

ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PEMASARAN BERBASIS WEB PADA TOKO BILLY

Noni Rahmawati¹, Herry Mulyono²

¹²Program Studi Magister Sistem Informasi STIKOM Dinamika Bangsa, Jambi

Jl. Jendral Sudirman Thehok - Jambi

e-mail: ¹nonike@ymail.com, ²herrymulyono@stikom-db.ac.id

ABSTRAK

Saat ini pemasaran yang ada pada Toko Billy dilakukan secara manual yaitu melalui telpon, sms dan datang langsung ke rumah pelanggan untuk menawarkan produk/barang yang ditawarkan, sehingga dapat menghemat waktu (pemasaran 24jam) dan mengurangi biaya sehingga dapat menambah omset pendapatan toko billy. Adapun tujuan penelitian ini penulis menganalisis serta merancang sistem informasi pemasaran berbasis web pada Toko Billy untuk meningkatkan pemasaran. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode *prototype* sesuai judul yang diambil yaitu analisis dan perancangan sistem informasi pemasaran pada toko Billy. Sistem pemasaran berbasis web / Online adalah salah satu fasilitas layanan pemasaran yang harus digunakan secara terus menerus oleh pihak Toko agar tercapainya pemasaran produk yang baik, sesuai kemajuan teknologi informasi, dimana user dapat mengetahui informasi pemasaran secara langsung tentang produk yang dipasarkan toko tersebut. Untuk peneliti selanjutnya disarankan menambah jumlah link, gambar produk pemasaran untuk menarik pengunjung dan menggunakan jasa *advertising marketing*.

Kata Kunci : Online, Website, metode *prototype*, Advertising Marketing

1. PENDAHULUAN.

Salah satu penggunaan komputer yaitu bagi pemasaran produk atau jasa secara *Online* untuk mempermudah penjualan dan dapat mengurangi biaya pengeluaran seperti biaya iklan dan biaya pembuatan brosur. Pemasaran adalah proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia.

Menyikapi kemajuan teknologi di atas Toko Billy sebagai salah satu usaha yang bergerak dalam bidang perdagangan *underware*, baju, powerbank, dan berencana menjual tiket pesawat online. Saat ini Toko Billy melakukan pemasaran secara manual dengan media promosi melalui *facebook*, sms dan dari mulut ke mulut, karena sistem informasi yang ada masih sederhana. Kekurangan dari sistem informasi sekarang ini adalah belum adanya sistem pemasaran secara *online* di Toko Billy. Sehingga pemasaran jarak jauh mengalami kesulitan apabila ingin melihat barang yang di jual, untuk pengontrolannya secara langsung (*online*) belum ada, dan belum terkomputerisasi.

Dari analisa permasalahan di atas penulis mencoba merancang sistem informasi sesuai perkembangan teknologi saat ini dengan berbasis web agar meningkatkan pendapatan dari penjualan serta menghemat waktu dalam proses penjualan, dimana penjualan akan dilakukan secara *online*. Sehingga penulis tertarik untuk menuliskan dalam sebuah tesis yang berjudul “Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Pemasaran Berbasis Web Pada Toko Billy”

1.1. Perumusan Masalah

Bagaimana menganalisis serta merancang sistem informasi pemasaran berbasis web pada Toko Billy untuk meningkatkan pemasaran sehingga menambah pendapatan ?

1.2. Batasan Masalah

Untuk Membatasi Masalah Tugas Akhir yang di tulis, maka penulis perlu membuat batasan masalah yang perlu dibuat dalam tesis ini:

1. Menganalisis sistem informasi pemasaran berbasis *web* pada Toko Billy.
2. Merancang sistem informasi pemasaran berbasis *web* pada Toko Billy , tidak sampai *implementasi* dan pengujian sistem.
3. Memberikan informasi yang berfokus dengan pemasaran produk.

1.3. Tujuan Penelitian

Menganalisis serta merancang sistem informasi pemasaran berbasis web pada Toko Billy untuk meningkatkan pemasaran sehingga menambah pendapatan dan mengurangi biaya pemasaran (biaya iklan)

2. KAJIAN LITERATUR.

2.1. Marekting

Menurut Philip Kotler (edisi 14 ; 2012), Marketing adalah “*Marketing is about identifying and meeting human and social needs. One of the shortest good definitions of marketing is “meeting needs profitably.”*”

Menurut Fandy Tjiptono (2015 ; 11), Pemasaran adalah penentuan apa yang akan dijual kepada konsumen berupa produk atau jasa dengan mendapatkan laba, melalui cara-cara, kondisi dan sluran sidtribusi tertentu, serta penciptaan dan pengolahan program untuk menghasilkan, melayani dan memperluas penjualan.

Sistem informasi pemasaran adalah suatu struktur, interaksi secara kompleks antara orang, mesin, dan prosedur untuk dapat menghasilkan alur informasi yang teratur, tepat dari sumber-sumber dalam dan luar perusahaan untuk dapat digunakan dalam pengambilan keputusan yang dapat dipertanggungjawabkan bagi pimpinan (Kenneth P.Laudon;2009).

Menurut Fandy Tjiptono (2015 ; 273), Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah seperangkat alat yang digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan.

Menurut Zeithaml, dkk (2013 ;24),Bauran pemasaran terdiri dari semua hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan akan produknya yang terdiri dari “ 7 (Tujuh) P” yaitu:

Product	Place	Promotion	Price
Physical good features	Channel type	Promotion blend	Flexibility
Quality level	Exposure	Salespeople	Price level
Accessories	Intermediaries	Selection	Terms
Packaging	Outlet locations	Training	Differentiation
Warranties	Transportation	Incentives	Discounts
Product lines	Storage	Advertising	Allowances
Branding	Managing channels	Media types	
		Types of ads	
		Sales promotion	
		Publicity	
		Internet/Web strategy	
People	Physical Evidence	Process	
Employees	Facility design	Flow of activities	
Recruiting	Equipment	Standardized	
Training	Signage	Customized	
Motivation	Employee dress	Number of steps	
Rewards	Other tangibles	Simple	
Teamwork	Reports	Complex	
Customers	Business cards	Customer	
Education	Statements	involvement	
Training	Guarantees		

Gambar 1.Sumber : Valerie A. Zeithaml & Marry Jo Bitner, Service Marketing : Integrating customer focus accros The Firm, McGraw-Hill,(2009;p24).

Product (Produk)

Kombinasi barang dan jasa meliputi Fiturfisik yang baik, Tingkat kualitas, Aksesoris, Jaminan, Lini produk, dan Merek.

Place (Tempat)

Kegiatan perusahaan yang menyediakan produk dan jasa bagi pelanggan meliputi: Jenissaluran distribusi, pencahayaan, perantara, lokasitoko, transfortasi, penyimpanan, dan mengelolasaluran.

Promotion (Promosi)

Aktivitas untuk menyampaikan manfaat produk dan jasa agar dibeli / digunakan pelanggan meliputi: promosi campuran, penjual (pilihan, latihan, insentif), pengiklanan (jenis media, jenis iklan), promosi penjualan, publikasi dan internet / strategi web.

Price (Harga)

Sejumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk / jasa meliputi: Keluwesan, tingkat harga, masalah, perbedaan, diskon, dan tambahan.

People (Orang)

Personil yang menyampaikan jasa merupakan elemen kunci dalam memberikan pengalaman positif dan berkesan bagi pelanggan. Oleh sebab itu, karyawan perusahaan jasa dapat membedakan dirinya dengan cara merekrut, melatih, memotivasi, memberikan imbalan dan kerjasama, untuk menghadapi pelanggan yang berpendidikan dan terlatih.

Physical Evidence (Bukti Fisik)

Pelanggan jasa acapkali sukar menilai kualitas. Implikasinya, penyediaan bukti fisik kualitas jasa dalam wujud fitur fisik yang dapat dilihat pelanggan (seperti dekorasi, brosur, seragam karyawan, kualitas komunikasi, ruang tunggu yang nyaman, bentuk bangunan yang tampak megah dan profesional, pasilitas pendingin ruangan, peralatan canggih yang digunakan dan lainnya) berperan penting dalam meyakinkan pelanggan bahwa mereka menerima layanan berkualitas prima.

Process (Proses)

Perusahaan jasa wajib merancang proses penyampaian jasa yang superior, tidak birokratis dan berorientasi pada pelanggan. Dalam high-contact service, pelanggan terlibat dalam proses penyampaian jasa, sehingga mereka perlu memahami perannya dengan baik. Semetara itu, teknologi memainkan peran strategi Alur kegiatan (meliputi: standar dan penyesuaian), sejumlah langkah (meliputi: sederhana dan kompleks), dalam penyampaian layanan secara online.

2.2. Pengertian Web Server

Menurut Yuhfizar (2011 ;7) Web server adalah sebuah program atau aplikasi yang menggunakan model klien/server dan world(HTTP), melayani file yang berbentuk halaman web untuk pengguna web (merespon permintaan computer klien berisi permintaan HTTP).

2.3. Pengertian PHP

Menurut Agus Saputra (2011 ;38) PHP atau yang memiliki kepanjangan PHP *Hypertext Preprocessor* merupakan suatu bahasa pemrograman yang difungsikan untuk membangun suatu *website* dinamis. PHP menyatu dengan kode HTML, maksudnya adalah beda kondisi. HTML digunakan sebagai pembangunan atau pondasi dari kerangka layout web, sedangkan PHP difungsikan sebagai prosesnya sehingga dengan adanya PHP tersebut, web akan sangat mudah di-*maintenance*.

Linux.PHP juga dibangun sebagai modul pada web *server apache* dan sebagai *binary* yang dapat berjalan sebagai CGI.



Gambar 2. Alur Perancangan

2.4. Pengertian MySQL

Menurut Andi Sunyoto (2007 ; 145) “MySQL adalah salah satu *database server open-source* yang populer”.

Structured Design

Menurut alan, Barbara dan david (2012 ; 70), kategori pertama dari metodologi pengembangan sistem yang disebut desain terstruktur. Metodologi menjadi dominan pada 1980-an, menggantikan sebelumnya, ad hoc, dan pendekatan disiplin. Metodologi desain terstruktur mengadopsi resmi pendekatan langkah-demi-langkah dengan SDLC yang bergerak secara logis dari satu tahap ke tahap berikutnya.

2.5. Alat Bantu Dalam Perancangan Desain Sistem

Dalam melakukan perancangan system dibutuhkan alat bantu di antaranya adalah *Unified Modeling Language (UML)* yang meliputi beberapa diagram UML antara lain : *Use Case diagram, Activity diagram, Sequence diagram, class diagram, Collaboration diagram.*

2.5.1. Unified Modeling Language (UML)

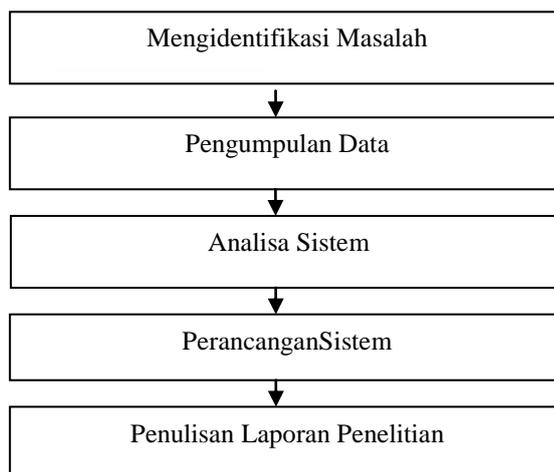
“The UML defines a diagrammatic notation for describing the artefacts of an OOAD. Through the UML we can visualize, specify, construct and document our software application”, (K.Baclaray & j.savage).

Menurut Alan Dennis Uml (2009; 29), Uml adalah “ isdefines a set of fourteen diagramming techniques used to model a system..

3. METODE PENELITIAN

3.1 Alur Penelitian

Dalam menyelesaikan penelitian ini dapat dilakukan beberapa tahapan, yang peneliti lakukan melalui kerangka kerja penelitian, yaitu :



Gambar 3. Alur Penelitian

Metode penelitian menggambarkan tahapan proses, metode dan *tools* (alat bantu) yang digunakan dalam melakukan penelitian agar penelitian dapat berjalan dengan baik dan tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai. Pada penelitian ini penulis menggunakan tahapan kegiatan penelitian sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi Masalah

Dalam tahap ini, peneliti mengidentifikasi permasalahan yang ada yaitu merumuskan masalah yang akan di teliti. Dengan adanya perumusan masalah, maka penelitian akan menjadi jelas dan terarah.

2. Pengumpulan Data

Pengumpulan data berdasarkan studi lapangan yaitu studi pengamatan, peninjauan secara langsung ke lokasi penelitian, pengambilan document dilakukan langsung ke Toko Billy dan studi pustaka pengambilan data serupa sesuai penelitian sebagai perbandingan dan referensi penelitian. Berikut ini adalah tahapan penelitian yang penulis lakukan :

a. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah suatu teknik / kegiatan yang dilakukan dengan cara membaca buku-buku teks, literature, jurnal dan lain-lain, yang relevan dengan penelitian ini. Data yang didapat berupa konsep teoritis / landasan teori.

b. Studi Lapangan

Studi Lapangan adalah suatu teknik bertujuan untuk mengumpulkan data dengan cara meneliti langsung ke lapangan atau lokasi penelitian guna melihat secara langsung hal-hal atau data-data yang berkaitan dengan materi yang dibutuhkan.

c. Wawancara (interview).

Wawancara dilakukan dengan pemilik tokoh untuk mendapatkan data yang konkrit dan lengkap.

d. Dokumentasi (Documentation)

Penulis melakukan pengambilan data dokumentasi dari informasi penjualan data tokoh billy untuk memperoleh data yang akurat, tepat, dapat dipercaya, dipertanggung jawabkan serta relevan.

3. Analisis Sistem

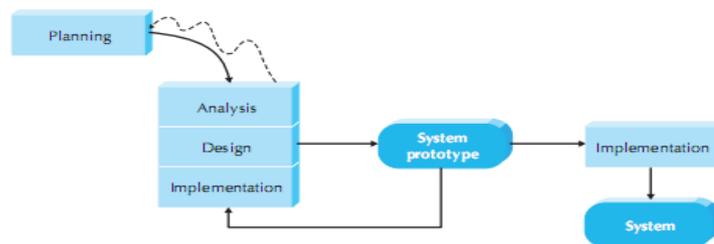
Proses penganalisisan masalah yang menjadi kendala pemasaran untuk meningkatkan penjualan pada Toko Billy. Selain itu juga dilakukan analisa terhadap interaksi yang terjadi di dalam sistem informasi pemasaran pada Toko Billy yang akan digambarkan dalam model *UML*, yaitu : diagram *Use Case*, Diagram *Class*, dan Diagram *Activity*.

4. Perancangan Sistem

a. Pengertian *Prototype*

Perancangan yang meliputi perancangan proses, perancangan basis dan antarmuka. Pada tahap ini penelitian menggunakan metode perancangan sistem yaitu dengan menggunakan metode *prototype*.

Menurut Kenet E.Kendal dan Julie E.kendal : (2010 ; 221) *Prototyping* adalah suatu teknik yang sangat rumit karena memerlukan pengetahuan mengenai siklus hidup pengembangan sistem secara keseluruhan. Menurut O'Brien (2010 ; 416), *Prototyping* adalah "the rapid development and testing of working models, or prototypes, of new applications in an interactive, iterative process that can be used by both IS specialists and business professionals".



Gambar 4. Prototype

5. Pembuatan laporan

Penulisan laporan setelah perancangan sistem dibuat untuk memberikan hasil penelitian dalam meningkatkan pemasaran. Pada penelitian ini terdapat masalah-masalah dan solusi yang ada pada objek yang diteliti oleh peneliti yaitu Analisa dan perancangan sistem Informasi pemasaran berbasis web pada toko billy, teori-teori yang diambil peneliti yang dijadikan penunjang dalam penelitian, cara peneliti dalam melakukan penelitian, hasil penelitian dan analisisnya serta beberapa pelengkap dari laporan penelitian.

3.2. Bahan Penelitian

Bahan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumen mengenai materi ini, yaitu sistem informasi, basis data, pengembangan desain dan informasi data – data tentang Toko Billy .

3.3. Alat penelitian

Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah seperangkat komputer yang dilengkapi perangkat lunak pendukung.

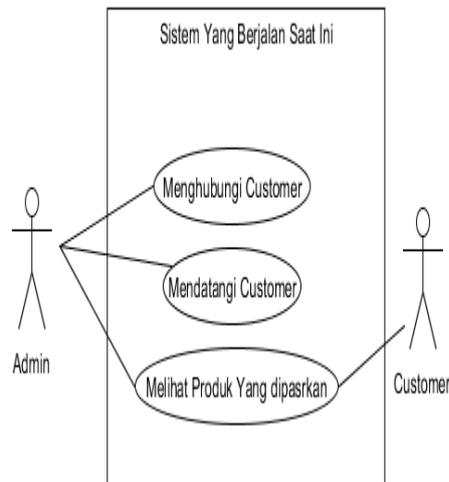
1. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan komputer dengan spesifikasi
 - Computer : Laptop / PC
 - Prosesor : Core i3
 - Ram : 2 Giga
 - Printer Inkjet
2. Spesifikasi *software* yang dibutuhkan diantaranya adalah sebagai berikut :
 - Sistem operasi : Windows 7
 - DBMS : MySQL
 - Bahasa Pemrograman : PHP
 - Web Browser : Mozilla Firefox
 - Tools : Dreamweaver, Coreldraw dan Flash.
 - Dan beberapa perangkat lunak pendukung lainnya.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Sistem Yang Berjalan Saat ini

Setelah peneliti melakukan terhadap sistem yang sedang berjalan, maka ditemukan beberapa kelemahan-kelemahan dalam pemasaran yang dilakukan pada Toko Billy diantaranya yaitu :

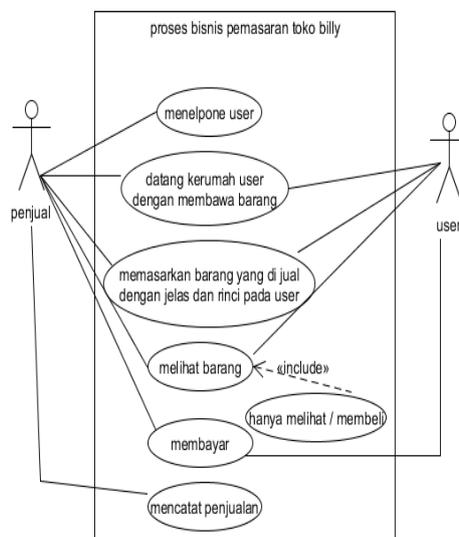
1. Pemasaran yang dilakukan masih manual sehingga lambatnnya informasi yang di terima konsumen, Hal inimenghambat perkembangan perusahaan.
2. Keterbatasan informasi melalui sms dan dari mulut ke mulut.
3. Terbatasnya jangkauan wilayah promosi.
4. Penjualan produk yang kurang optimal dan
5. Lambatnya penanganan terhadap proses penjualan



Gambar 5. proses yang berjalan saat ini

4.2. Sistem Informasi Proses Bisnis pemasaran saat ini

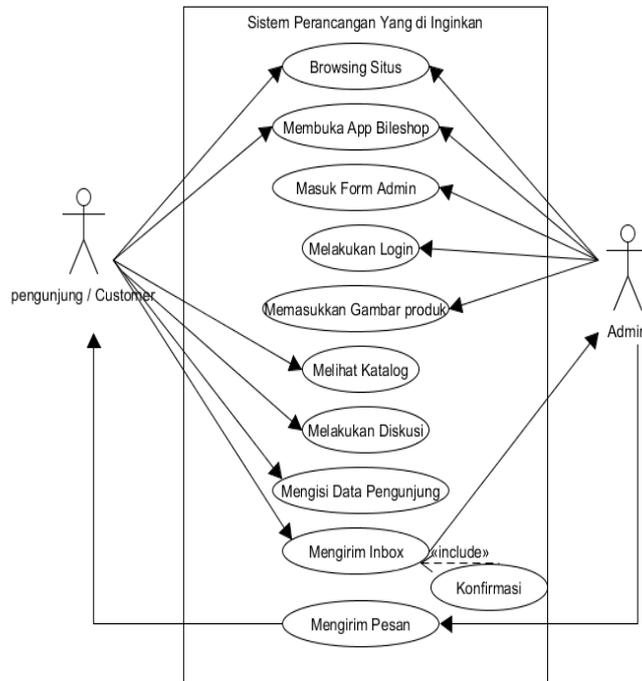
Penjual menelpon user yang dikenal untuk menawarkan produknya dengan singkat dan jelas. Setelah tertarik dengan produk yang ditawarkan, kemudian penjual mendatangi user untuk memasarkan dengan rinci produk yang dijual dengan membawah produk yang dijual agar produk yang ditawarkan dapat dilihat langsung oleh user, setelah user tertarik dengan barang yang ditawarkan maka user membayar produk yang diinginkan kepada penjual atau user hanya melihat barang yang dipasarkan.kemudian penjual mencatat penjualan dibuku catatan.



Gambar 6. Proses bisnis yang ada saat ini

4.3. Solusi Pemecahan Masalah

Salah satu solusi yang digunakan Toko Billy dalam mengatasi masalah-masalah tersebut adalah merancang sebuah E-Commerce yang dapat memberikan pelayanan (pemasaran penjualan) transaksi yang cepat dan akurat kepada pembeli.

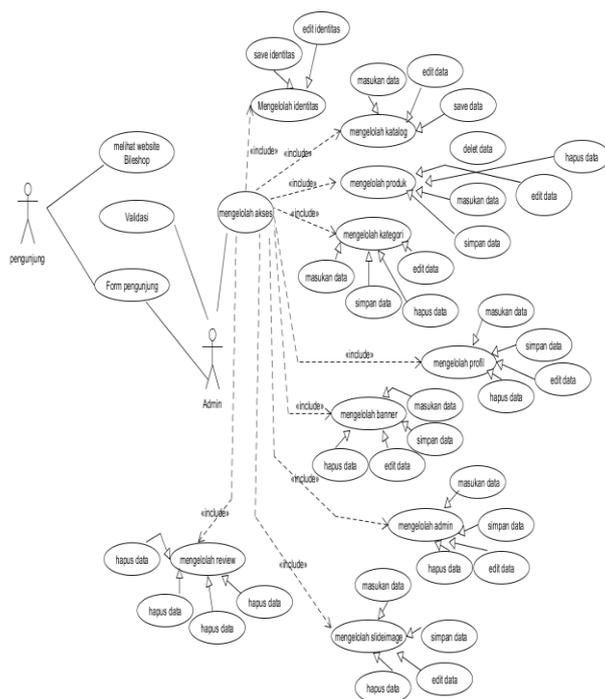


Gambar 7. Solusi yang di inginkan toko billy

4.4. Analisis Kebutuhan Sistem

Berdasarkan permasalahan yang dibahas sebelumnya, pada bab analisa kebutuhan sistem ini adalah proses pemecahan sistem menjadi beberapa sub sistem yang lingkupnya lebih kecil, dengan maksud agar lebih mudah dalam mengidentifikasi permasalahan-permasalahan, hambatan-hambatan, dan kesempatan-kesempatan yang ada dalam sistem, serta untuk mengetahui kebutuhan-kebutuhan sistem. Sehingga pada akhirnya nanti akan bisa diusulkan metode-metode perbaikan pada sistem. Tahap ini merupakan salah satu tahap yang penting, karena kesalahan dalam mengidentifikasi permasalahan dalam sistem akan menimbulkan salah persepsi ketika ingin merancang sistem. Hal ini akan berakibat pada kurang efektifnya perancangan yang dibuat.

Gambar berikut adalah diagram use case untuk modul proses Use case diagram merupakan gambaran fasilitas yang diberikan aplikasi sistem informasi dan pemasaran Toko Billy untuk user, dan perancangan use case diagram online untuk aplikasi sistem informasi dan pemasaran produk Toko Billy terdapat dua aktor yakni pembeli (customer) dan pemilik akun yang bertindak sebagai admin. Dari "Gambar 1 Use Case Diagram Online" menjelaskan bahwa admin mendapatkan fasilitas sepenuhnya untuk membuka setiap produk-produknya yang ada dalam media pemasaran tersebut.



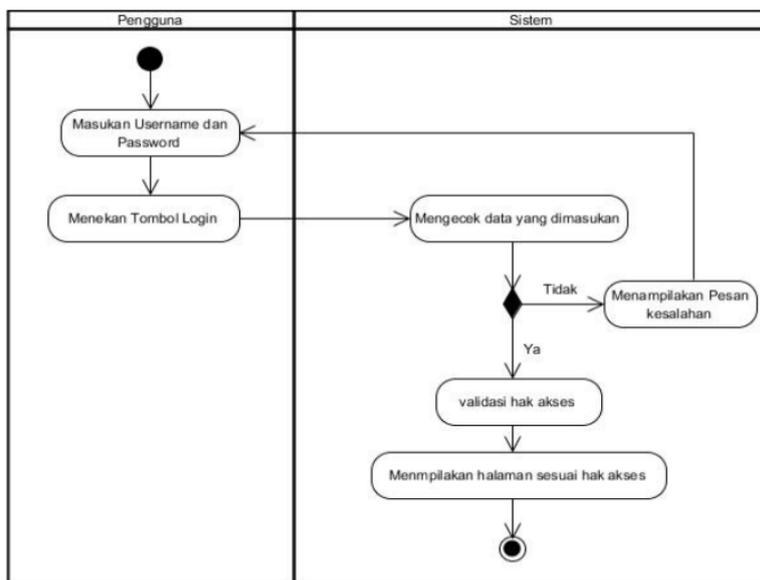
Gambar 8. Use case Diagram Bileshop

4.5. Perancangan Activity Diagram

Activity Diagram menggambarkan proses bisnis dan urutan aktivitas dalam sebuah proses, yang biasanya dipakai pada business modeling untuk memperlihatkan urutan aktivitas bisnis. Selain bisnis, activity diagram juga dapat digunakan menggambarkan logical procedural sistem, dan aliran kerja kasus lainnya, terdapat tujuh activity diagram. Pembuatan activity ini bermanfaat untuk membantu proses secara keseluruhan.

4.5.1 Activity Diagram Login

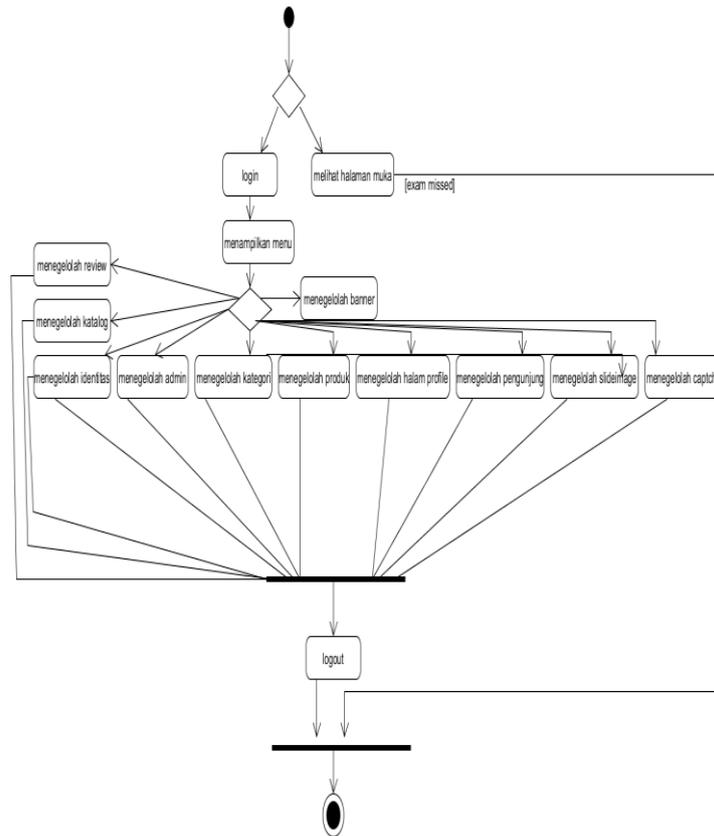
Activity diagram login menggambarkan urutan aktivitas pengguna dalam berinteraksi dengan sistem akan dapat masuk kedalam sistem, dimana kegiatannya dimulai dengan mengisi username dan password. Berikut gambar activity diagram login yang dapat dilihat pada gambardibawah ini



Gambar 9. Activity Diagram Login

4.5.2. Activity Diagram Halaman Profil

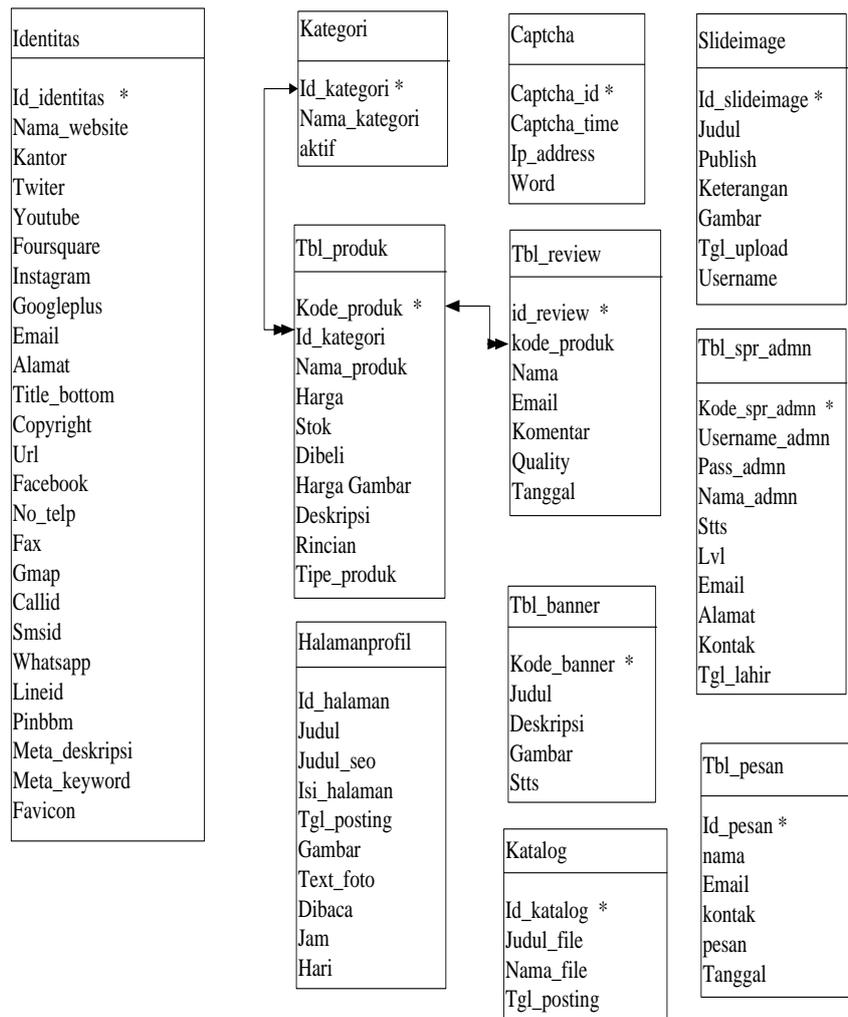
Activity halaman profil menggambarkan aktivitas yang dilakukan pengunjung dalam berinteraksi dengan sistem untuk melakukan kegiatan melihat produk. Kegiatan ini diawali dengan pengguna melihat dan menekan tombol produk, detail data Gambar 10.



Gambar 10. Activity Diagram interaksi

4.6 Relasi Antar Tabel

Adapun *Class Diagram* / Reliasi yang terjadi pada pemasaran penjualan pada Toko Billy dapat dilihat dibawah ini :



Gambar 11. Relasi Antar Tabel

Keterangan :

* : Primary Key (Kunci Utama)

** : Foreign Key

←→ Relasi One to Many

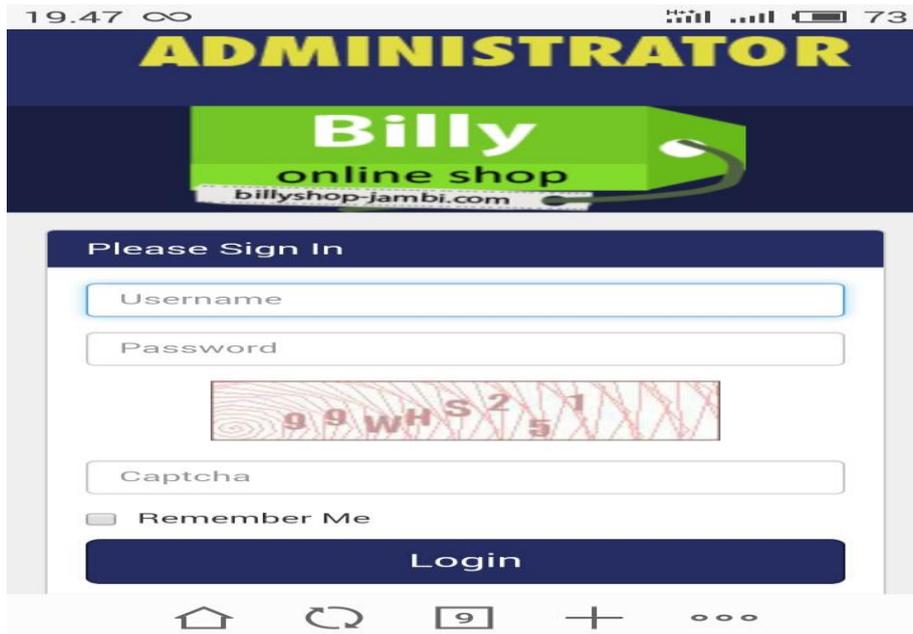
4.7 Rancangan Antarmuka / Interface

Hubungan antara user dan komputer diimplementasikan oleh Rancangan interface pada website Toko Billy. Interface yang di Rancang berupa input data dan tampilan output kepada user yang berbentuk halaman website. Didalam pembuatan Rancangan interface kebutuhan user terhadap sistem perlu diperhatikan agar user lebih mudah memahami dalam menggunakan sistem Rancangan interface pada Toko Billy terdiri dari beberapa tampilan yaitu :

4.7.1 Tampilan Halaman Login

Untuk dapat melakukan update data produk makan admin harus login terlebih dahulu dengan memasukan username dan password admin. Begitu juga untuk pengunjung sistem harus mendaftar terlebih dulu jika melakukan pemesanan produk/barang.

Interface login admin apabila data Name&Password dimasukkan dengan lengkap dan benar maka akan dilanjutkan ke Interface Halaman pengolahan data seperti tampak pada pada gambar. Pada Interface Halaman Admin terdapat menu pilihan yang bisa link ke halaman utama website Toko billy.

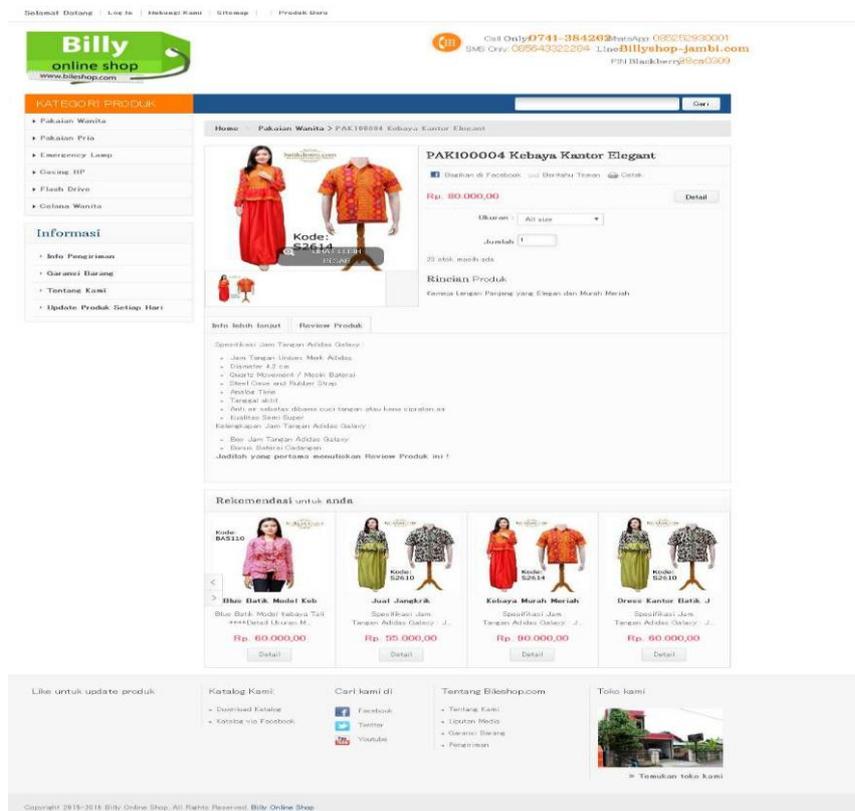


Gambar 12. Interface Login User Admin

Setelah proses pengolahan admin, maka pada link ke halaman utama dapat ditampilkan, adapun tampilan utama dari website Toko Billy sebagai berikut :

4.7.2 Tampilan Muka website Billy shop

Tampilan ini menampilkan halaman awal Website Toko Billy pada saat baru dibuka pengunjung di internet / App. Toko Billy gambar dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 12. Interface halaman Utama Website Toko Billy

5. KESIMPULAN

Kesimpulan yang diperoleh setelah melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dengan adanya sistem Pemasaran Online dapat menghemat waktu (pemasaran 24jam) dan mengurangi biaya sehingga dapat menambah omset pendapatan toko billy.
2. Pada pengolahan sistem pemasaran website toko billy tidak perlu lagi penyimpanan data secara manual tapi sudah dapat menggunakan sistem pengolahan menggunakan teknologi informasi dalam mengelolah data karena sudah adanya sistem basis data atau database untuk menambah, menyimpan, mengedit dan mehapus data, serta megirim promo produk terbaru kepada pengunjung yang mengisi data pengunjung melalui email. Agar pengunjung yang mengisi data pengunjung dapat mengetahui produk terbaru, promo danlain- lain.

5.2 Saran

Dengan telah dibangunnya sistem pemasaran secara online pada Toko Billy dalam pelaksanaan penelitian ini, maka penulis memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Sistem pemasaran berbasis web adalah salah satu fasilitas layanan pemasaran yang harus digunakan secara terus menerus oleh pihak Toko agar tercapainya pemasaran produk yang baik, sesuai kemajuan teknologi informasi, dimana user dapat mengetahui informasi pemasaran secara langsung tentang produk yang dipasarkan toko tersebut..
2. Dalam pelaksanaan pembuatan sistem informasi pemasaran secara online ini, perlu diingatkan bahwa pemilik toko harus melakukan pembaruan data-data produk yang dipasarkan sesuai barang yang akan dipasarkan harus sesuai dengan kenyataan bentuk fisik barang tersebut. Agar tidak mengecewakan pengunjung.
3. Pada Analisis dan perancangan pemasaran pada toko billy, masih banyak kekurangan. Untuk peneliti selanjutnya disarankan menambah jumlah link, gambar produk pemasaran untuk menarik pengunjung dalam mengisi data pengunjung. Dan untuk selanjutnya dapat menggunakan biro jasa one klik dalam mengpromosikan website billy agar dapat ketahui oleh orang banyak tentang produk yg dipasarkan toko billy.
4. Untuk meningkatkan pemasaran online peneliti selanjutnya menggunakan jasa advertising marketing :
5. PPC : Pay Per Click
 - PPI : Pay Per Impreeions
 - PPM : Pay Per Millions

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Alan, Dennis; Wixon, Barbara Heley; & Tegarden, David. 2009. *System Analysis Design Uml version 2.0 an Object-Oriented Approach, Third Edition*, Jhon wiley & sons, Inc. Allrights Reserved.
- [2] Hermawan KartaJaya . 2006. *Hermawan Kartajaya On Segmentation Seri 9 Elemen Marketing*. Bandung: PT.Mizan pustaka.K, Barclay;&J, Savage.2005.*Object-OrientedDesignwithUMLandJava*.
- [3]Heineman, Elsevier Butter Worth, charon tec put, Ltd.Kendall dan kendall.2010. *Analisis dan Perancangan Sistem,versi Bahasa Indonesia, edisi ke 5 jilid ke 1*.Jakarta :PT.INDEKSKendall, E. Kenneth; & Kendall, E. Julie., 2011, *Systems Analysis and Design*. Eighth Edition. United States of America : Pearson Education Inc.
- [4] Kotler, Philip ;& Amstrong, Gary. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. PT Gelora Aksara Pratama.Jakarta : Penerbit Erlangga.
- [5] Kotler, Philip; & Amstrong, Gary. 2012. *Marketing Management*. Northwestern university
- [6] Laudon, Kenneth C;&Laudon, Jane P. 2007. *Managemen Information System(Managing the Digital Firm)*. United States Of America. Pearson Prentice Hall, trademark of pearsson Education, Inc.
- [7] Melia Windiyana, Aris Rakhmadi, S.T., M.Eng. Ir. Jatmiko, M.T. 2013. Publikasi Ilmiah. Jurnal Perancangan Sistem Informasi Pemasaran Batu Mulia Berbasis Android, universitas Muhammadiyah surakata.
- [8] Norma Puspita Timur, 2013. Perancangan menggunakan Website. Jurnal Perancangan Sistem Pemasaran Berbasis Website Pada PT. HAMUDHA PRIMA MEDIA, universitas Muhammadiyah surakata.

- [9] O'Brien, A. James ;& George.M,Marakas. 2010. *Management Information System, 10th Edition* McGraw-Hill/Irwin, New York
- [10] O'Brien, James A; & George M.Marakas. 2011. *Management InformationSystem*. America, New York. The McGraw-Hill Companies, Inc
- [11]Oz, Effy. 2012. *Management Informasi System, Sixth edition*. Thomson coursetechnology, the Pennsylvania, boston Massachusetts.
- [12]Rahmadi Lendriansyah, Dedy Hermanto. 2013. Pemasaran menggunakan Website. Jurnal Perancangan Sistem Informasi Pemesanan Dan Pemasaran Berbasis Website Pada PT. DUTA YUZAKA PERMAI, STMIK GI MDP
- [13] Raymond, Mc.leon;Schell,P; & Jr, George. 2007. *Management Information Systems*.India :Dorling KindersleyRosa A.s.; & Shalahuddin, M. 2015. *Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur Dan Berorientasi Objek*. Cetakan Ketiga. Bandung :Informatika Bandung.
- [14] Sunyoto, Andi .2007. *AJAX Membangun Web Dengan Teknologi Asynchronous JavaScript Dan XML*. Yogyakarta :ANDI
- [15] Tjiptono, Fandy. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Yogyakarta: Andi.
- [16] Tohari, Hamim. 2014. *Analisis Serta Perancangan Sistem Informasi Melalui Pendekatan UML*. Yogyakarta :ANDI
- [17]Zeithaml; A, Valarie; Bither, Mary Jo; Gremler, Dwayne D.2013. *ServicesMarketing : Integrating Customer Focus Across the Firm*, 6th Edition. The McGraw–Hill Companies.