

Pengembangan Ulang Website PT. Fannia Wedding Entertainment Guna Meningkatkan Brand Awareness dan Efisiensi Layanan Pelanggan

**Muchammad Farhan Ramadhan¹, Abdullah Ramadan Elansary², Dhimas Nurcahya³,
Suryaningrat^{4*}**

¹⁻⁴Fakultas Ilmu Komputer, Program Studi Teknik Informatika, Universitas Pamulang, Tangerang selatan,
Indonesia

Email: ¹muchammadfarhanramadan@email.com, ²abdullahramadanelansary@email.com,

³dhimasnurcahya171@email.com, ⁴d02362@unpam.ac.id*

(* : coresponding author)

Abstrak—PT. Fannia Wedding Entertainment merupakan perusahaan yang bergerak di bidang layanan Event Organizer dan Wedding Organizer. Pascapandemi COVID-19, perusahaan menghadapi tantangan penurunan jumlah pelanggan yang signifikan dan kesulitan mengembalikan stabilitas volume klien. Salah satu kendala utama adalah kurang optimalnya pemanfaatan media digital website lama perusahaan sebagai sarana branding dan pelayanan pelanggan. Website lama memiliki kelemahan pada antarmuka visual yang kurang menarik, portofolio tidak terstruktur, belum adanya fitur otomatisasi komunikasi, serta sistem ulasan pelanggan yang rentan manipulasi. Penelitian ini bertujuan mengembangkan ulang website perusahaan dengan mengintegrasikan fitur Chatbot otomatis berbasis WhatsApp dan manajemen ulasan pelanggan yang aman. Metode pengembangan sistem yang digunakan adalah model Waterfall yang meliputi analisis kebutuhan, perancangan, implementasi, pengujian, dan pemeliharaan. Platform ini dikembangkan menggunakan teknologi berbasis JavaScript, React, dan Tailwind CSS. Fitur utama yang diimplementasikan meliputi informasi layanan responsif, galeri portofolio, widget chatbot interaktif, serta formulir testimoni aman berbasis autentikasi Google Auth yang dilengkapi sistem moderasi dashboard Admin (Pending, Approved, Rejected). Hasil pengujian fungsionalitas menggunakan metode Black Box Testing menunjukkan seluruh fitur berjalan dengan valid. Website company profile yang baru ini terbukti berjalan lebih modern, responsif, mampu mengamankan validitas ulasan dari manipulasi data, mengoptimalkan promosi digital, serta menata alur komunikasi pelayanan pelanggan awal secara terstruktur.

Kata Kunci: Website, Chatbot; Company Profile, Testimoni, Google Auth, Waterfall, React.

Abstract—PT. Fannia Wedding Entertainment is a service company operating in the Event Organizer and Wedding Organizer sectors. Following the COVID-19 pandemic, the company faced a significant decline in customer volume and encountered difficulties in restoring business stability. A major contributing factor was the suboptimal utilization of its corporate website as a digital branding and customer service medium. The legacy website suffered from an outdated user interface, unstructured portfolio documentation, lack of automated interaction, and a highly vulnerable review system. This research aims to re-develop the company's website by integrating an automated WhatsApp-based chatbot and a highly secure customer testimonial management system. The system development method employs the structured Waterfall model, encompassing requirements analysis, system design, implementation, testing, and maintenance. The platform is built using modern web technology, including JavaScript, React, and Tailwind CSS. Key implemented features consist of responsive service catalogs, grid portfolios, interactive chatbot widgets, and a verified testimonial form secured by Google Authentication, managed entirely through an administrative moderation dashboard (Pending, Approved, Rejected). Functionality verification via Black Box Testing proves that all components operate flawlessly. The proposed website successfully establishes a modern, responsive single-point digital environment capable of preventing review data manipulation, enhancing digital promotion, and structuring early customer inquiry handling effectively.

Keywords: Website; Chatbot; Company Profile; Testimonial; Google Auth, Waterfall, React.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah mendorong transformasi fundamental dalam cara sektor industri kreatif memasarkan jasa dan berinteraksi dengan pangsa pasar potensial. Di era modern ini, peran sistem informasi berbasis web atau website company profile tidak lagi terbatas sebagai media informasi statis, melainkan telah berevolusi menjadi instrumen digital branding yang krusial serta sarana peningkatan efisiensi layanan pelanggan secara real-time.

Kehadiran platform web yang responsif dan interaktif menjadi penentu utama dalam membangun impresi profesionalisme bagi sebuah badan usaha.

PT. Fannia Wedding Entertainment merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang penyedia jasa Wedding Organizer (WO) dan Event Organizer (EO) yang melayani perencanaan serta pelaksanaan berbagai momentum sakral dan formal, seperti pesta pernikahan, hari ulang tahun, hingga gathering korporat. Sebagai entitas bisnis yang mengutamakan kualitas visual dan kepuasan pelayanan, perusahaan ini dituntut untuk menyajikan informasi layanan secara cepat, komprehensif, dan mudah diakses kapan saja oleh calon klien. Namun, dinamika pasar pascapandemi COVID-19 menyisakan tantangan besar berupa penurunan stabilitas volume pesanan akibat pergeseran perilaku masyarakat yang kini jauh lebih mengandalkan penilaian digital pra-transaksi.

Berdasarkan hasil observasi mendalam di lapangan, website lama yang dimiliki oleh PT. Fannia Wedding Entertainment belum mampu menjawab tantangan digital branding tersebut. Kendala utama terletak pada aspek user experience (UX) yang rendah, tampilan antarmuka visual yang kurang elegan, serta penyajian dokumentasi galeri portofolio acara yang acak dan tidak terstruktur. Selain itu, keterbatasan fungsionalitas komunikasi awal menyebabkan penanganan inquiry calon pelanggan berjalan lambat. Permasalahan diperparah oleh sistem testimoni publik terdahulu yang tidak dilengkapi lapis keamanan otentikasi, sehingga rentan terhadap manipulasi data ulasan palsu yang berisiko menurunkan kredibilitas citra perusahaan di mata publik.

Sejumlah penelitian terdahulu telah membuktikan efektivitas pengembangan profil web perusahaan dalam mendorong promosi digital. Penelitian oleh Sidik & Marpanaji (2025) menegaskan bahwa restrukturisasi visual profil web mampu memperkuat reputasi dan kualitas persepsi informasi perusahaan. Begitu pula dengan kajian Fajarsodik & Savitri (2024) serta Khulaifi & Khotimah (2024) yang menyatakan digitalisasi informasi terpusat memberikan kemudahan akses luar biasa bagi operasional modern. Di sisi lain, otomasi respon komunikasi lewat implementasi chatbot terbukti memangkas waktu tunggu layanan pelanggan secara drastis (Nugroho & Voutama, 2024; Akirini dkk., 2024). Lebih lanjut, transformasi dari model operasional manual ke arah platform digital berbasis web yang terstruktur terbukti mampu memperluas jangkauan promosi, meningkatkan visibilitas, menciptakan interaksi interaktif, sekaligus mendorong efisiensi operasional bisnis secara menyeluruh (Ruziq, Wayahdi, & Purwawijaya, 2025). Selanjutnya, transparansi dan validitas sistem ulasan yang aman memegang pengaruh positif yang signifikan dalam membangun faktor kepercayaan calon pembeli (Khairullah, Al Fauzi, & Nugraha, 2026).

Meskipun riset-riset tersebut telah banyak membahas pengembangan web profile maupun chatbot secara parsial, belum banyak penelitian yang mengintegrasikan aspek otomasi layanan bersamaan dengan pengamanan otentikasi ulasan berlapis menggunakan kombinasi framework modern React, Tailwind CSS, dan Google Authentication untuk industri Wedding Organizer. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan ulang website company profile PT. Fannia Wedding Entertainment melalui pendekatan arsitektur komponen modern. Implementasi strategi difokuskan pada pengintegrasian fitur Widget Chatbot interaktif untuk mempercepat alur respon komunikasi awal serta penerapan formulir testimoni aman berbasis Google Auth yang dikontrol langsung via dashboard pengelola Admin demi menjaga keabsahan data dari manipulasi spam bot.

2. METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian yang diterapkan dalam pengerjaan proyek sistem ini mengacu pada model siklus hidup pengembangan perangkat lunak (*Software Development Life Cycle / SDLC*) tradisional terstruktur, yaitu metode Waterfall. Pemilihan metode ini didasarkan pada karakteristik tahapan kerjanya yang sistematis, berurutan, dan terdokumentasi dengan baik, dimulai dari tahapan analisis kebutuhan hingga pemeliharaan sistem.

2.1 Partisipan Penelitian

Metodologi penelitian yang diterapkan dalam pengerjaan proyek sistem ini mengacu pada model siklus hidup pengembangan perangkat lunak (*Software Development Life Cycle / SDLC*) tradisional terstruktur, yaitu metode Waterfall. Pemilihan metode ini didasarkan pada

karakteristik tahapan kerjanya yang sistematis, berurutan, dan terdokumentasi dengan baik, dimulai dari tahapan analisis kebutuhan hingga pemeliharaan sistem.

Berisi penjelasan tentang tahapan metode penelitian dapat berupa alur kerja atau tabel

2.2 Instrumen Penelitian

Instrumen pemodelan logika sistem yang digunakan untuk menerjemahkan kebutuhan fungsional ke dalam bentuk rancangan teknis berorientasi objek meliputi diagram Unified Modeling Language (UML), yang terdiri atas Use Case Diagram, Activity Diagram, dan Sequence Diagram. Untuk perancangan basis data logika dan fisik, instrumen yang digunakan meliputi Entity Relationship Diagram (ERD) serta diagram Relasi Tabel Logical Record Structure (LRS). Perangkat lunak pendukung pengkodean inti meliputi teks editor Visual Studio Code, framework React.js untuk manajemen antarmuka berbasis komponen, dan Tailwind CSS untuk utilitas desain visual.

2.3 Teknik Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data primer dan sekunder dilakukan melalui tiga teknik terintegrasi:

1. **Observasi:** Melakukan pengamatan langsung terhadap performa website lama, kendala saluran komunikasi, serta pola penanganan dokumen data ulasan klien di kantor PT. Fannia Wedding Entertainment.
2. **Wawancara:** Mengadakan sesi tanya jawab tatap muka secara terstruktur bersama owner dan tim operasional guna mengidentifikasi daftar harga, detail fasilitas paket wedding/event, serta hak akses pengelolaan konten yang diinginkan.
3. **Studi Literatur:** Mengkaji referensi jurnal akademik terdahulu, buku arsitektur web modern, dan dokumentasi resmi library React serta Google API sebagai landasan teori implementasi sistem.

2.4 Teknik Analisis Data

Langkah analisis data diarahkan untuk mengolah hasil temuan lapangan ke dalam spesifikasi kebutuhan sistem usulan menggunakan teknik normalisasi data basis data guna menghilangkan redundansi. Proses normalisasi dijalankan secara bertahap:

1. Bentuk Tidak Ternormalisasi (UNF): Menggabungkan seluruh atribut data profil instansi, paket harga, galeri foto, user token Google, hingga teks pesan testimoni ke dalam satu skema besar.
2. Bentuk Normal Pertama (1NF): Memastikan seluruh field data bernilai tunggal (*atomic value*) tanpa ada grup berulang.
3. Bentuk Normal Kedua (2NF) dan Bentuk Normal Ketiga (3NF): Memecah atribut *non-key* agar bergantung sepenuhnya secara fungsional langsung pada *Primary Key*-nya masing-masing. Proses ini menghasilkan enam tabel master yang bersih dan efisien, yaitu Tabel Perusahaan, Tabel Layanan, Tabel Portofolio, Tabel Users, Tabel Admin, dan Tabel Testimoni.

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Pengembangan Sistem

Pengembangan ulang website PT. Fannia Wedding Entertainment telah berhasil diimplementasikan sepenuhnya dan dideploy secara publik pada platform infrastruktur cloud Vercel melalui alamat tautan resmi fanniaentertainment.vercel.app. Transformasi arsitektur antarmuka diwujudkan menggunakan konsep responsive web design, memastikan presisi visual layout tetap rapi saat diakses dari berbagai resolusi layar gawai desktop maupun mobile smartphone.

Fitur utama yang berhasil dibangun meliputi halaman utama (Landing Page) dengan nuansa estetika modern elegant yang merepresentasikan industri kreatif pernikahan. Halaman Galeri Portofolio diimplementasikan menggunakan struktur card grid interaktif untuk menampilkan rekam jejak dokumentasi asli acara berdasarkan kategori (Wedding, Decoration, Venue,

Event). Guna memangkas waktu tunggu layanan, diintegrasikan widget Chatbot (Asisten Virtual) otomatis pada sudut kanan bawah layar yang diprogram menggunakan bank data (knowledge base) internal untuk merespon kata kunci navigasi pengunjung seputar harga paket dasar secara instan 24/7 sebelum diarahkan menuju WhatsApp admin.

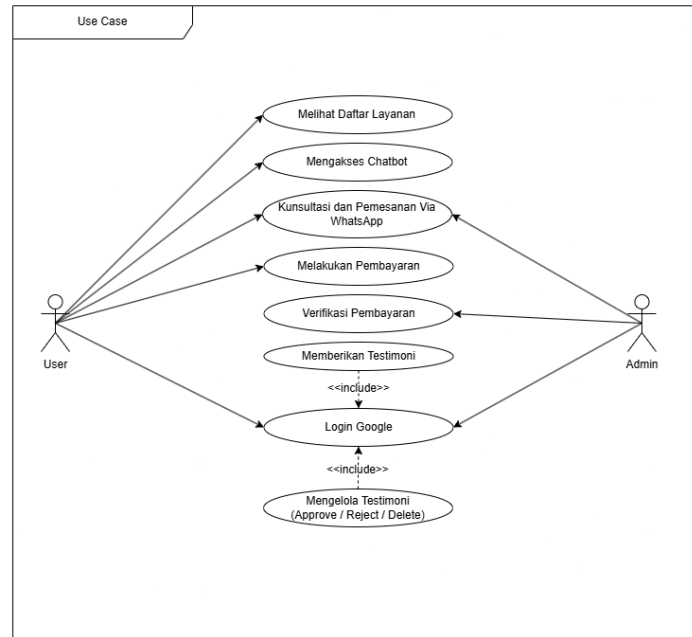
Inovasi lapis keamanan ulasan diterapkan pada bagian Halaman Testimoni. Pengunjung anonim dicegah mengirimkan ulasan secara ilegal melalui mekanisme Route Guard terintegrasi Google Authentication. Klien diwajibkan melakukan penekanan tombol login akun Google yang valid, yang kemudian secara dinamis akan menampilkan foto profil avatar dan nama asli pengguna langsung dari Google API pada antarmuka input ulasan. Seluruh data ulasan baru yang terkirim tidak langsung diterbitkan di halaman publik, melainkan masuk ke database dengan status awal *Pending*. Admin perusahaan harus melakukan otentikasi khusus untuk masuk ke URL privat Dashboard Manajemen Admin (/admin/testimonials) guna memfilter ulasan tersebut melalui opsi tindakan aksi komparatif: Approve (menampilkan ulasan ke halaman utama), Reject (menolak ulasan), atau Delete (menghapus permanen dari basis data). Untuk memastikan stabilitas fungsionalitas seluruh fitur usulan, telah dilakukan pengujian menyeluruh menggunakan metode pengujian terstruktur Black Box Testing dengan rincian skenario hasil sebagai berikut:

Table 1. Hasil Pengujian Fungsionalitas Sistem Berbasis Black Box Testing

No	Komponen / Fitur	Skenario / Aksi Pengujian	Hasil yang Diharapkan	Hasil Pengujian	Kesimpulan
1	Management Testimoni (Admin Dashboard)	Mengakses URL halaman admin (/admin atau sejenisnya) menggunakan akun Google yang sudah diset sebagai Admin.	Sistem mengenali hak akses pengguna, berhasil memberikan izin masuk, dan menampilkan Dashboard Testimoni Management (Total, Approved, Pending testimoni).	Sistem berhasil memvalidasi akun admin dan menampilkan halaman dashboard manajemen dengan tepat.	Sesuai Harapan (Valid)
2	Proteksi URL Admin (Keamanan Akses)	Mencoba mengakses URL halaman admin menggunakan akun Google client biasa (bukan admin).	Sistem mendeteksi ketidaksesuaian hak akses, menolak akses ke dashboard, dan otomatis melempar (redirect/terpentak) pengguna kembali ke halaman utama/katalog.	Akses ilegal digagalkan oleh sistem dan pengguna otomatis dialihkan ke halaman katalog klien.	Sesuai Harapan (Valid)

3	Moderasi Testimoni (Aksi Admin)	Admin menekan tombol centang hijau (Approve), silang merah (Reject), atau tempat sampah (Delete) pada baris testimoni pelanggan.	* Approve: Status berubah menjadi approved dan ulasan muncul di halaman utama. * Reject /Delete: Ulasan ditolak atau dihapus dari database sistem.	Tombol aksi berfungsi secara responsif dan status testimoni langsung terbaru di database.	Sesuai Harapan (Valid)
4	Alur Konsultasi (Client)	Client menekan tombol "Konsultasi" pada header, tombol "WhatsApp Kami" di halaman depan, atau kontak pada footer.	Sistem secara responsif membuka tab baru pada browser dan mengalihkan (redirect) client langsung ke tautan API WhatsApp admin perusahaan.	Tautan eksternal WhatsApp berhasil terpicu secara instan dari ketiga titik akses tersebut.	Sesuai Harapan (Valid)
5	Autentikasi Testimoni (Client)	Client biasa mengakses halaman testimoni, melakukan login Google, lalu mengirimkan ulasan baru.	Setelah login berhasil, profil Google client tersinkronisasi. Saat ulasan dikirim, data masuk ke database dengan status awal pending (tidak langsung tayang).	Sesi login tersinkronisasi dengan baik dan ulasan baru sukses tertampung di database dengan status pending.	Sesuai Harapan (Valid)
6	Interaksi Chatbot (Automated Chat)	Client menekan widget chatbot di pojok kanan bawah dan mengirimkan angka atau kata kunci menu yang tersedia.	Panel pesan terbuka dengan responsif, memberikan sapaan otomatis, dan membalas chat secara instan sesuai dengan menu informasi (Profil/Layanan/Paket) yang dipilih.	Fitur live chat mampu memberikan balasan otomatis dua arah secara dinamis sesuai instruksi input.	Sesuai Harapan (Valid)

Sources: Personal data (2026).

**Gambar 1.** Use Case

3.2 Pembahasan

Integrasi fitur-fitur baru pada website usulan PT. Fannia Wedding Entertainment membawa kontribusi signifikan yang terukur terhadap peningkatan performa branding digital dan efisiensi operasional jika dibandingkan dengan kondisi sistem terdahulu.

Penerapan antarmuka berbasis komponen menggunakan React.js dan utilitas kelas dari Tailwind CSS terbukti secara ilmiah menyelesaikan kendala rendahnya user experience (UX) pada website lama. Melalui arsitektur pengkodean yang ringan, transisi pemuatan halaman profil, detail paket layanan (*Packages*), dan galeri dokumentasi acara berjalan jauh lebih gegas dan adaptif di berbagai ukuran layar gawai gila (responsive layout). Fitur visualisasi galeri berstruktur grid yang rapi bertindak sebagai portofolio digital representatif yang secara langsung menstimulasi peningkatan faktor daya tarik estetika dan digital brand awareness perusahaan di mata publik. Dampak positif ini sejalan dengan temuan ilmiah dari Ruziq dkk. (2025) yang menegaskan bahwa kehadiran website yang user-friendly dan responsif pada berbagai perangkat gawai bertindak sebagai pusat informasi dan alat pemasaran modern yang sangat efektif dalam mendukung pertumbuhan bisnis perusahaan di era digital. Hal inilah yang membedakannya dari kompetitor.

Dari aspek efisiensi alur pelayanan pelanggan, kehadiran komponen Widget Chatbot otomatis di halaman utama memangkas rantai komunikasi konvensional yang lambat. Melalui respon otomatis dua arah (*automated response*) yang aktif tanpa batasan jam kerja (24/7), pengunjung bisa mendapatkan panduan navigasi instan seputar informasi profil dan estimasi harga paket awal. Hal ini meningkatkan retensi kenyamanan pengunjung web secara drastis, memfilter pertanyaan-pertanyaan dasar (*Frequently Asked Questions*) yang berulang, sehingga admin internal perusahaan yang menerima kelanjutan pesan via pengalihan tautan WhatsApp dapat langsung fokus menangani proses negosiasi transaksi akhir (*closing & administrasi*) secara lebih produktif dan terstruktur.

Aspek paling krusial dalam penelitian ini terletak pada penyelesaian isu kredibilitas ulasan publik. Pada era keterbukaan informasi, keabsahan ulasan memegang peranan mutlak terhadap keputusan calon klien untuk mempercayakan momen pernikahan mereka. Melalui implementasi lapis otentikasi Google Authentication, identitas pengirim ulasan dikunci secara valid berdasarkan akun Google riil yang aktif, mengeliminasi celah manipulasi spam bot ilegal maupun ulasan anonim fiktif yang kerap mengotori basis data sistem informasi. Kendali penuh

berada di tangan manajemen perusahaan melalui pemisahan hak akses kaku (*Role-Based Access Control*) pada halaman Dashboard Admin. Desain fungsionalitas pengondisian status data (*Pending, Approved, Rejected*) menjamin transparansi ulasan yang ditampilkan kepada publik bersifat objektif, aman, dan dapat dipertanggungjawabkan secara digital.

4. KESIMPULAN

Penelitian kerja praktek ini telah berhasil merealisasikan strategi pengembangan ulang website company profile PT. Fannia Wedding Entertainment yang dapat diakses publik secara fungsional melalui domain fanniaentertainment.vercel.app. Penerapan konsep modern web design terbukti mampu meningkatkan digital branding perusahaan melalui penyajian galeri portofolio acara dan informasi katalog paket layanan yang responsif serta elegan di berbagai perangkat gawai. Kehadiran fitur asisten virtual Chatbot interaktif sukses mengoptimalkan efisiensi saluran komunikasi awal dengan menyajikan jawaban otomatis seputar pertanyaan umum pengunjung secara real-time. Terakhir, integrasi mekanisme pengamanan Google Authentication bersama sistem moderasi tiga kondisi (*Pending, Approved, Rejected*) pada Dashboard Admin terbukti secara valid mampu mengamankan integritas dan keabsahan ulasan testimoni pelanggan dari risiko manipulasi data, sekaligus membangun kredibilitas reputasi perusahaan secara digital.

Sebagai langkah pengembangan berkelanjutan di masa mendatang, penulis menyarankan beberapa poin optimasi sistem, antara lain: migrasi dari domain bawaan hosting menuju Custom Domain komersial resmi (.com/.co.id) disertai pengetatan konfigurasi keamanan server; penerapan modul kompresi berkas gambar otomatis pada sisi administrator guna menjaga performa kecepatan loading halaman galeri; pengembangan struktur kecerdasan buatan berbasis *Natural Language Processing* (NLP) pada chatbot agar respons interaksi teks berjalan lebih luwes; serta integrasi modul sistem penjadwalan pemesanan daring (*online booking schedule*) terautomasi yang terhubung ke kalender utama perusahaan agar calon klien dapat memeriksa ketersediaan tanggal acara secara mandiri dan *real-time*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT atas segala rahmat-Nya, serta kepada kedua orang tua tercinta atas dukungan moril yang tiada henti. Apresiasi tinggi ditujukan kepada Dr. Eng. Ahmad Musyafa, S.Kom., M.Kom selaku Ketua Program Studi Teknik Informatika Universitas Pamulang, Suryaningrat, S.Kom., M.Kom selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan arahan berharga, serta Kamelia Fitri selaku Owner PT. Fannia Wedding Entertainment yang telah memberikan izin pelaksanaan riset, dukungan penuh, serta ketersediaan data operasional yang menunjang penyelesaian karya ilmiah ini.

REFERENCES

- Adi Nugroho. (n.d.). *Rekayasa Perangkat Lunak Menggunakan UML dan Java*. Adi Nugroho. https://www.google.co.id/books/edition/Rekayasa_Perangkat_Lunak_Menggunakan_UML/uly0ekGR_X4C?hl=id&gbpv=0
- Akirini, W. N., Dewi, W. N., Nas, C., Norhan, L., Sevtiana, A., Kusuma, R. P., & Sulhan, M. A. (2024). Perancangan Aplikasi Layanan Customer Service Menggunakan Chatbot Berbasis Website Pada Pt. Telekomunikasi Indonesia Witel Cirebon. *Jurnal Digit*, 14(1), 79. <https://doi.org/10.51920/jd.v14i1.374>
- Aprilia Sulistyohati, S.Kom., M.Eng., Millati Izzatillah, S.Kom., MMSI., Redo Abeputra Sihombing, M.Kom., Fauzan Natsir, M. K. (2025). *Kuasai UML dalam 30 Menit : Rahasia Cepat Membuat Sistem Pemilihan Karyawan Terbaik*. PT Penerbit Qriset Indonesia. https://www.google.co.id/books/edition/Kuasai_UML_dalam_30_Menit_Rahasia_Cepat/-WVEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Ariq Rafi Kusumah, R. A. (2023). *5 Tahap Membuat Dashboard Admin Untuk Kemudahan Programmer Dengan ReactJS dan TailwindCSS (Studi Kasus: Data Koleksi Museum)*. Penerbit Buku Pedia. https://www.google.co.id/books/edition/5_Tahap_Membuat_Dashboard_Admin_Untuk_Ke/B0u5EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

- Ben Frain. (2025). *Responsive Web Design with HTML5 and CSS*. Packt Publishing. https://www.google.co.id/books/edition/Responsive_Web_Design_with_HTML5_and_CSS/IxPEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Bryan Samperura, Muhammad Sapwan Suhadi, R. M. A. (2023). *Panduan Untuk Membuat CHATBOT Cerdas Implementasi OpenAI Di Telegram Dan Discord*. Penerbit Buku Pedia. https://www.google.co.id/books/edition/Panduan_Untuk_Membuat_CHATBOT_Cerdas_Imp/0eCuEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Digital, U. T., & Digital, U. T. (2024). *Fadlah-Hlmn-217-230*. 04(02).
- Eriskiannisa Febrianty Luchia Awalina, Woro Isti Rahayu, C. P. (2023). *Penerapan Metode Least Cost Untuk Menentukan Biaya Minimum dan Jumlah Barang yang Dikirim Pada Aplikasi Transport Management System*. Penerbit Buku Pedia. https://www.google.co.id/books/edition/Penerapan_Metode_Least_Cost_Untuk_Menent/RdPMEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Fajarsodik, A., & Savitri, P. (2024). PEMBUATAN COMPANY PROFILE DALAM BENTUK WEBSITE (Studi Kasus : PT Prima Rasa Citratama). *Infotronik : Jurnal Teknologi Informasi Dan Elektronika*, 9(1), 25–34. <https://doi.org/10.32897/infotronik.2024.9.1.3047>
- Hafni, Irwan, Muhammad Zen, M. R. (2024). *Pencatatan Kreatif Siswa Berbasis Android*. Serasi Media Teknologi. https://www.google.co.id/books/edition/Pencatatan_Kreatif_Siswa_Berbasis_Androi/prk0EQAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Khairullah, N. S., Zaki, M., Fauzi, A., & Nugraha, D. (2026). *KEPERCAYAAN CALON PEMBELI PADA MARKETPLACE SHOPEE THE INFLUENCE OF TERSTIMONIALS AND PRODUCT REVIEWS ON POTENTIAL*. 2(1), 686–695.
- Khulaifi, A., & Khotimah, T. (2024). Sistem Informasi Company Profile Berbasis Website Pada Software House Bumiweb Kudus. *Jurnal Dialektika Informatika (Detika)*, 5(1), 14–22. <https://doi.org/10.24176/detika.v5i1.12582>
- Km Khushaboo. (2026). *Google Authenticator Made Simple*. https://www.google.co.id/books/edition/Google_Authenticator_Made_Simple/4kXWEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Kristianto Haryodi. (2024). *Belajar Pemrograman Web Untuk Pemula*. Anak Hebat Indonesia. https://www.google.co.id/books/edition/Belajar_Pemrograman_Web_Untuk_Pemula/AOIQEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Kurt Bittner, I. S. (2003). *Use Case Modeling*. Addison Wesley. https://www.google.co.id/books/edition/Use_Case_Modeling/zvxfXvEcQjUC?hl=id&gbpv=0
- Mohd Iqbal, Januardi Nasir, Muhammad Bambang Firdaus, Suryo Widianoro, Hurnaningsih Hurnaningsih, Hairul Fahmi, Yenny Desnelita, Gustientiedina Gustientiedina, Aurora Elsa Shafira Frederick, Yuyun Yusrinda Lase, Santi Prayudani, Yus Jayusman, Wizra Aulia, Y. Y. (2024). *Konsep Sistem Basis Data*. CV. Gita Lentera. https://www.google.co.id/books/edition/Konsep_Sistem_Basis_Data/3cAZEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Nugroho, I. S., & Voutama, A. (2024). Implementasi Chat Bot Untuk Pelayanan Pelanggan Yang Terintegrasi Web Toko Komputer. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 8(3), 3132–3136. <https://doi.org/10.36040/jati.v8i3.9630>
- Pendidikan, P., Informatika, T., Teknik, F., Yogyakarta, U. N., Profile, C., & Website, P. (2025). *PENGEMBANGAN WEBSITE COMPANY PROFILE PT. STECHOQ ROBOTIKA INDONESIA Rohsyam Sidik 1, Eko Marpanaji 2*. 3(2), 183–192.
- Prof. Dr. Ir. Marimin, M. S., Ir. Hendri Tanjung, M.M., M. A., & Haryo Prabowo, S.P, M. M. (n.d.). *Sistem Informasi Manajemen Sumber Daya Manusia*. Grasindo. https://www.google.co.id/books/edition/Sistem_Informasi_Manajemen_Sumber_Daya_M/awC2247vPUkC?hl=id&gbpv=0
- Rafael, H., & Panjaitan, Z. (2024). *ISSN:XXXX-XXX Vol 1 No 1 Mei 2024*. 1(1), 12–21.
- Reza Muhammad. (n.d.). *BELAJAR PEMROGRAMAN REACT*. Reza Muhammad. https://www.google.co.id/books/edition/BELAJAR_PEMROGRAMAN_REACT/6NDKEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Riovan Styx Roring, D. M. W. (2026). *Pemrograman Python Dasar*. CV. Hosting Rakyat Media. https://www.google.co.id/books/edition/Pemrograman_Python_Dasar/RKuEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Riswan Septriyadi Sianturi. (2026). *Pengantar User Interface User Experience*. Universitas Brawijaya Press. https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar_User_Interface_User_Experience/wMrJEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Rusdi Nur, S.ST., M.T., P. D., & Muhammad Arsyad Suyuti, S.T., M. T. (2018). *Perancangan MesinMesin Industri*. Deepublish.

https://www.google.co.id/books/edition/Perancangan_mesin_mesin_industri/qjhmEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

- Ruziq, F., Rhifky Wayahdi, M., & Purwawijaya, E. (2025). Inovasi Digital Pembuatan Website sebagai Media Promosi dan Layanan PT. Global Andalas Cargotama. *JIPITI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 73–78. <https://jipiti.technolabs.co.id/index.php/pkm/index>
- Sindhunata, Z. A. M. (1997). *Manajemen Sistem Informasi*. Gramedia Pustaka Utama. https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Sistem_Informasi/ZIjMdlOIba0C?hl=id&gbpv=0
- Tyoso, J. S. P. (2016). *Sistem Informasi Manajemen*. Deepublish. https://www.google.co.id/books/edition/Sistem_Informasi_Manajemen/hR0aEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Yuhefizar. (2009). *CMM Website Interaktif MCMS Joomla(CMS)*. Elex Media Komputindo. https://www.google.co.id/books/edition/CMM_Website_Interaktif_MCMS_Joomla_CMS/wojzePT4-cC?hl=id&gbpv=0
- Yuningsih, P. D., & Utami, L. U. (2024). Sistem Informasi Online Booking Berbasis Web Pada Pheo Studi Salon. *Jurnal Tekinfo*, 18(1), 193–200. <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/teknoinfo/index>