Kulit Chelsea Morris Kota Padang Panjang Menggunakan Analisis SWOT*. Batusangkar: Institut Agama Islam Negeri (IAIN).
- Alhasanah, J. U. (2014). Pengaruh Kegunaan, Kualitas Informasi dan Kualitas Interaksi Layanan Web E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei Pada Konsumen [www. getscoop. com](http://www.getscoop.com)). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) 15 (2)*, 1-10.
- Alifiarga, H. (2019). *Penerapan Metode WebQual 4.0 Pada Pengukuran Kualitas Website Pencarian Kerja (Studi Kasus: Jobstreet)*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Skripsi.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2015). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2022). *Profil Internet Indonesia 2022*. Jakarta: APJII. SRA Consulting.
- Budijanto, D. (2013). *Populasi, Sampling, dan Besar Sampel*. Kementerian Kesehatan RI.
- Bukit, F. R. (2019). Pembuatan Website Katalog Produk UMKM untuk Pengembangan Pemasaran dan Promosi Produk Kuliner. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat, Volume 3 No. 2*, 229-236.
- Cholifah, W. N. (2018). Pengujian Black Box Testing Pada Aplikasi Action & Strategy Berbasis Android dengan Teknologi Phoneyap. *Jurnal String Vol. 3 No.2*, 206-210.
- Dewi, S. K., & Garside, A. K. (2014). Perancangan Website Sebagai Media Promosi dan Penjualan Pada Home Industry Abon. *Jurnal Teknik Industri, Vol. 15, No. 2*, 170-181.
- Diana. (2018). Analisis Kualitas Website Provinsi Bengkulu Menggunakan Metode WebQual 4.0. *Jurnal Pseudocode, Volume 5, Nomor 1*, 10-17.
- Direktorat Pembinaan SMK. (2016). *Grand Design Pengembangan Teaching Factory dan Technopark di SMK*. Jakarta: Direktorat Pembinaan SMK.
- Direktorat Pembinaan SMK. (2017). *Panduan Pelaksanaan Teaching Factory*. Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan.
- Direktorat Pembinaan SMK. (2017). *Tata Kelola Pelaksanaan Teaching Factory: Serial Revitalisasi SMK*. Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan.

- Direktorat Pembinaan SMK. (2019). *Model Pengelolaan Teaching Factory Berbasis Potensi Sekolah dan Wilayah/Geografis*. Jakarta: Direktorat Pembinaan SMK.
- Djaeng, D. S. (2016). Analisa Kualitas Website STMIK Bina Mulia Pali Menggunakan Framework Webqual. *Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer, Vol.2 No.2*, 53-63.
- Ernitawati, Y. (2019). Analisis Tren Pertumbuhan Penjualan Terhadap Laba Bersih Perusahaan. *Journal of Accounting and Finance (JACFIN), Volume 1, No. 1*, 23-29.
- Fattah, F. A., Martono, T., & Sawiji, H. (2020). Pembelajaran Teaching Factory untuk Menghasilkan Lulusan SMK yang Sesuai dengan Dunia Usaha dan Dunia Industri. *Prosiding SENA 2020* (pp. 66-72). Surakarta: Ahli Media Press.
- Ham, T. G. (2014). *Pengukuran Media Promosi dengan Pendekatan EPIC Model*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma. Skripsi.
- Haryati, S. (2012). Research and Development (R&D) Sebagai Salah Satu Model Penelitian dalam Bidang Pendidikan. *Majalah Ilmiah Dinamika, Vol. 37 No. 1*, 11-26.
- Hasanah, N. (2015). Analisis Efektivitas Iklan Jejaring Sosial sebagai Media Promosi Menggunakan EPIC Model. *Scientific Journal of Informatics, Vol. 2 No. 2*, 99-110.
- Hasugian, P. S. (2018). Perancangan Website Sebagai Media Promosi dan Informasi. *Journal Of Informatic Pelita Nusantara, Volume 3 No 1*, 82-86.
- Hayadi, K. R. (2021). Pengukuran Efektivitas Media Promosi dengan Pendekatan Model EPIC Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Bangunan Radin Timur, di Jebres Kota Surakarta. *Jurnal Ganeshwara, Vol 1. No. 2*, 1-13.
- Hendriyani, C. (2020). Analisis Penggunaan Whatsapp Business untuk Meningkatkan Penjualan dan Kedekatan dengan Pelanggan di PT Saung Angklung Udjo. *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan Vol.5, No. 2*, 193-200.
- Hermawan, H. (2015). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen dalam Pembelian Roti Ceria di Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia Vol. 1 No. 2* , 143-161.
- Huda, M. (2020). Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Pada UMKM di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ekonomi dan Teknik Informatika, Vol. 8 No. 2*, 14-24.

- Iqbal, T. (2019). Evaluasi Usability Test e-Repository dengan menggunakan Metode Nielsen's Attributes of Usability (NAU). *Jurnal JTIC (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi)*, 3 (2), 40-45.
- Izzah, A. (2021). Pengembangan Web Company Profile Terintegrasi dengan API WhatsApp (Studi Kasus: Agen Sembako Al-Barkah). *INFOTECH Journal, Volume 7 Nomor 1*, 40-44.
- Janiati, N. (2021). Rancangan Game Edukasi Matematika "Learn And Play" untuk Anak Kelas 1-3 Sd Sebagai Media Belajar Berbasis Android Di Sdn 07 Kramat Jati. *Jurnal Esensi Infokom Vol 5 No. 2*, 56-62.
- Kamsin, G. R. (2019). *Perancangan Media Pemasaran Produk Teaching Factory Berbasis Aplikasi Android Menggunakan Appgeyser Dan Wix Di SMK PPN Lembang*. Bandung: Skripsi. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Khasanah, F. N. (2019). Metode User Centered Design dalam Merancang Tampilan Antarmuka Ecommerce Penjualan Pupuk Berbasis Website Menggunakan Aplikasi Balsamiq Mockups. *JAST: Jurnal Aplikasi Sains dan Teknologi*, 3 (2), 14-23.
- Khurniawan, A. W. (2021). Analisis Keberlangsungan Program Teaching Factory di Sekolah Menengah Kejuruan. *Vocational Education Policy, White Paper, Vol. 3 Nomor 1*, 1-8.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*.
- Kurnia, A. (2022). *Efektivitas Penggunaan Whatsapp Auto Respon dalam Pembelajaran Matematika Terhadap Hasil Belajar Siswa*. Jember: Doctoral Dissertation. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Kusuma, A. D., & Pribadi, J. D. (2018). Pembuatan Website dengan Menggunakan Aplikasi Wix Sebagai Media Promosi Pada Home Industry Tiga Saudara Plastik Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 298-303.
- Larasati, D. I. (2021). Pengembangan Media Komunikasi Pemasaran Berbasis Website Produk Teaching Factory di SMKN 1 Cibadak. *EDUFORTECH 6 (1)*, 45-57.
- Lee, W. W., & Owens, D. L. (2004). *Multimedia-Based Instructional Design*. San Francisco: Pfeiffer.
- Lubis, A. N. (2004). *Strategi Pemasaran dalam Persaingan Bisnis*. Medan: Digitized by USU Digital Library.
- Lukitaningrum, H. (2016). *Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Web Pada Materi Basis Data di Sekolah Menengah Kejuruan Kelas XI*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta. Tugas Akhir Skripsi.

- Maulana, C. (2021). Pembuatan Ujian Online Melalui Aplikasi Whatsapp Auto. *Jurnal IPTEK bagi Masyarakat, Volume 1, Nomor 2*, 56-65.
- Monica. (2011). Efek Warna dalam Dunia Desain dan Periklanan. *Humaniora Vol. 2, No. 2*, 1084-1096.
- Mulyana, M. (2019). *Segmentasi Pasar, Penargetan Pasar dan Pemosisian*. Tangerang: Universitas Terbuka.
- Mulyatiningsih, E. (2014). *Pengembangan Edupreneurship Sekolah Kejuruan*. Yogyakarta: Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Mulyono, T. (2018). Teknologi Penjualan Berbasis Web (E-Commerce) Menggunakan Wix di CV. Naga Mas. *Jurnal Teknologi dan Terapan Bisnis (JTTB), Vol. 1, No. 1*, 27-37.
- Mustaqim, I. (2017). Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Augmented Reality. *Jurnal Edukasi Elektro, Vol. 1, No. 1*, 36-48.
- Muthohir, M. (2019). Perancangan Media Promosi Produk Unggulan UKM Kendal Berbasis Web dengan Metode R&D. *Jurnal Ilmiah Komputer Grafis, Vol. 12, No. 2*, 13-20.
- Nandini, A. (2021). Minuman "LESER" Lemon Sereh sebagai Minuman Kesehatan Penambah Imunitas. *Madaniya, Vol. 2, No. 4*, 383-388.
- Narita, T. (2019). Analisa Efektivitas Iklan Web Series dengan Menggunakan EPIC Model. *JmM Online, Vol. 3, No. 1*, 84-95.
- Ningsih, D. F. (2016). *Pengaruh struktur aset, profitabilitas, pertumbuhan aset, dan pertumbuhan penjualan terhadap struktur modal pada perusahaan LQ 45 yang terdaftar di BEI periode 2012-2014*. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.
- Nurmilah, S. (2018). *Perancangan Media Komunikasi Berbasis Website untuk Pemasaran Produk Teaching Factory di SMK Negeri 2 Subang. Skripsi*. Bandung: Fakultas Pendidikan Teknologi dan Kejuruan. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Nurseto, T. (2011). Membuat Media Pembelajaran yang Menarik. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan, Volume 8 Nomor 1*, 19-35.
- Pamungkas, B. A. (2016). Pengaruh Promosi di Media Sosial dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bonacos, Jombang). *Komunikasi, Vol. X No. 02*, 145-160.
- Paramitha, K. S. (2017). *Evaluasi Usability Pada Desain Website Institut Teknologi Sepuluh Nopember 2017 dengan Metode Eye Tracking Berdasarkan Nielsen Model dan Kuesioner Nielsen Attributes of Usability (NAU)*. Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh Nopember. Tugas Akhir.

- Prasetya, A. (2013). Model Promosi Nonpendas melalui Reach Approach sebagai Upaya Meningkatkan Mahasiswa Baru. *Widya Warta No. 02*, 351-360.
- Prasetya, W. (2020). Efek Terpaan Belanja Online Melalui Instagram di Komunitas Pasar Setan Dalam Membentuk Perilaku Konsumtif Masyarakat Kota Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi 8 (3)*, 153-166.
- Priyaungga, B. A., & Aji, D. B. (2020). Pengujian Black Box pada Aplikasi Perpustakaan Menggunakan Teknik Equivalence Partitions. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Aplikasi, Vol. 3, No. 3*, 150-157.
- Putri, N. A. (2020). Pengelolaan Teaching Factory dalam Meningkatkan Produktivitas Pada Jurusan Kecantikan Kulit dan Rambut. *e-Jurnal, Volume 09 Nomor 1, edisi Yudisium*, 177-187.
- Rachmawati, R. (2011). Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik Vol. 2, No. 2*, 143-150.
- Rachmi, H. (2020). Pengujian Usability Website Andaru Persada Mandiri Menggunakan Nielsen Attributes of Usability. *Jurnal Ilmu Komputer dan Teknologi, Vol. 1, No. 2*, 1-6.
- Rachmi, H., & Nurwahyuni, S. (2018). Pengujian Usability Lokamedia Website Menggunakan System Usability Scale. *AL-KHIDMAH*, 86-92.
- Rahmadani, N. (2020). Pemanfaatan E-Commerce Bagi Generasi Milenial. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal, Vol 3, No. 2*, 123-128.
- Ramadhan, A. F., & Simanjuntak, M. (2018). Perilaku Pembelian Hedonis Generasi Z: Promosi Pemasaran, Kelompok Acuan, dan Konsep Diri. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen, Vol. 11*, 243-254.
- Riyantoro. (2013). Efektifitas Iklan Melalui Jejaring Sosial sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Keripik Pedas Maicih. *Jurnal: Prosiding: PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil) Vol.5*.
- Rochmawati, I. (2019). Analisis User Interface Situs Web Iwearup.com. *Visualita, Vol. 7, No. 2*, 31-44.
- Sakhsita, N. I. (2017). Perancangan dan Pembuatan Website E-Commerce Penjualan Kue Kering Pada UD. Pawon Kue Surabaya. *Jurnal Infra 5(2)*, 219-223.
- Septiana, V. (2016). Analisa Pengaruh Tautan Eksternal Pada Website Progdii Sistem Informasi Unisbank. *Dinamika Informatika Vol.8, No.1*, 39-47.
- Setiawan, A. (2017). *Perancangan Website sebagai Media Promosi Brand Rolarala*. Semarang: Univesitas Negeri Semarang. Proyek Studi.

- Soenawan, A. D. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D'Stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 395-409.
- Sriwulandari, A. (2014). Analisis dan Evaluasi Aspek Usability Pada Web HRMIS Telkom University Menggunakan Usability Testing. *e-Proceeding of Engineering, Vol. 1, No. 1*, 537-542.
- Suanah, S. (2019). Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Web Desain Wix Materi Bangun Ruang Matematika SD Kelas V. *Proceeding of ICECRS. 2:1* (pp. 243-252). Tangerang: Universitas Terbuka.
- Sudiyono. (2019). *Teaching Factory: Upaya Peningkatan Mutu Lulusan dan Strategi Pendanaan di SMK*. Jakarta: Pusat Penelitian Kebijakan Pendidikan dan Kebudayaan, Badan Penelitian dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supendi, C. (2021). Pengembangan Platform Warung Online Berbasis Prestashop Sebagai Sarana Promosi Produk UMKM Kabupaten Kuningan. *ICT Learning, 5 (2)*, 1-10.
- Suyetno, A. (2019). Pengembangan Massive Open Online Courses (MOOCs) pada Materi Pengelasan. *Jurnal Teknik Mesin dan Pembelajaran*, 141-152.
- Syahrial, K. M. (2010). Analisis Statistik Pngunjung Situs Resmi Universitas Syiah Kuala (www.unsyiah.ac.id). *Jurnal Rekayasa Elektrika Vol. 9, No. 2*, 49-54.
- Teddy, T. (2021). *E-Marketing (Pemasaran Jasa dan Pemasaran Digital)*.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andy.
- Wahyuni, A. (2012). Kajian Bauran Promosi di Perguruan Tinggi "X". *Jurnal Liquidity, Vol. 1, No. 2*, 175-182.
- Widianti, K. R. (2020). The Effect Of Online Shop Owner Satisfaction on Logistic Services (Comparative Study Of JNE And J&T Express). *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship, Vol. 6, No. 2*, 196-204.
- Widiyanti, V. (2022). *Analisis Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Rasio Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan di Bursa Efek Indonesia*. Batam: Universtias Putera Batam. Skripsi.
- Wijaya. (2018). Implementasi Metode PIECES Pada Analisis Website Kantor Penanaman Modal Kota Lubuklinggau. *JUSIM, Vol. 3, No. 1*, 48-58.

- Wulandari, E. (2018). *Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif Berbasis E-Book Pada Materi Sistem Pencernaan untuk SMP Kelas VIII*. Lampung: Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung. Skripsi.
- Yadi. (2018). Analisis Usability Pada Website Traveloka. *Jurnal Ilmiah Betrik*, Vol 9 No. 2, 172-180.
- Yahya, A. S. (2021). Pemberdayaan Siswa SMK Negeri 2 Tasikmalaya melalui Optimalisasi. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, Vol. 3. No. 1, 56-77.
- Zharandont, P. (2015). *Pengaruh Warna Bagi Suatu Produk dan Psikologis Manusia*. Bandung: Universitas Telkom.
- Zulfiyah, H. (2019). *Analisis Komparatif Kualitas Pelayanan, Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Ayam Nelongso dan Ayam Bakar Wong Solo*. Surabaya: Doctoral dissertation, Untag 1945 Surabaya.