Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: galungwaknook@gmail.co

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (1) 2026, Page: 15073-15080

Pembuatan Media Promosi Website Company Profile pada PT Koin Pilar Utama Sidoarjo

Daffa Nurhisyam Muzhaffar[1], Dwi Sudjanarti[2]

[1,2]Politeknik Negeri Malang

Corresponding Author: Daffa Nurhisyam Muzhaffar, e-mail: daffamuzhaffar1703@gmail.com[1]

Published: Maret , 2026

ABSTRAK

The development of information and communication technology encouraged companies to utilize the digital media as the effective promotional tool. Previously, PT Koin Pilar Utama Sidoarjo did not have an active digital promotional media aside from word of mouth and business cards. This served as the background for this research in the form of a company profile website. Using the WebQual method, this study aimed to design a company profile website and measure its quality. This research was Action Research consisting of four stages: planning, action, observation, and reflection. The researcher collected the data by interviewing, observation, documentation, and the questionnaires were distributed to 20 respondents consisting of computer experts, marketing experts, the company owner, and potential consumers. Through calculating the total questionnaire scores and converting them into percentage values of effectiveness, the data processing was conducted. The results show that from the category "very good" the designed company profile website obtained a total score of 2.065 out of an ideal score of 2.300, with an effectiveness index of 89.78%. The website met the aspects of ease of use, information quality, and service interaction. The keyword optimization, meta tags, access speed, and SEO-friendly URLs, SEO strategies were applied to improve search engine visibility. The condusion of this research is that the developed company profile website is suitable to be used as digital promotional media for PT Koin Pilar Utama Sidoarjo. It is recommended that this website the company to expand the information reach to potential customers and business partners more effectively and interactively.

Keywords: Company Profile Website, Digital Promotional Media, WordPress, WebQual, SEO

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam beberapa dekade terakhir mengalami kemajuan yang sangat pesat dan memberikan dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor bisnis. Transformasi digital yang ditandai dengan kemunculan internet dan platform berbasis web telah mengubah cara perusahaan berinteraksi, menyampaikan informasi, serta memasarkan produk dan jasa kepada masyarakat. Internet menciptakan ekosistem pertukaran informasi yang cepat, luas, dan efisien, sehingga mendorong pelaku usaha untuk beradaptasi dengan pola persaingan yang semakin mengandalkan inovasi teknologi dan kecepatan akses informasi.

Internet kini telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat, mulai dari kebutuhan komunikasi, pencarian informasi, hiburan, hingga aktivitas transaksi bisnis. Data dari We Are Social menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2023 mencapai 213 juta jiwa atau sekitar 77% dari total penduduk, meningkat sebesar 5,44% dibandingkan tahun sebelumnya. Peningkatan ini mencerminkan semakin luasnya penetrasi internet hingga ke wilayah pedesaan, yang didukung oleh infrastruktur jaringan yang semakin memadai serta biaya akses yang lebih terjangkau.

Kondisi tersebut membuka peluang besar bagi pelaku bisnis untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi yang efektif dan efisien.

Dalam konteks pemasaran modern, perusahaan dituntut untuk merancang strategi promosi yang tidak hanya kreatif, tetapi juga mampu menjangkau calon konsumen secara tepat sasaran. Pergeseran perilaku masyarakat yang semakin banyak menghabiskan waktu di ruang digital menjadikan promosi berbasis internet sebagai kebutuhan utama. Berbagai metode pemasaran digital seperti media sosial, search engine optimization (SEO), email marketing, dan iklan online mulai menggantikan pendekatan promosi konvensional. Di antara berbagai media digital tersebut, website perusahaan memiliki peran yang sangat penting karena berfungsi sebagai pusat informasi resmi mengenai identitas dan aktivitas perusahaan.

Website perusahaan, khususnya website company profile, menjadi representasi digital yang menyajikan informasi mendalam mengenai profil perusahaan, seperti visi, misi, sejarah, struktur organisasi, serta produk dan layanan yang ditawarkan. Website company profile tidak hanya berfungsi sebagai brosur daring, tetapi juga berperan strategis dalam membangun citra profesional dan meningkatkan kredibilitas perusahaan di mata calon konsumen, mitra bisnis, maupun investor. Keberadaan website yang informatif dan dirancang dengan baik akan memudahkan publik dalam mengakses informasi serta memperkuat kepercayaan terhadap perusahaan.

Penggunaan website sebagai media promosi dinilai lebih efektif dan efisien karena mampu menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pembuatan website dapat meningkatkan visibilitas perusahaan dan mempermudah akses informasi bagi calon klien (Kusumawati, 2017). Website juga menjadi platform digital yang fundamental bagi entitas bisnis untuk hadir dan berinteraksi secara daring seiring dengan semakin meningkatnya kebutuhan informasi berbasis internet.

Dalam proses pengembangan website, salah satu solusi yang banyak digunakan adalah Content Management System (CMS). CMS merupakan perangkat lunak yang memungkinkan pengelolaan konten website secara mudah, dinamis, dan fleksibel tanpa harus memiliki kemampuan pemrograman yang mendalam. Salah satu CMS yang paling populer adalah WordPress. CMS WordPress bersifat open source dan menggunakan bahasa pemrograman PHP dengan basis data MySQL, sehingga mudah dikembangkan sesuai kebutuhan pengguna. CMS ini memungkinkan pelaku usaha untuk menambahkan informasi produk, promosi, hingga alur layanan secara praktis. CMS WordPress dinilai efektif dalam mendukung aktivitas promosi digital karena kemudahan penggunaan dan fleksibilitas fitur yang dimilikinya (Heryana, 2018).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penggunaan website company profile berbasis WordPress dapat meningkatkan efektivitas promosi dan daya saing perusahaan. Aprilia dan Maskur (2024) menyatakan bahwa penggunaan WordPress sebagai media promosi berhasil memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan kredibilitas CV Duta Perkasa Pasuruan. Penelitian lain oleh Bustomi dan Pribadi (2021) menunjukkan bahwa pemanfaatan CMS WordPress pada UMKM Delpi Komputer Pandaan mampu meningkatkan minat beli pelanggan secara signifikan. Namun demikian, Putra dan Hartanto (2019) mengungkapkan bahwa website company profile yang hanya bersifat informatif tanpa adanya interaksi atau komunikasi aktif cenderung kurang menarik minat konsumen dan tidak memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan penjualan. Perbedaan hasil temuan tersebut menunjukkan bahwa kualitas dan pengelolaan website menjadi faktor penting dalam keberhasilan promosi digital.

PT Koin Pilar Utama Sidoarjo merupakan perusahaan yang bergerak di bidang Mechanical dan Electrical, khususnya Heating, Ventilation, and Air Conditioning (HVAC), serta layanan pemasangan sistem pemadam kebakaran, instalasi listrik, dan pemipaan untuk sektor industri, hotel, rumah sakit, dan pusat perbelanjaan. Selama ini, perusahaan masih mengandalkan metode promosi konvensional seperti word of mouth dan kartu nama. Meskipun perusahaan pernah terdaftar pada Companies House Indonesia, website tersebut sudah lama tidak diperbarui dan tidak berfungsi secara optimal sebagai media promosi digital.

Di tengah persaingan yang semakin ketat di bidang kontraktor mekanikal dan elektrikal, PT Koin Pilar Utama Sidoarjo dituntut untuk melakukan inovasi dalam strategi promosi. Penggunaan media promosi berbasis website company profile dinilai mampu memberikan informasi perusahaan

secara lengkap, mudah diakses, serta memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah dengan calon konsumen. Oleh karena itu, pengembangan website company profile berbasis CMS WordPress menjadi solusi yang relevan untuk meningkatkan efektivitas promosi dan daya saing perusahaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini difokuskan pada pembuatan media promosi berupa website company profile menggunakan CMS WordPress pada PT Koin Pilar Utama Sidoarjo. Selain itu, penelitian ini juga mengukur kualitas website yang dikembangkan menggunakan metode WebQual untuk menilai aspek kemudahan penggunaan, kualitas informasi, dan interaksi layanan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana proses pembuatan website company profile PT Koin Pilar Utama Sidoarjo serta bagaimana kualitas informasi website tersebut jika diukur menggunakan metode WebQual. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk merancang dan mengimplementasikan website company profile berbasis CMS WordPress pada PT Koin Pilar Utama Sidoarjo serta mengetahui kualitas website yang dihasilkan melalui analisis WebQual. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi perusahaan dalam meningkatkan efektivitas promosi digital serta menjadi referensi akademik dalam pengembangan media promosi berbasis website.

METODE

Jenis Penelitian

Jenis peneitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian Tindakan atau Action Research. Penelitian tindakan (Action Research) adalah penelitian yang dilakukan oleh praktisi yang terlibat langsung dalam konteks tertentu dengan tujuan untuk mengatasi permasalahan dalam praktik sehari-hari. peneliti secara aktif terlibat dalam tindakan perbaikan atau perubahan di lapangan, mengamati, menganalisis, dan melaporkan dampak dari tindakan tersebut. Penelitian tindakan harus jelas membedakan perbedaan ciri tindakan dan penelitian, harus terlibat langsung dan bukan hanya sekedar sebagai penonton. Berdasarkan pengertian tersebut dapat dipahami bahwa penelitian tindakan memiliki penelitian tindakan lebih ditunjukkan untuk meningkatkan praktik ketimbang memproduksi pengetahuan. Prosedur penelitian ini memiliki tahapan dan diuraikan dalam satu siklus yaitu plan, act, observe, and reflection**.**

Unit Analisis

Jumlah responden yang akan digunakan dalam penelitian ini sebanyak 20 orang, yang terdiri atas 1 ahli komputer, 2 ahli pemasaran, 15 konsumen, dan 1 pemilik usaha.

Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan ada dua jenis yaitu primer dan sekunder. Jenis data primer diperoleh melalui wawancara dengan PT Koin Pilar Sidoarjo dan penyebaran kuisioner kepada responden sedangkan jenis data sekunder diperoleh melalui artikel, situs internet yang berkaitan dengan penelitian.

Pengembangan Kuesioner

Responden penelitian nantinya diharuskan untuk menanggapi setiap pertanyaan dalam kuisioner yang disusun berdasarkan indicator *WebQual* (*Usability Quality, Service Interaction Quality, Information Quality*).

Skala Likert

Skala ini digunakan untuk mengukur sikap, opini, dan pendapat responden penelitian dengan kategori sebagai berikut:

Tabel 1. Skala Likert

Kategori	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

WebQual

Penentuan nilai *webqual* dilakukan dengan:

1. Skor
   Perhitungan skor dilakukan menggunakan rumus berikut:
   Skor ideal: T x Pn
   Keterangan:
   T = Total jumlah responden yang memilih
   Pn = Skor likert
2. Persentase
   Perhitungan persentase dilakukan menggunakan rumus berikut:
   $$Rumus\ indeks\ = (Total\ skor)/y \times 100\%$$
   Keterangan:
   Total skor = Frekuensi dari setiap jawaban
   y = Skor likert x total responden
   100% = Prosentase tetap
3. Interval
   perhitungan interval dilakukan menggunakan rumus berikut:
   $$Range = \frac{100\%}{5} = 20\%$$
   Berdasarkan rumus tersebut dapat ditentukan kategori sebagai berikut:
   0% -20% = Sangat Kurang Baik
   21% -40% = Kurang Baik
   41% -60% = Cukup Baik
   61%-80% = Baik
   81% - 100% = Sangat Baik

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Perusahaan

PT Koin Pilar Utama Sidoarjo adalah perusahaan penyedia jasa pemasangan AC, pemasangan sistem pemadam kebakaran, dan pemasangan jaringan listrik. Perusahaan ini berdiri pada tahun 2020 yang berkantor di Taman Puspa Anggaswangi D2 No.18, Sidoarjo. Awal berdiri perusahaan ini adalah dari usaha perorangan di bidang *service* ac yang melayani untuk kantor, sekolah, dan pertokoan kecil. Setelah berjalan selama kurang lebih 3 tahun, usaha perorangan ini mengalami perkembangan , mulai melayani untuk pabrik, mall, rumah sakit dan hotel. Tahun 2022 dibentuklah perusahaan ini, untuk menjangkau pangsa pasar yang lebih luas dan mulai bergerak bidang usaha yang lain, seperti pekerjaan jaringan listrik, pemasangan sistem kebakaran , dan pemipaan untuk air bersih dan kotor. Dalam perkembangan sekarang PT Koin Pilar Utama, sudah dipercaya untuk mengerjakan proyek proyek yang lebih komplek di bidang HVAC (*Heating Ventilation Air Conditioning*), pemadam kebakaran dan fire alarm, sistem Jaringan elektrikal untuk industri, dan sistem perpipaan yang dalam dunia bisnis disebut bidang "*Mechanical & Electrical*".

Pelaksanaan *Action Research*

Observasi Awal

Pada tahap observasi awal dilakukan wawancara secara langsung dengan pemilik, serta mengamati sarana promosi yang dimiliki dan yang belum dimiliki. Media yang digunakan masih berupa konvensional yaitu word of mouth dan kartu nama. Perusahaan terdaftar secara legal di situs Companies House Indonesia, namun keberadaan halaman tersebut bersifat pasif (tidak diperbarui secara berkala) dan tidak ada informasi lebh lanjut mengenai PT Koin Pilar Utama. Selain itu, salah satu karyawan PT Koin Pilar Utama juga memiliki profil profesional di platform LinkedIn, yang dapat muncul dalam pencarian publik di Google yang secara tidak langsung dapat menjadi salah satu media promosi perusahaan.

Siklus 1

1. Perencanaan (*plan*)

Pada tahap ini merencanakan konsep awal *website* yang terdiri dari 5 menu yaitu *Home*, *About Us*, *Our Services*, *Projects*, *Contact Us*.

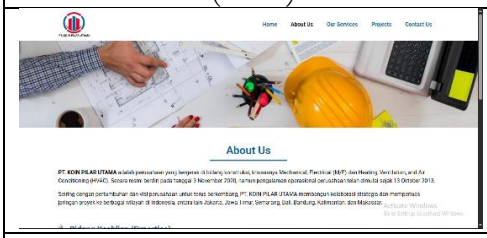
2. Tindakan (*Action*)
   Dilakukan pembelian *domain* dan *hosting*,instalasi *Wordpess*, instalasi tema *website* dan plugin elementor pro untuk menambahkan konten *website* seperti informasi profil perusahaan, gambar proyek ,kotak formulir, dan kontak.
3. Observasi (*Observ*)
   Dilakukan pengujian langsung terhadap penggunaan *website* tersebut untuk mengukur pengalaman pengguna secara objektif menggunakan metode *webqual* yang terdiri dari *Usability* (Kemudahan dalam menggunakan), *Information Quality* (Kualitas Informasi), *Service Interction Quality* (Kualitas Interaksi Pelayanan). Kuisioner disebar kepada 20 responden yang terdiri dari 2 ahli komputer, 2 ahli pemasaran, 1 pemilik perusahaan, dan 15 calon konsumen untuk mendapatkan tanggapan dan masukan yang mendalam serta konstruktif terhadap tampilan dan fungsi *website* yang telah dibuat.
4. Refleksi (*Reflection*)
   Hasil pengujian menunjukkan website berada dalam kategori"Sangat Baik" yang menunjukkan bahwa media promosi berupa *website company profile* PT Koin Pilar Utama telah memenuhi kriteria dan tidak ditemukan saran dari para ahli . Sehingga dapat disimpulkan pelakasanaan *Action Research* dinyatakan selesai dan tidak lanjut ke siklus berikutnya.

Setelah dilakukan pelaksanaan penelitian tindakan ini dengan cara menyebarkan kuisioner kepada 20 responden yang terdiri dari ahli komputer,ahli pemasaran, pemilik perusahaan, dan calon konsumen, diperoleh total skor sebesar 2.065 dari skor ideal 2.300. Jika dihitung, nilai rata-rata indeks efektifitas yang didapat adalah 89,78% yang termasuk dalam kategori "Sangat Baik" yang berarti *website* yang dibuat sudah memenuhi standar baik dari sisi tampilan, kemudahan penggunaan, maupun informasi yang disajikan. Dari hasil tersebut bisa disimpulkan jika *website* yang dikembangkan sudah layak digunakan dan bisa mendukung kegiatan promosi secara digital. *Website* ini dinilai mampu membantu perusahaan dalam menyampaikan informasi secara lebih luas dan interaktif khususnya kepada calon konsumen atau mitra bisnis. *website company profile* PT Koin Pilar Utama Sidoarjo juga ditunjang oleh strategi *Search Engine Optimization* (SEO) seperti penggunaan keyword yang relevan, optimasi meta tag dan deskripsi pada setiap halaman, kecepatan dalam mengakses *website,* dan URL yang SEO *friendly*.

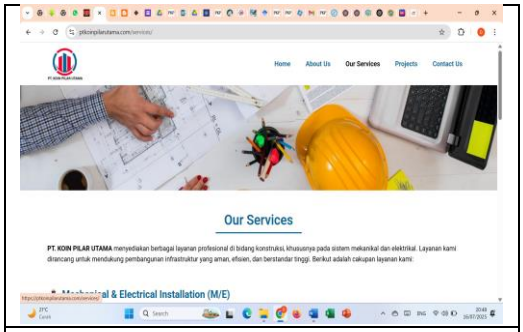
Hasil desain *Website*



Menu Beranda (*Home*)



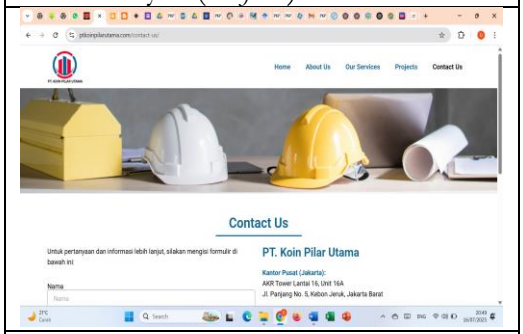
Menu Tentang Kami (*About Us)*



Menu Layanan Kami (*Our Services*)



Menu Proyek (*Projects*)



Menu Kontak (*Contact Us*)

Gambar 1. Hasil Design *Website*

Implikasi

Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian, pembuatan media promosi *website company profile* pada PT Koin Pilar Utama Sidoarjo membuktikan bahwa *CMS Wordpress* mampu menghasilkan media promosi yang efektif, mudah digunakan, dan informatif, Susanto (2021) dan Rahman (2019). Hasil evaluasi menggunakan *WebQual* (Barnes & Vidgen, 2000) juga memperkuat bahwa ketiga dimensi utama, yaitu *Usability*, *Information quality*, dan *Interaction Quality* dapat digunakan untuk mengukur kualias *website* dengan baik dari sisi pengguna. kombinasi *CMS Wordpress* dan *Webqual* dapat menjadi pendekatan yang tepat dalam membangun dan mengevaluasi media promosi digital berbentuk *website*.

Implikasi Praktis

Implikasi praktis dari penelitian ini dapat memberikan manfaat signifikan bagi PT Koin Pilar Utama Sidoarjo yaitu pemilik usaha dapat lebih efektif dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas, hal ini tentu ini sangat berguna untuk lebih mengenalkan bidang usaha dan kemampuan perusahaan kepada calon konsumen, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan omzet perusahaan tersebut.

Implikasi Penelitian yang Akan Datang

Bagi penelitian yang akan dating disarankan untuk dapat mengeksplorasi aplikasi selain *CMS Wordpress*, seperti Joomla, Wix, atau Webflow untuk mengetahui sejauh mana *Platform* tersebut dapat memberikan kemudahan bagi pengguna. Bagi peneliti selanjutnya agar bisa lebih berfokus bagaimana teknik optimasi mesin pencari dapat meningkatkan visibilitas *website* di google, sehingga dapat menjangkau calon konsumen secara luas dan dapat meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan, yang terakhir untuk penelitian selanjutnya agar selalu menggunakan fitur keamanan pada *website* agar terlindungi dari serangan siber.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pembuatan media promosi berupa website company profile berbasis CMS WordPress pada PT Koin Pilar Utama Sidoarjo telah berhasil dilakukan dan berfungsi secara optimal sebagai sarana promosi digital perusahaan. Website yang dikembangkan mampu menyajikan informasi yang komprehensif mengenai profil perusahaan, layanan yang ditawarkan, dokumentasi proyek, serta informasi kontak yang memudahkan komunikasi antara perusahaan dan calon konsumen.

Evaluasi kualitas website dilakukan menggunakan metode WebQual yang mencakup dimensi usability (kemudahan penggunaan), information quality (kualitas informasi), dan service interaction quality (kualitas interaksi pelayanan). Hasil pengukuran yang diperoleh dari 20 responden yang terdiri atas ahli komputer, ahli pemasaran, pemilik perusahaan, serta konsumen atau calon konsumen menunjukkan bahwa website berada pada kategori "Sangat Baik" dengan nilai rata-rata indeks sebesar 89,78%.

REFERENCES

Aksono, L. D. (2020). *XII. Produk Kreatif Kewirausahaan.* Jakarta.

Arief, M. H., Himawat Aryadita, & Az-zahra, H. M. (2019). Pengukuran Kuliatas Website Filkom Apps Mahasiswa Universitas Brawijaya Dengan Mengunakan Metode Webqual 4.0 dan Importance dan Performance Analysis (IPA). *Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer, 3*, 685-694.

Asari, A. (Red.). (2023). *Pengembangan Website*. Malang: Media Nusa Creative.

Bong, V. (2023). Perancangan dan Implementasi Website Company Profile Perusahaan di PT. Multi Technindo. In *National Conference for Community Service Project (NaCosPro)* (Vol. 5, No. 1, pp. 919-926).

Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V., & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.

Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. CV Penerbit Qiara Media.

Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Sukmana, D.J. 2020. Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. Yogyakarta: Pustaka Ilmu Group.

Hikmawati, F. (2020). *Metodologi Penelitian.* Depok: PT Rajagrafindo Persada.

Hilmi, R. (2020). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian pada 212 Mart Banjarmasin. *Jurnal Mitra Manajemen*, *4*(4), 550-565.

Mas'ari, A., Hamdy, M. I., & Safira, M. D. (2019). Analisa strategi marketing mix menggunakan konsep 4p (price, product, place, promotion) pada PT. Haluan Riau. *Jurnal Teknik Industri, 5*(2), 79-86.

Praestuti, C. (2020). Marketing mix terhadap kepuasan konsumen pada mama-mama penjual noken di oyehe kabupaten nabire. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, *10*(1), 21-24.

Pranata, K. B., & Indawati, N. (2018). *Panduan Praktis Pembuatan Company Profile.* Malang: Media Nusa Cretive.

Rahman, S. (2019). *Buku Pintar Web Desain dan SEO WordPress 5 PLUS*. Elex Media Komputindo.

Rahmawati, D. A. (2022). Perancangan Dan Pembuatan Digital Promosi Berbasis Web Untuk Malvariota. *Applied Business and Administration Journal*, *1*(3).

Rahmawati, E. D. (2020). *Manajemen Pemasaran* (1st uppl.). Yogyakarta: Pustakabaru press.

Rohman, A. (2023). *Mudahnya Membuat Web e-Learning Berbasis Web dan Android*. Elex Media Komputindo.

Rosini, L. (2023). *Metode Penelitian Akuntansi Kuantitatif dan Kulitatif.* Indramayu: CV Adanu Abimata.

Sa'ad, M. I. (2020). *Otodidak Web Programming: Membuat Website Edutainment*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Sawlani, D. K. (2021). *Keputusan Pembelian Online.* Surabaya: Scopindo Media Pustaka.

Soepeno, B. (2014). Penggunaan Aplikasi CMS Wordpress Untuk merancang Website sebagai media promosi pada maroon wedding malang. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, *2*(1), 63-69.

Wahjusaputri, S., dan Purwanto, A. 2002. *Statistika Pendidikan: Teori, dan Aplikasi*. Sleman: CV. Bintang Semesta Media.

Wirawan, R., Aisyah, N., Rahman, A., Bilgah, B., Rahmawati, S., Medikano, A., & Putra, A. S. (2021). Perancangan Aplikasi Website Menggunakan Macromedia Dreamweaver Mx Untuk Budi Daya Anggrek (Studi Kasus Toko Anggrek Berseri). *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika (TEKINFO)*, *22*(2), 77-86.

Yaumi, M. (2016). *Action Research: Teori, Model dan Aplikasi*. Prenada Media.