

PEMBUATAN *WEBSITE COMPANY PROFILE* DENGAN MENGGUNAKAN APLIKASI *CMS WORDPRESS* SEBAGAI MEDIA IKLAN PADA KOS *ARFAD COMMUNITY* MALANG

Auliauz Zakiyyah¹

Umi Khabibah²

^{1,2} Jurusan Administrasi Niaga

¹ auliauzzakiyyah@gmail.com

² umik01@yahoo.co.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah membuat *website company profile* menggunakan aplikasi *CMS Wordpress* sebagai media iklan pada kos *Arfad Community* Malang.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *action research*. Metode pengumpulan data menggunakan metode wawancara, kuesioner, observasi dan dokumentasi. *Website company profile* perusahaan yang telah dibuat dievaluasi dengan menyebarkan kuesioner kepada 6 orang responden yang terdiri dari 2 orang ahli komputer, 2 orang ahli pemasaran dan 2 orang pengguna *website*.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa *website company profile* kos *Arfad Community* dapat digunakan sebagai media promosi serta memberikan kemudahan dalam menyampaikan informasi kepada calon konsumen maupun penghuni kos, yang nantinya juga dapat memperluas jangkauan promosi Kos *Arfad Community*.

Kata-kata kunci: *Website company profile, promosi, Arfad Community, wordpress*

Abstract

The purpose of this research is making a company profile website using CMS WordPress application as a promotion media for Arfad Community Dormitory.

This research was an action research. The method for the data collection was interview questionnaires observations and documentation. The company profile website was evaluated by circulating questionnaire to 6 respondents consisting of 2 computer experts 2 marketing experts and 2 users.

Based on the results of the research a conclusion can be drawn that the website company profile of Arfad Community Dormitory can be used as a promotion media that can provide ease in delivering the information of to the customers and dormitory settlers that will also expand the range of promotion of the company.

Keywords : company website. profile promotion. Arfad Community. wordpress.

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi ini pengguna internet yang terus meningkat setiap tahunnya, tidak hanya di Indonesia namun di seluruh dunia. Perkembangan internet pada jaman sekarang ini mengalami peningkatan yang sangat pesat. Hal ini dikarenakan, internet memberikan banyak kemudahan dan manfaat bagi masyarakat dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam hal mengakses informasi dan komunikasi. Internet menyediakan informasi dari berbagai masyarakat di dunia. Internet sekarang menjadi ajang promosi bagi perusahaan. Pengguna internet yang selalu meningkat dapat dimanfaatkan oleh perusahaan dalam memasarkan produk atau jasa.

Iklan melalui media internet kini semakin banyak digunakan oleh perusahaan. Internet sebagai media iklan, memberikan banyak kemudahan bagi perusahaan karena dengan

menggunakan jaringan internet cakupan area promosi akan lebih luas dan memudahkan perusahaan dalam menyebarkan informasi dan memperkenalkan produk atau jasa perusahaan.

Website merupakan salah satu media iklan *online*, yang dapat diakses oleh konsumen secara luas. Calon konsumen dapat melihat melalui *website* tentang perusahaan dan informasi tentang produk. *WordPress* adalah salah satu aplikasi *CMS* untuk membuat sebuah *website*.

Kos *Arfad Community* adalah usaha yang bergerak pada bidang jasa kos/penginapan. Kos *Arfad Community* ini memiliki 3 rumah kos yang tersebar di jalan Semanggi, jalan Kesumba dan jalan Remujung Kota Malang. Media promosi yang ada pada kos *Arfad Community* kurang karena kos *Arfad Community* dalam kegiatan promosi menggunakan poster, akun *instagram*, dan papan nama. Calon konsumen yang kurang

mengenal kos akan mengalami kesulitan dalam mengetahui tentang kos *Arfad Community*, ini juga dikarenakan pemilik kos tidak selalu berada di rumah kos sehingga jika calon konsumen yang datang dan bertanya tentang kos akan mengalami kesulitan.

Pembuatan *website company profile* sebagai media iklan ini akan memudahkan Kos *Arfad Community* dalam melengkapi media promosi yang ada dan pendistribusian informasi tentang kos. *Website* ini akan berisi *company profile* dari kos *Arfad Community* yaitu meliputi profil, sejarah, dan produk, sehingga calon konsumen dapat dengan mudah mengakses informasi tentang jumlah kamar yang tersedia. Selain itu *website* juga dapat memberikan berita-berita tentang kegiatan kos kepada para penghuni kos.

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas maka skripsi ini mengambil judul “Pembuatan *Website Company profile* dengan Menggunakan Aplikasi *CMS WordPress* Sebagai Media Iklan di Kos *Arfad Community* Malang”.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang digunakan pada kegiatan penelitian ini adalah “Bagaimana pembuatan *website company profile* dengan menggunakan aplikasi *CMS WordPress* dapat digunakan sebagai media iklan di Kos *Arfad Community* Malang ?”

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pembuatan *website company profile* dengan menggunakan aplikasi *CMS WordPress* sebagai media iklan pada Kos *Arfad Community*.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Kajian Empiris

Adapun hasil penelitian terdahulu mengenai pembuatan *website company profile* dalam penelitian ini adalah :

1. Kurniawan (2014) Perancangan *website* sebagai media informasi dan promosi pada Stikes Al Ma'arif Batu Raja. Lokasi penelitian adalah pada Stiker AL Ma'arif Batu Raja. Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode *Action Research* (penelitian tindakan). Metode Pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi, *interview*, kuesioner, dan dokumentasi.
2. Wirarama (2016) Penerapan aplikasi *CMS WordPress* untuk merancang websire sebagai media promosi pada *Indokick*

Original Sneakers Jakarta. Lokasi penelitian ini pembuatan *Website Indokick Original Sneakers* Jakarta. Pembuatan *Website* dilakukan menggunakan *WordPress*. *website* ini adalah *website ecoomers* untuk pembelian sepatu. Pengumpulan data menggunakan obsevasi, *interview*, kuisisioner dan dokumentasi.

3. Riyanto (2015) Pembuatan *website* Sebagai Media Promosi Yang Terpercaya. Mengambil objek penelitian pada toko *online* milik ibu Santi yang menjual pembalut kain.” Penelitian ini menggunakan metode penelitian wawancara, pengamatan, dokumentar dan kuesioner. Pembuatan *website* dilaksanakan selama 6 bulan. Pembuatan *website* menggunakan CMS (*Content Management System*) *WordPress*.

2.2. Kajian Teori

2.2.1 Internet

Menurut Solihat (2009 : 1) Internet adalah singkatan dari *interconected networking*. Kata *interconected* jika diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia adalah saling berhubungan. Sedangkan kata *networking* berarti jaringan, dengan maksud jaringan disi adalah jaringan komputer. Jaringan *internet* bisa dikatakan sebagai jaringan komputer-komputer yang saling berhubungan.

2.2.2 Website

Menurut Adelheid (2015:11) “*Website* adalah halaman informasi yang disediakan melalui jalur *internet* sehingga bisa diakses dimanapun selama terkoneksi dengan jaringan *internet*”

2.2.3 Website Company Profile

Menurut Agung (2015:2) Hampir semua situs niaga dan bisnis memiliki media halaman *company profile*, yang biasanya tersimpan dibalik menu *about us*, berikut adalah kelebihan atau nilai tambah dari *website* yang mencantumkan *company profile*.

1. Memberikan kesempatan bagi calon konsumen (*prospective buyer*) untuk mengetahui informasi tetang perusahaan dan peluang untuk membuka interaksi dengan divisi *sales*, *marketing* atau pemilik situ secara efisien
2. Membantu calon *customer* dan pengunjung situs menemukan informasi yang mereka butuhkan secara terstruktur dengan mudah, seperti alamat detail, nama tim yang ada

dibalik situs dan perusahaan tersebut, peta dan sebagainya

3. Memberikan kesempatan bagi pemilik perusahaan untuk menyajikan “presentasi singkat” yang menggaris bawahi apa saja layanan yang ditawarkan.

2.2.4 Iklan

Menurut Sunyoto (2013:23) Iklan merupakan alat utama bagi pengusaha untuk mempengaruhi konsumennya. Iklan dapat dilakukan oleh pengusaha melalui surat kabar, radio, majalah, dan poster. Dengan membaca atau melihat diharapkan para konsumen atau calon konsumen akan tertarik untuk membeli. Oleh karena itu maka dalam memilih media iklan harus diperhatikan pasar sasaran yang dituju. Misalkan jika pasar sasaran tidak berlanggan media masa, iklan dapat dilakukan di radio, atau brosur saja. Sebaliknya jika berlanggan, iklan dapat dilakukan di media masa.

2.2.5 CMS (Content Management System)

Menurut Seno (2015:7) “CMS (*Content Management System*) merupakan kepanjangan dari *content management system*, yaitu sebuah aplikasi yang memudahkan pengguna untuk mengelola *web*. Aplikasi ini memungkinkan Anda untuk mengubah atau memanipulasi isi serta mengatur *front end* dari *website*”.

2.2.6 WordPress

Menurut Helianthusonfri (2015:3) “WordPress merupakan aplikasi *blog* yang dapat digunakan untuk membangun *Website*. WordPress adalah sebuah CMS (*Content Management System*) yang dibuat dengan menggunakan bahasa *PHP.161*”.

2.3 Pengukuran Efektivitas Pengembangan Desain

Menurut Suh (2005:17), *WebQual* adalah salah satu metode atau teknik pengukuran yang digunakan untuk mengukur *website*, *WebQual* disusun berdasarkan tiga dimensi, yaitu: kegunaan(*usability*), kualitas interaksi (*information quality*), dan interaksi layanan (*service interaction*). Metode ini merupakan pengembangan dari *servqual* yang banyak digunakan sebelumnya pada pengukuran kualitas jasa.

3 Metodologi

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *action research* (penelitian tindakan). Menurut

Arikunto (2013:129) Penelitian tindakan adalah penelitian tentang hal-hal yang terjadi di masyarakat atau kelompok sasaran, dan hasilnya langsung dapat dikenakan pada masyarakat yang bersangkutan. Ciri atau karakteristik utama dalam penelitian tindakan adalah adanya partisipasi dan kolaborasi antara peneliti dengan anggota kelompok sasaran.

3.2. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, responden terbagi atas 3 macam yakni:

- a. Ahli komputer, dengan tujuan untuk mengetahui kualitas *website* yang sudah dibuat. Jumlah responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebanyak 2 orang
- b. Ahli pemasaran, dengan tujuan untuk mengetahui kualitas promosi yang sudah disajikan dalam *Website*. Jumlah responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebanyak 2 orang
- c. Konsumen 2 orang, dengan tujuan untuk mengetahui konsumen tertarik atau tidak untuk membeli setelah melihat *website*.

Jadi jumlah responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebanyak 6 orang.

3.3. Teknik Sampling

Menurut Arikunto (2013:183), “*purposive sample* dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan didasarkan atas strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu.”

3.4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini akan digunakan beberapa metode, sebagai berikut :

3.4.1 Interview

Menurut Arikunto (2013:198) “Interview yang sering juga disebut dengan wawancara atau kuesioner lisan, adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (*interviewer*) untuk memperoleh informasi dari terwawancara”.

3.4.2 Observasi

Menurut Arikunto (2013:199) menjelaskan observasi adalah sebagai berikut, “Observasi atau yang disebut pula dengan pengamatan, meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra”.

3.4.3 Dokumentasi

Menurut Arikunto (2013:147) “Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mendokumentasikan

gambar-gambar atau data-data pada saat melaksanakan penelitian”

3.5. Metode Analisa

Metode analisis yang digunakan menggunakan metode deskriptif. Menurut Sugiyono (2014:206) “Deskriptif adalah mendeskripsikan apa yang telah dilihat, ditanyakan dan di informasikan yang diperoleh.”

3.6 Pengembangan Kuesioner

Menurut Sugiyono (2011: 93), skala *Likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Data yang telah terkumpul melalui angket, kemudian diolah kedalam bentuk kuantitatif, yaitu dengan cara menetapkan skor jawaban dari pertanyaan yang telah dijawab oleh responden, dimana pemberian skor tersebut didasarkan pada ketentuan.

4 Hasil Penelitian dan Bahasan

4.1 Siklus 1

4.1.1 Observasi Awal

Melakukan observasi awal pada kos *Arfad Community* malang, observasi ini dilakukan untuk mengetahui media promosi apa yang digunakan dan apakah promosi tersebut berjalan dengan baik. Observasi awal dilakukan dengan cara melakukan pengamatan media promosi yang ada. Berdasarkan pengamatan kos *Arfad Community* menggunakan media promosi yaitu berupa papan nama di depan kos, poster kegiatan dan media *online* berupa *instagram*.

Media promosi tersebut kurang memberikan informasi yang lebih tentang kos *Arfad Community*. Calon konsumen kurang mendapatkan informasi tentang rumah kos, fasilitas, dan kelebihan, oleh karena itu di buat sebuah media promosi *online* berupa *website company profile* yang dapat memberikan informasi dan menjadi media promosi yang lengkap. *Website* media *online* yang dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jangkauan konsumen dapat lebih luas.

4.1.2 Perencanaan (*Planning*)

Pada tahap ini dilakukan perencanaan pembuatan *website company profile* kos *Arfad Community*. Setelah dilakukan observasi awal untuk mengetahui masalah dan media promosi yang digunakan selanjutnya menyusun perencanaan, perencanaan meliputi :

- Tipe *Website* dan Menu *Website*
- Data-data

4.1.3 Tindakan (*Action*)

Setelah melakukan perencanaan, selanjutnya mulai melakukan pembuatan *website company profile* melalui *planning* yang telah ada. Berikut adalah tindakan (*action*) yang dilakukan dalam pembuatan *website* :

- Memberikan *interview guide* kepada pemilik dan pengambilan data
- Pembelian *domain* dan *hosting*
- Pembuatan *website*

4.1.4 Observasi (*Observation*)

Disini dilakukan penilaian kepada 6 responden yang masing-masing terdiri dari 2 ahli komputer, 2 ahli pemasaran dan 2 pengguna/pelanggan.

Berikut adalah hasil penyebaran kuisisioner dari seluruh responden terhadap *website company profile* pada kos *Arfad Community* malang

Tabel 1. Hasil Penyebaran Kuesioner
Responden Ahli Komputer dan Pengguna

Pernyataan	Kriteria Penilaian (Satuan orang)				
	STS	TS	C	S	SS
Aspek Kemudahan Penggunaan (<i>usability</i>)					
1	0	0	0	3	1
2	0	0	1	1	2
3	0	0	0	3	1
4	0	0	0	3	1
5	0	1	0	0	3
Aspek Kualitas Informasi (<i>information quality</i>)					
1	0	0	0	3	1
2	0	0	1	0	3
3	0	0	0	1	3
4	0	0	0	1	3
5	0	1	0	1	1
Aspek Interaksi dan Kualitas Layanan (<i>service interaction quality</i>)					
1	0	0	0	2	2
2	0	0	0	0	3
3	0	0	1	2	1

Sumber : Data diolah (2017)

Berikut adalah tabel hasil penyebaran kuesioner kepada responden ahli pemasaran:

Tabel 2. Hasil Penyebaran Kuesioner
Responden Ahli Pemasaran

Pernyataan	Kriteria Penilaian (Satuan orang)				
	STS	TS	C	S	SS
Aspek Promosi					
1	0	0	1	1	0
2	0	0	0	2	0
3	0	0	0	1	1
4	0	0	0	1	1
5	0	0	0	2	0

Sumber : Data diolah (2017)

4.1.5 Refleksi (*Reflection*)

Pada tahap refleksi, dianalisis revisi yang didapat dari proses observasi. Kemudian dilakukan perbaikan sesuai dengan revisi tersebut pada siklus berikutnya. Beberapa perbaikan dari responden yaitu:

- Kurang gambar fasilitas yang ada di kos *Arfad Community*
- Gambar pada *homepage layout* kurang menunjukkan identitas kos
- Informasi kos perlu ditambahkan
- Perlu menambahkan testimoni pada *website*
- Kelebihan dari kos kurang menonjol

Berdasarkan hasil kuesioner dari beberapa responden dapat dijelaskan bahwa perlu adanya siklus kedua dalam pelaksanaan *action research* untuk memperbaiki kekuarangan dari desain *website company profile*.

4.2 Siklus II

Setelah melaksanakan siklus I melaksanakan *actions research* dilanjutkan ke siklus kedua

4.2.1 Perencanaan (*Planning*)

Pada tahap ini dilakukan analisa terhadap permasalahan yang didapat dari tahap refleksi pada siklus 1. Hasil evaluasi selanjutnya dilakukan perencanaan perbaikan *website* perusahaan sehingga sesuai dengan revisi yang diberikan. Berikut adalah hal-hal yang perlu diperbaiki

- Menambahkan gambar fasilitas yang ada di kos *Arfad Community*
- Mengganti gambar *layout homepage* menjadi lebih menarik
- Menambahkan informasi kos
- Perlu menambahkan testimoni pada *website*
- Memperbaiki bagian keunggulan dari kos *Arfad Community*

4.2.2 Tindakan (*Action*)

Pada tahap ini perbaikan dilakukan dengan *editing* kembali *website* yang menggunakan CMS *WordPress* sesuai revisi pada siklus 1. Perbaikan-perbaikan tersebut antara lain:

- Menambahkan gambar fasilitas yang ada di kos *Arfad Community*, seperti menambahkan gambar tempat tidur dan kamar dari kos *Arfad Community*. Menambahkan fasilitas lainnya yaitu tempat parkir yang menjadi salah satu hal yang dapat minat calon konsumen.
- Mengganti gambar *layout homepage* menjadi lebih menarik, dengan

menampilkan kelebihan pada *homepage layout* calon konsumen akan tertarik pada *website* dan produk atau jasa didalamnya. *Layout homepage* terdiri dari 4 *slide* gambar.

- Menambahkan informasi kos yang terletak di menu rumah kos. Menambahkan informasi tentang gambaran rumah kos.
- Menambahkan testimoni pada *website* yang diambil dari beberapa penghuni rumah kos *Arfad Community*
- Memperbaiki bagian keunggulan dari kos *Arfad Community* dengan mengganti beberapa poin penting dari alasan mengapa orang tertarik pada rumah kos atau alasan mahasiswa memilih kos tersebut. Beberapa hal yang ditambahkan adalah fasilitas kamar seperti tempat tidur, tempat parkir kendaraan, fasilitas dapur dan fasilitas pelengkap lain seperti *wifi* dan TV

Setelah proses *editing* selesai diperbaiki, maka tahap selanjutnya dengan menunjukkan kepada 6 responden melalui kuesioner yaitu meliputi 2 responden ahli komputer, 2 responden ahli pemasaran dan 2 responden pengguna *website*.

4.2.3 Observasi (*Observation*)

Dari hasil pengujian desain *website* kos *Arfad Community* Malang, berikut merupakan hasil dari penyebaran kuesioner yang mengacu pada pengukuran efektivitas pengembangan desain yaitu *WebQual*

Tabel 3. Hasil Penyebaran Kuesioner
Responden Ahli Komputer dan
Pengguna Siklus 2

Pernyataan	Kriteria Penilaian (Satuan orang)				
	STS	TS	C	S	SS
Aspek Kemudahan Penggunaan (<i>usability</i>)					
1	0	0	0	2	2
2	0	0	1	1	2
3	0	0	0	1	1
4	0	0	0	1	2
5	0	0	0	1	3
Aspek Kualitas Informasi (<i>information quality</i>)					
1	0	0	0	2	2
2	0	0	0	1	3
3	0	0	0	1	3
4	0	0	0	1	3
5	0	0	1	1	2
Aspek Interaksi dan Kualitas Layanan (<i>service interaction quality</i>)					
1	0	0	0	2	2
2	0	0	0	0	4
3	0	0	1	1	2

(Sumber : Data diolah, 2017)

Berikut adalah tabel hasil penyebaran kuesioner kepada responden ahli pemasaran:

Tabel 4. Hasil Penyebaran Kuesioner
Responden Ahli Pemasaran Siklus 2

Pernyataan	Kriteria Penilaian (Satuan orang)				
	STS	TS	C	S	SS
Aspek Promosi					
1	0	0	1	1	0
2	0	0	0	2	0
3	0	0	0	1	1
4	0	0	0	1	1
5	0	0	0	2	0

(Sumber : Data diolah, 2017)

4.2.4 Refleksi (*Reflection*)

Ditarik kesimpulan bahwa *website* tersebut sudah mempunyai kualitas yang lebih baik daripada sebelumnya dan menjadikan *website company profile* tersebut memenuhi kriteria yang baik dalam hal pemasaran dan komputer.

5 Simpulan dan Saran

5.1. Simpulan

Berbasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa *website company profile* kos *Arfad Community* dapat dikatakan efektif dan memenuhi syarat *website* yang baik dalam promosi dan penyampaian informasi, sehingga *website* dapat memberikan kemudahan dalam melakukan promosi kepada masyarakat secara luas.

5.2. Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada kos *Arfad Community* antara lain sebagai berikut :

- Diharapkan kos *Arfad Community* dapat menggunakan *website company profile* tersebut sebagai media promosi dan informasi bagi calon konsumen
- Website company profile* tersebut dapat diperbarui sesuai dengan perkembangan yang ada, baik informasi tentang produk dan gambar-gambar yang tercantum didalamnya. Pembaruan tersebut dilakukan dengan cara melakukan *login admin* dan membuka dasbor untuk mengedit *website*.
- Meningkatkan penggunaan media *online* sebagai media promosi, dengan dengan mencantumkan alamat *website* pada papan nama atau menempelkan alamat *website*

pada bagian depan setiap rumah kos *Arfad Community* sehingga dapat dilihat oleh calon konsumen dan penghuni kos yang lain.

6. Daftar Rujukan

- Adelheid, Andrea. 2015. *Website No.1 Cara Mudah Bikin Website dan Promosi SEO*. Yogyakarta: MediaKom
- Agung, Gregorius. 2015. *Membuat Company Profile dengan WordPress*. Jakarta: PT Rlr Media Komputindo.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Helianthusonfri, Jefferly. 2015. *1 Juta Rupiah Pertama Anda dari WordPress*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedi
- Kurniawan, Budi. 2014. Perancangan *Website* sebagai Media Informasi dan Promosi pada Stikes Al Ma'arif Batu Raja. *Jurnal Media Informatika dan Komputer*. Vol.4 No 1. 1 Desember 2014. Hal 1-11. ISSN: 2089-4384.
- Seno, Wibowo. 2015. *Sukses Berbisnis Toko Online dengan WordPress dan WooCommerce*. Yogyakarta: Andi
- Solihat. 2009. *Menggunakan Internet*. Bandung: Gaza Publishing
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuanlitatif, dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Suh, Woojong. 2005. *Web Wngineering Principles and Techniques*. United Stated of America: Idea Group Publishing
- Sunyoto, Danang. 2013. *Teori, Kuisiener dan Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Riyanto, Andi Dwi. 2015. Pembuatan *Website* Sebagai Media Promosi Yang Terpercaya. *Jurnal Teknik Informatika*. Vol 1, No 1 (2015). Hal 28-35. ISSN: 1979-2328.
- Wirarama, Andre. 2016. *Penggunaan Aplikasi CMS Wordpress untuk Merancang Website sebagai Media Promosi pada Indokick Original Sneakers Jakarta*. Skripsi Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang. Dipublikasikan