

KUALITAS *WEBSITE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI PAMERAN *INDONESIA BUILDING TECHNOLOGY*

PROYEK AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan
Program Diploma IV
Program Studi Pengelolaan Konvensi dan Acara
Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Disusun Oleh:
SHAFANUR ZULFA RABBIAH
NIM. 2021306018

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN KONVENSI DAN
ACARA
JURUSAN PERJALANAN
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

KUALITAS *WEBSITE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI PAMERAN INDONESIA
BUILDING TECHNOLOGY

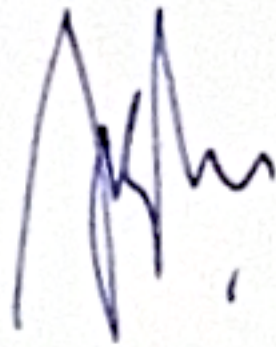
NAMA : Shafanur Zulfa Rabbiah

NIM : 2021306018

PROGRAM STUDI : Pengelolaan Konvensi dan Acara

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,



Dicky Arsyul Salam, S.Par., M.Sc.

NIP: 19890709 201403 1 002



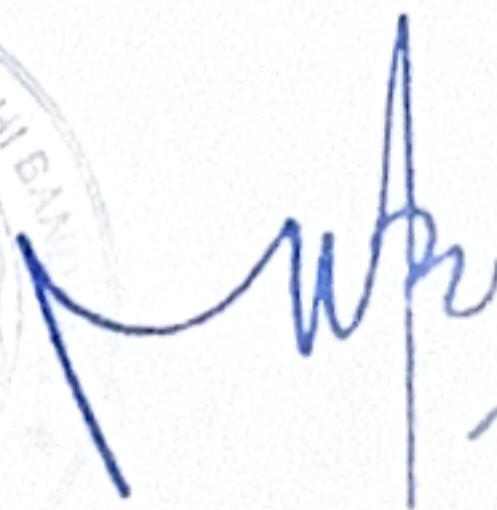
Dendy Sundayana, S.Si., MM.Par., MCF., MCE.

NIP: 19731001 200502 1 001

Bandung, 16 Juni 2025

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE.

NIP. 19710316 199603 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

KUALITAS *WEBSITE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI PAMERAN *INDONESIA BUILDING TECHNOLOGY*

NAMA : SHAFANUR ZULFA RABBIAH
NIM : 2021306018
PROGRAM STUDI : PENGELOLAAN KONVENSI DAN ACARA

Pembimbing Utama,



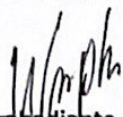
Dicky Arsyul Salam, S.Par., M.Sc.
NIP 19890709 201403 1 002

Pembimbing Pendamping,



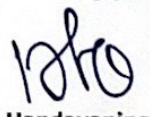
Dendy Sundayana, S.Si., M.M.Par., MCF., MCE
NIP 19731001 200502 1 001

Penguji I,



Wisnu Pradianto, SE., M.Sc.
NIP 19730315 200605 1 002

Penguji II,

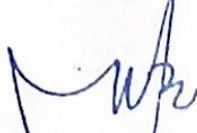


Nuraeni Handayani, S.S., M.Pd
NIP 19811203 200502 2 001

Bandung, 4 Agustus 2025

Mengetahui,

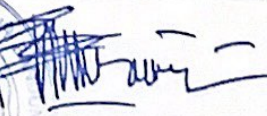
Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE
NIP. 19710316 199603 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung




Dr. Anwari Masatip., MM.Par., CEE
NIP. 19750415 200212 1 001

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertandatangan dibawah ini, saya :

Nama : Shafanur Zulfa Rabbiah
Tempat/Tanggal Lahir : Tasikmalaya / 22 Oktober
2002 NIM : 2021306018
Program Studi : Pengelolaan Konvensi dan Acara
Jurusan : Perjalanan

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul:

“Kualitas Website Sebagai Media Promosi Pameran Indonesia Building Technology” ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari dosen pembimbing.

2. Di dalam Proyek Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas tercantum sebagai acuan di dalam naskah sebagai sumber, nama pengarang yang dicantumkan di dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila di dalam naskah Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan, atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebaik-baiknya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, Juni 2025



Shafanur Zulfa Rabbiah
NIM 2021306018

ABSTRAK

Website kini menjadi salah satu media digital yang banyak dimanfaatkan oleh perusahaan untuk menyampaikan informasi dan menjangkau *audiens* secara lebih luas, termasuk oleh PT. Debindo International Trade and Exhibition (ITE) dalam mempromosikan pameran *Indonesia Building Technology (IndoBuildTech)*. *Website indobuildtech.com* digunakan sebagai *platform* utama untuk menyampaikan berbagai informasi penting seputar pameran, seperti jadwal acara, daftar peserta, hingga layanan pendaftaran *online*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kualitas *website* tersebut efektif sebagai media promosi *digital*. Penelitian ini menggunakan teori WebQual 4.0 dengan tiga dimensi utama, yaitu *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality* (Barnes & Vidgen, 2002). Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner tertutup. Pemilihan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* dan pendekatan *non-probability sampling*, dengan total 100 responden yang merupakan pengguna *website* dan pengunjung pameran *IndoBuildTech*. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan bantuan *software* SPSS dan skala Likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi *usability* dan *service interaction quality* memperoleh skor rata-rata sebesar 3,56 (kategori “setuju”), sedangkan dimensi *information quality* mendapatkan skor 3,16 (kategori “netral”). Temuan ini memperlihatkan bahwa meskipun aspek visual dan interaktif *website* sudah cukup baik, kualitas konten dan informasi di dalamnya masih perlu ditingkatkan agar *website* dapat berfungsi lebih optimal sebagai media promosi.

Kata Kunci: *Website, Media Promosi, WebQual 4.0, Digital Marketing*

ABSTRACT

Websites have become one of the most widely used digital platforms by companies to deliver information and reach a broader audience, including by PT. Debindo International Trade and Exhibition (ITE) in promoting the Indonesia Building Technology (IndoBuildTech) exhibition. The website indobuildtech.com serves as the main platform to provide essential information regarding the exhibition, such as schedules, exhibitor lists, and online registration features. This study aims to evaluate the effectiveness of the website as a promotional medium. The research is based on the WebQual 4.0 model, which assesses website quality through three dimensions: usability, information quality, and service interaction quality (Barnes & Vidgen, 2002). A quantitative descriptive method was applied using a closed-ended questionnaire for data collection. The sampling technique used was purposive sampling with a non-probability approach, involving 100 respondents who were both users of the website and visitors to the IndoBuildTech exhibition. Data were processed using SPSS and measured with a Likert scale. The results showed that the usability and service interaction quality dimensions received an average score of 3.56 (categorized as "agree"), while the information quality dimension scored 3.16 (categorized as "neutral"). These findings indicate that although the visual and interactive aspects of the website are fairly well developed, the quality and accuracy of the content still need improvement to enhance its role as an effective digital promotional tool.

Keywords: *Website, Digital Promotion, IndoBuildTech, WebQual 4.0, Online Media*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia, serta petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan proyek akhir yang berjudul “**Kualitas *Website* sebagai Media Promosi Pameran *Indonesia Building Technology***” ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada program studi yang penulis tempuh.

Proyek ini lahir dari rasa ingin tahu penulis mengenai bagaimana peran teknologi informasi khususnya *website* dalam mendukung kegiatan promosi *event* berskala besar seperti pameran *Indobuildtech*. Dalam proses penyusunannya, penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan mungkin dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Anwari Masatip, MM. Par selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par.,CHE selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama
3. Bapak Marsianus Raga, MM. Par. CEE. selaku Ketua Jurusan Perjalanan Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan Dosen Pembimbing Utama
4. Bapak Reza Nurizki, S.Pd., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Pengelolaan Konvensi dan Acara
5. Bapak Dicky Arsyul Salam, S.Par., M.Sc. Selaku Dosen Pembimbing Utama
6. Bapak Dendy Sundayana, S.Si., MM.Par., MCF., MCE. Selaku Dosen Pembimbing Pendamping
7. Seluruh pihak PT. Debindo ITE
8. Seluruh keluarga terdekat penulis Ibu Sarisati, SE., Bapak Rd. Andy Achmad Muslim, SE., Muhammad Aunill Rabbani, Muhammad Elfadli Athallah, Tissya Nathalie Amelia Putri.
9. Rekan-rekan Pengelolaan Konvensi dan Acara angkatan 2021 yang berjuang bersama untuk menyelesaikan studi di Politeknik Pariwisata NHI Bandung

10. Seluruh teman-teman terdekat yang senantiasa mendukung penulis selama pengerjaan proyek akhir ini

Penulis menyadari bahwa proyek akhir ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari segi isi maupun penyusunan. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata, penulis berharap semoga proyek akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi sumbangsih kecil dalam bidang ilmu komunikasi dan teknologi informasi, khususnya dalam pengembangan media promosi berbasis digital.

Bandung, April 2025

Shafanur Zulfa Rabbiah

NIM : 2021306018

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Kajian Teori	13
B. Kerangka Berpikir.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Pendekatan Penelitian	29
B. Objek Penelitian	31
C. Populasi dan Sampling.....	33
D. Metode Pengumpulan Data.....	37
E. Operational Variabel	39
F. Analisis Data	41
G. Jadwal Penelitian.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Profil Responden.....	43
B. Hasil Penelitian	46
C. Pembahasan.....	66
BAB V SIMPULAN & SARAN	89
A. Simpulan	89
B. Rekomendasi	91

DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	102

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 DATA PENGGUNA INTERNET DI DUNIA 2025	4
GAMBAR 2 DATA PENGAkses SEARCH ENGINES OPTIMIZE DI DUNIA 2025	6
GAMBAR 3 WEBSITE INDOBUILDTECH.COM.....	7
GAMBAR 4 STATISTIK ORGANIC TRAFFIC REASERCH WEBSITE INDOBUILDTECH.....	8
GAMBAR 5 KERANGKA BERPIKIR	28
GAMBAR 6 USIA RESPONDEN	43
GAMBAR 7 JENIS KELAMIN RESPONDEN	44
GAMBAR 8 DOMISILI RESPONDEN.....	44
GAMBAR 9 PEKERJAAN RESPONDEN	45
GAMBAR 10 FREKUENSI MENGAkses WEBSITE INDOBUILDTECH.COM.....	46
GAMBAR 11 TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT DIMENSI USABILITY	47
GAMBAR 12 RENTANG PENILAIAN DIMENSI USABILITY.....	48
GAMBAR 13 GRAFIK DISTRIBUSI TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PERNYATAAN “TAMPILAN WEBSITE INDOBUILDTECH.COM MENARIK DAN PROFESIONAL”	49
GAMBAR 14 GRAFIK DISTRIBUSI TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PERNYATAAN “NAVIGASI <i>WEBSITE</i> INDOBUILDTECH.COM MUDAH DAN TIDAK MEMBINGUNGKAN”	50
GAMBAR 15 GRAFIK DISTRIBUSI TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PERNYATAAN “STRUKTUR MENU DI <i>WEBSITE</i> JELAS DAN MUDAH DIPAHAMI”	51
GAMBAR 16 GRAFIK DISTRIBUSI TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PERNYATAAN “ <i>WEBSITE</i> INDOBUILDTECH.COM MUDAH DIAkses DI BERBAGAI PERANGKAT (<i>PERSONAL COMPUTER</i> DAN <i>SMARTPHONE</i> ”	52
GAMBAR 17 TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT DIMENSI INFORMATION QUALITY.....	53
GAMBAR 18 RENTANG PENILAIAN DIMENSI <i>INFORMATION</i> <i>QUALITY</i>	54

GAMBAR 19 GRAFIK DISTRIBUSI TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PERNYATAAN “INFORMASI YANG TERDAPAT DI <i>WEBSITE</i> INDOBUILDTECH.COM LENGKAP DAN SESUAI DENGAN KEBUTUHAN SAYA”	55
GAMBAR 20 GRAFIK DISTRIBUSI TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PERNYATAAN “KONTEN YANG ADA DI <i>WEBSITE</i> INDOBUILDTECH.COM AKURAT DAN DAPAT DIPERCAYA”	56
GAMBAR 21 GRAFIK DISTRIBUSI TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PERNYATAAN “<i>WEBSITE</i> INDOBUILDTECH.COM SELALU DIPERBAHARUI DENGAN INFORMASI TERBARU TENTANG PAMERAN INDOBUILDTECH”	57
GAMBAR 22 GRAFIK DISTRIBUSI TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PERNYATAAN “BAHASA YANG DIGUNAKAN DI <i>WEBSITE</i> INDOBUILDTECH.COM MUDAH DIPAHAMI”	58
GAMBAR 23 TANGGAPAN RESPONDEN TERKAIT DIMENSI <i>SERVICE INTERACTION QUALITY</i>	59
GAMBAR 24 RENTANG PENILAIAN DIMENSI <i>SERVICE INTERACTION QUALITY</i>	61
GAMBAR 25 GRAFIK DISTRIBUSI TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PERNYATAAN “<i>WEBSITE</i> INDOBUILDTECH.COM RESPONSIF DAN CEPAT SAAT DIAKSES”	62
GAMBAR 26 GRAFIK DISTRIBUSI TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PERNYATAAN “FITUR INTERAKSI DI <i>WEBSITE</i> INDOBUILDTECH.COM SEPERTI KONTAK DAN PENDAFTARAN BEKERJA DENGAN BAIK”	63
GAMBAR 27 GRAFIK DISTRIBUSI TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PERNYATAAN “TERSEDIA FITUR PENCARIAN PADA <i>WEBSITE</i> INDOBUILDTECH.COM YANG MEMBANTU SAYA MENEMUKAN INFORMASI YANG SAYA BUTUHKAN”	64
GAMBAR 28 GRAFIK DISTRIBUSI TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PERNYATAAN “PENGALAMAN INTERAKSI DI <i>WEBSITE</i> INDOBUILDTECH.COM SECARA KESELURUHAN MENYENANGKAN DAN TIDAK MEMBINGUNGKAN”	65

DAFTAR TABEL

TABEL 1 JUMLAH VISITOR PAMERAN INDONESIA BUILDING TECHNOLOGY	8
TABEL 2 UJI VALIDITAS.....	36
TABEL 3 HASIL UJI RELIABILITAS KUESIONER	37
TABEL 4 MATRIKS OPERASIONAL VARIABEL.....	39
TABEL 5 KATEGORI INTERPRETASI SKOR RATA-RATA SKALA..	41
TABEL 6 JADWAL PENELITIAN	42

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN PROYEK AKHIR “KUALITAS WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI PAMERAN INDONESIA BUILDING TECHNOLOGY” .	102
LAMPIRAN 2 SURAT PERMOHONAN PENELITIAN DARI KAMPUS	105
LAMPIRAN 3 SURAT IZIN PENELITIAN DARI LOKUS	106
LAMPIRAN 4 SURAT TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	107
LAMPIRAN 5 CODING SHEET	108
LAMPIRAN 6 HASIL OLAH DATA	112
LAMPIRAN 7 BUKTI BIMBINGAN.....	113
LAMPIRAN 8 BUKTI HASIL SEBAR KUESIONER.....	114
LAMPIRAN 9 LAPORAN TINGKAT PLAGIASI TURNITIN.....	115
LAMPIRAN 10 BIODATA PENULIS.....	116

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, R. (2023). Pengaruh Transformasi Digital dan Bisnis Online Terhadap Pola Perilaku Masyarakat Ciputat Timur. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 24-38.
- Alhasanah, J. U., Kertahadi, & Riyadi. (2014). Pengaruh Kegunaan, Kualitas Informasi Dan Kualitas Interaksi Layanan Web E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei pada Konsumen www.getscoop.com). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1-10.
- Amanah, S. (2015). Peran Strategi Promosi terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *Jurnal Lentera; Kajian Keagamaan, Keilmuan Dan Teknologi*, 55-66.
- Asmadi, Lestari, & Khoirudin. (2023). Pengaruh event marketing dan sosial media terhadap minat beli pada Pt. Nusantara Suryasakti Kepada Dua Tanggerang. *Jurnal Pengembangan Ketenagakerjaan*.
- Azzuhroh, Sudarmaji, & Irawan. (2020). Perancangan Sistem Informasi Berbasis Web Pada BMT Mentari Kota Gajah Lampung Tengah. *Universitas Muhammadiyah Metro*.
- Bangun, N., Intarti, K., Br. Karo, S., Dewiningsih, S., & Tahar, S. (2023). System quality, information quality, system design quality website PT KCI berpengaruh terhadap user satisfaction. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*.
- Barnes, S. J., & Vidgen, R. T. (2002). An integrative approach to the assessment of e-commerce quality. *Journal of Electronic Commerce Research*.
- Bintari, W. P., Udayana, I., & Maharani, B. D. (2022). Pengaruh Usability, Information Quality, dan Service Interaction Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Tokopedia di Kabupaten Kediri). *Jurnal Perspektif*, 68-75.
- Budiman, J., & Steven, S. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada Pelanggan PT. Nusantara Surya Sakti Cabang Pontianak. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*.
- Cahyono, A. (2002). *Materi dan Pembelajaran Kertakes SD: Pameran dan Pergelaran*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Darmawijaya, Muhardi, & Chaidir, R. (2023). Analisis Kualitas Web Sebagai Strategi Pemasaran Dalam Membangun Keputusan Pasien Untuk Menggunakan Layanan Rumah Sakit Melinda 2 Bandung. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 161-170.
- Debindo ITE. (t.thn.). Diambil kembali dari Debindo ITE Website: www.debindo.com
- Desthiani, U., & Suwandi. (2019). MICE (MEETING, INCENTIVE, CONVENTION, EXHIBITION) (1st ed.). *UNPAM PRESS*.
- Geasela, Y. M., Wijaya, A., Apriyanti, S., Tanuhariono, V. R., & Andry, J. F. (2023). Optimasi Pengalaman Pengguna Pendekatan Ilmiah Mengukur

- Kualitas Aplikasi Shopee dengan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Fasikom*, 538-545.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th ed.)*. Pearson.
- Herdani, & Rachmawati. (2023). Word of mouth & citra acara terhadap keputusan berpartisipasi dalam event pariwisata lokal. *Jurnal Komunikasi & Event*, 34-44. doi:<https://doi.org/10.22146/jke.v7i1.60941>
- Herlina, & Nugroho. (2022). Analisis efektivitas promosi digital terhadap keputusan konsumen dalam menghadiri event pariwisata. *Jurnal Pariwisata & Pemasaran*, 101-110. doi:<https://doi.org/10.31294/jpp.v9i2.56789>
- Hurdawaty, & Pusphanjali. (2022). Event MICE sebagai daya tarik pengunjung: Studi kasus Bandung Investment, Agriculture, Tourism & Trade EXPO 2021. *Journal of Tourism & Creativity*, 15-23. doi:<https://doi.org/10.19184/jtc.v6i1.27783>
- Industry, U. T. (2024). *UFI The Global Association of The Exhibition Industry*. Diambil kembali dari UFI The Global Association of The Exhibition Industry Website: <https://www.ufi.org/archive-research/the-global-exhibition-barometer-january-2024/>
- Jenifer, S. H., Mandey, S. L., & Palandeng, I. D. (2022). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI MASA PANDEMI COVID-19 (STUDI UMKM LEZATO DESSERT DESA KLABAT). *Jurnal EMBA*, 2185-2193.
- Kannan, P., & Li, H. (2016). Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kumar, V., Pozza, I. D., & Ganesh, J. (2013). Revisiting the Satisfaction – Loyalty Relationship : Empirical Generalizations and Directions for Future Research. *Journal of Retailing*, 1-17.
- Kusuma, & Astuti. (2023). Pengaruh promosi dan reputasi terhadap minat kunjung ulang pada event lokal. *Jurnal Komunikasi & Media*, 45-55. doi:<https://doi.org/10.25077/jkm.11.1.2023.45>
- Kusuma, C. S. (2019). MICE- MASA DEPAN BISNIS PARIWISATA INDONESIA. *Efisiensi*, 52-62.
- Lontoh, M. N. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada Pt. Hasjrat Abadi Manado Cabang Tende. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 515-525.
- Machali, I. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif: Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif. *Fakultas Ilmu tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta*.
- Mandal, P. C. (2023). Engaging Customers and Managing Customer Relationships. *Journal of Business Ecosystems*, 1-14.
- Mardiyanto, D., & Giarti. (2019). ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo). *Edonommika*.

- Maulana, G. R. (2024). Sistem Pariwisata dan MICE Management.
- Moktadir, M. A., Ali, S. M., Kusi-Sarpong, S., & Shaikh, M. A. (2018). Assessing challenges for implementing Industry 4.0: Implications for process safety and environmental protection. *Process Safety and Environmental Protection*, 730-741.
- Musfiquon. (2012). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Nurhayaty, M. (2022). STRATEGI MIX MARKETING (PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION, EOPLE, PROCESS, PHYSICAL EVIDENCE) 7P DI PD RASA GALENDO KABUPATEN CIAMIS. *Jurnal Media Teknologi*.
- Pangestu, M., & Dora, Y. M. (2025). Strategi Pemasaran Bisnis Properti pada Top Putra Residence. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*.
- Pradana, & Pratiwi. (2021). Strategi promosi event dalam membangun engagement peserta: Studi pada penyelenggara festival budaya. *Jurnal Ilmu Komunikasi Terapan*, 23-34. doi:<https://doi.org/10.24198/jikp.v5i1.33521>
- Putri, & Fadillah. (2021). Evaluasi keberhasilan promosi digital menggunakan analisis ROI dalam event pemasaran. *Jurnal Riset Pemasaran*, 89-97. doi:<https://doi.org/10.32734/jrp.v4i2.48652>
- Rahmi, A., & Desriyeni. (2017). PEMBUATAN BUKU PANDUAN MEDIA PROMOSI PERPUSTAKAAN DI PERPUSTAKAAN AMANAH MASJID TAQWA MUHAMMADIAH SUMATERA BARAT. *Jurnal Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan*.
- Saifuddin, M. (2021). DIGITAL MARKETING : STRATEGI YANG HARUS DILAKUKAN UMKM SAAT PANDEMI COVID-19. *Jurnal Bisnis Terapan*, 115-124.
- Saragih, Jumjuma, & Anggraini. (2025). Implementation of the application for organizing 3D digital-based virtual exhibitions in the MICE industry of Medan City. *Journal of Ecohumanism*. doi:<https://doi.org/10.62754/joe.v3i8.5661>
- Saragih, L., Putriku, A., Sari, S., Laia, Y., & Syahputra, Y. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Kontribusi Ekspor UMKM di Era 4.0. *Jurnal Strategi Bisnis Teknologi*, 63-72.
- Sekaran, U. (2006). *Research methods for business: A skill-building approach (4th ed.)*. Wiley.
- Setyawan. (2023). Daya saing destinasi MICE di Indonesia. *Jurnal Pariwisata Terapan*. doi:<https://doi.org/10.22146/jpt.35379>
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. *Alfabeta*.
- Sukmasetya, P., Setiawan, A., & Arumi, E. R. (2020). Penggunaan Usability Testing Sebagai Metode Evaluasi Website Krs Online Pada Perguruan Tinggi. *JST (Jurnal Sains Dan Teknologi)*, 58-67.
- Susilawati, T., Yuliansyah, F., Romzi, M., & Aryani, R. (2020). Membangun Website Toko Online Pempek Nthree Menggunakan Php Dan Mysql. *Jurnal Teknik Informatika Mahakarya (JTIM)*, 35-44.

- Uluwiyah, A. N. (2022). *Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat*. Yogyakarta: Multi Pustaka Utama.
- Wardhana, A. (2024). *Model WebQual 4.0*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Wilson, A., Zeithaml, V., Bitner, M. J., & Gremler, D. (2013). *Service Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm (6th ed.)*. Berkshire: McGraw Hill International.