

ISSN (ONLINE) 2598-9936



INDONESIAN JOURNAL OF INNOVATION STUDIES
PUBLISHED BY
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO

Table Of Contents

Journal Cover	1
Author[s] Statement	3
Editorial Team	4
Article information	5
Check this article update (crossmark)	5
Check this article impact	5
Cite this article	5
Title page	6
Article Title	6
Author information	6
Abstract	6
Article content	7

Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licences/by/4.0/legalcode>

Indonesian Journal of Innovation Studies

Vol. 26 No. 1 (2025): January
DOI: 10.21070/ijins.v26i1.2401

EDITORIAL TEAM

Editor in Chief

Dr. Hindarto, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Managing Editor

Mochammad Tanzil Multazam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Editors

Fika Megawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Mahardika Darmawan Kusuma Wardana, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Wiwit Wahyu Wijayanti, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Farkhod Abdurakhmonov, Silk Road International Tourism University, Uzbekistan

Bobur Sobirov, Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan

Evi Rinata, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

M Faisal Amir, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Dr. Hana Catur Wahyuni, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

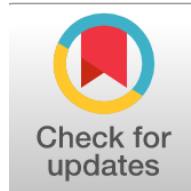
Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

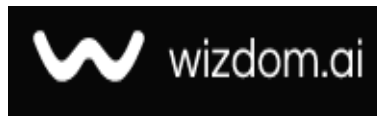
How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact ^(*)



Save this article to Mendeley



^(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

Website Design for Concrete Product Promotion at PT Varia Usaha Bangkalan Madura: Perancangan Website Untuk Promosi Produk Beton di PT Varia Usaha Bangkalan Madura

Achmad Isra Mujahidin, Mamatsatunya@gmail.com (*)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

(*) Corresponding author

Abstract

General Background In the digital era, establishing an online presence is essential for construction materials manufacturing enterprises to maintain market competitiveness and expand business reach. **Specific Background** PT Varia Usaha Bangkalan Madura, a concrete production and distribution firm, requires a functional digital promotional channel to deliver technical specifications and order procedures to prospective clients. **Knowledge Gap** Existing promotional mechanisms often lack direct interactive features and structured technical product visibility tailored to the regional concrete supply market. **Aims** This study designs and implements a responsive website using HTML, CSS, JavaScript, PHP, and MySQL to streamline product information delivery and order request management. **Results** System testing demonstrates enhanced digital visibility, an increased rate of inquiry conversions, and fully functional multi-device responsiveness across UI/UX components. **Novelty** This work provides an integrated promotional model specifically tailored for regional concrete manufacturers, combining direct inquiry channels with dynamic technical product displays. **Implications** Deploying this dedicated web infrastructure strengthens marketing outreach, optimizes customer inquiry processing, and supports commercial positioning within the construction industry.

Key Findings Highlights

Implementation of dynamic web catalogs improves user access to technical concrete specifications and pricing details.

Responsive front-end design combined with relational backend architecture facilitates streamlined customer inquiry processing.

Establishing a dedicated web channel increases organic visitor traffic and customer conversion rates for construction materials.

Keywords Concrete Product Promotion, Digital Marketing Platform, Responsive Web Design, User Interface Optimization, PT Varia Usaha

Published date: 2026-10-08

Pendahuluan

Pada era digital saat ini, kehadiran suatu perusahaan di dunia maya menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar. Hal ini juga berlaku bagi perusahaan yang bergerak dalam industri konstruksi, seperti Cabang dari PT Varia Usaha yang berlokasi di Bangkalan, Madura. Sebagai produsen beton, PT Varia Usaha menghadapi tantangan untuk mempromosikan produk-produk mereka kepada konsumen dan mitra bisnis secara efektif.

Website merupakan salah satu alat pemasaran yang sangat efektif, yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai produk, layanan, dan nilai-nilai perusahaan kepada audiens yang lebih luas. Melalui website, PT Varia Usaha tidak hanya dapat memperkenalkan berbagai jenis produk beton yang mereka tawarkan, tetapi juga membangun citra perusahaan yang profesional dan terpercaya. Dengan demikian, perancangan website yang menarik, informatif, dan mudah diakses menjadi sebuah kebutuhan yang mendesak.

Website yang baik dapat memberikan kemudahan bagi pengunjung dari luar daerah maupun dari dalam daerah sekitarnya untuk mencari informasi yang mereka butuhkan, seperti spesifikasi produk, harga, dan cara pemesanan. Selain itu, website juga dapat digunakan sebagai platform untuk berinteraksi dengan pelanggan, menerima umpan balik, serta memperluas jaringan bisnis. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, akan dibahas mengenai perancangan website yang ditujukan untuk promosi produk beton di PT Varia Usaha.

Diharapkan, melalui website ini, PT Varia Usaha dapat meningkatkan visibilitas produk mereka, menarik lebih banyak pelanggan, serta memperkuat posisi mereka di pasar beton di wilayah Madura dan dari luar daerah Madura juga.

Metode

Pengumpulan Data dan Analisis Kebutuhan

Tahap pertama adalah pengumpulan data dan analisis kebutuhan. Metode ini melibatkan beberapa langkah seperti wawancara, observasi, dan studi literatur untuk memahami kebutuhan pengguna dan perusahaan terkait informasi yang harus disampaikan dalam website. Pada tahap ini, beberapa poin penting yang diperhatikan meliputi:

- Menentukan segmentasi audiens yang dituju, yaitu calon pelanggan dari industri konstruksi.
- Mengidentifikasi fitur yang diperlukan, seperti katalog produk, informasi harga, deskripsi teknis beton, formulir pemesanan, dan halaman kontak

Perancangan Antarmuka (UI) dan Pengalaman Pengguna (UX)

Pada tahap ini, perancangan antarmuka difokuskan pada kemudahan navigasi dan tampilan yang menarik agar pelanggan tertarik dan mudah dalam mengakses informasi. Proses desain antarmuka dilakukan melalui langkah berikut:

- Pembuatan wireframe untuk menentukan tata letak halaman utama, katalog produk, dan halaman pemesanan.
- Desain prototipe dengan memperhatikan elemen visual yang mencerminkan identitas PT Varia Usaha.
- Pengujian desain pada beberapa pengguna untuk memastikan bahwa desain UI/UX telah sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pengguna.

Pengembangan Website

Pengembangan website dilakukan berdasarkan desain yang telah disusun. Beberapa alat dan bahasa pemrograman yang digunakan antara lain:

- HTML, CSS, dan JavaScript untuk tampilan dan interaksi dasar.
- PHP atau Python (tergantung kebutuhan) sebagai backend untuk menangani pemesanan dan manajemen data produk.
- MySQL sebagai basis data untuk menyimpan data produk dan pelanggan.

Pengembangan website ini juga mencakup pengoptimalan SEO agar website lebih mudah ditemukan di mesin pencari, sehingga meningkatkan peluang interaksi pelanggan.

Pengujian dan Evaluasi Sistem

Setelah website selesai dikembangkan, dilakukan tahap uji coba untuk memastikan bahwa seluruh fitur berfungsi dengan baik. Uji coba ini mencakup:

Peluncuran dan Pemeliharaan Website

Setelah website lolos uji coba, website akan dipublikasikan dan diintegrasikan dengan media promosi lainnya, seperti media sosial. Pemeliharaan dilakukan untuk memastikan keamanan dan stabilitas website, serta pembaruan konten produk dan informasi lainnya sesuai kebutuhan

Hasil dan Pembahasan

Analisis Kebutuhan Pengguna

Tahap awal perancangan website untuk PT Varia Usaha dimulai dengan melakukan analisis kebutuhan pengguna melalui observasi dan wawancara dengan pihak internal perusahaan serta pelanggan potensial. Hasil dari analisis ini menunjukkan bahwa pelanggan membutuhkan akses informasi yang cepat dan jelas terkait spesifikasi produk, harga, serta layanan yang ditawarkan oleh PT Varia Usaha. Website diharapkan dapat memberikan informasi yang mudah diakses dan dapat meningkatkan kredibilitas perusahaan.

Perancangan Desain Antarmuka

Desain antarmuka website dibuat dengan mempertimbangkan aspek user experience (UX) dan user interface (UI) yang menarik dan mudah dipahami. Hal ini meliputi:

- **Warna dan Tipografi:** Menggunakan kombinasi warna yang mewakili identitas perusahaan, seperti biru dan abu-abu, untuk memberikan kesan profesional dan modern. Font yang dipilih adalah sans-serif agar terlihat lebih bersih dan mudah dibaca.
- **Navigasi:** Menyediakan menu navigasi yang intuitif dengan kategori yang terstruktur, seperti "Tentang Kami," "Produk," "Layanan," "Proyek," dan "Hubungi Kami," agar pengguna dapat menemukan informasi dengan cepat.
- **Tampilan Produk:** Produk beton ditampilkan secara visual dengan gambar berkualitas tinggi dan deskripsi produk yang rinci, termasuk spesifikasi teknis, harga, dan opsi pengiriman.



Figure 1.

About Us

PT. Varia Usaha Beton adalah salah satu anak perusahaan PT. Semen Indonesia Beton yang memproduksi berbagai macam produk beton seperti BETON SIAP PAKAI, BETON PRACETAK, BETON MASONRY, CRUSHED STONE, JASA KONSTRUKSI, dan JASA SEWA PERALATAN. PT Varia Usaha Beton didirikan tahun 1991 berdasarkan Akta notaris Suyati Subadi, SH No 18/1991 dengan akta perubahan akta notaris Dr. Slamet Wahyudi, SH, Mkh No 102/31 Desember 2015.

Our Services

Email

loekmanloek15@gmail.com

Sales

+62 823 3020 4768

Email

vub.pemasaran@gmail.com

© BSP Bangkalan 2024. All rights reserved.

Figure 2.

Pengembangan Website

Tahap pengembangan website dilakukan menggunakan teknologi HTML, CSS, dan JavaScript untuk sisi frontend, serta PHP dan MySQL untuk sisi backend. Website dirancang agar responsif sehingga tampilan tetap optimal di berbagai perangkat, termasuk desktop, tablet, dan smartphone.

Selama tahap ini, berbagai fitur ditambahkan untuk meningkatkan fungsionalitas dan daya tarik website:

- Formulir Kontak dan Pemesanan: Pengguna dapat mengisi formulir online untuk permintaan penawaran atau konsultasi mengenai produk beton, memudahkan PT Varia Usaha untuk menjalin komunikasi dengan calon pelanggan.
- Integrasi Google Maps: Lokasi perusahaan dicantumkan di halaman "Hubungi Kami" untuk memudahkan pelanggan menemukan kantor perusahaan.
- Blog dan Artikel: Website juga dilengkapi dengan fitur blog untuk memberikan informasi tambahan mengenai manfaat produk beton, teknik konstruksi, dan berita terbaru di industri ini.



Tentang Kami



Selamat datang di halaman profil kami. PT. Varia Usaha Beton adalah salah satu anak perusahaan PT. Semen Indonesia Beton yang memproduksi berbagai macam produk beton seperti BETON SIAP PAKAI, BETON PRACETAK, BETON MASONRY, CRUSHED STONE, JASA KONSTRUKSI, dan JASA SEWA PERALATAN. PT Varia Usaha Beton didirikan tahun 1991 berdasarkan Akta notaris Suyati Subadi, SH No 18/1991 dengan akta perubahan akta notaris Dr. Slamet Wahyudi, SH, Mkh No 102/31 Desember 2015. Seiring dengan bergesernya system ekonomi internasional dengan adanya perdagangan bebas AFTA 2015 akan menimbulkan dampak besar bagi pelaku pasar di Indonesia, tidak terkecuali PT. VUB yang telah berkontribusi banyak atas pembangunan ekonomi,

Figure 3.

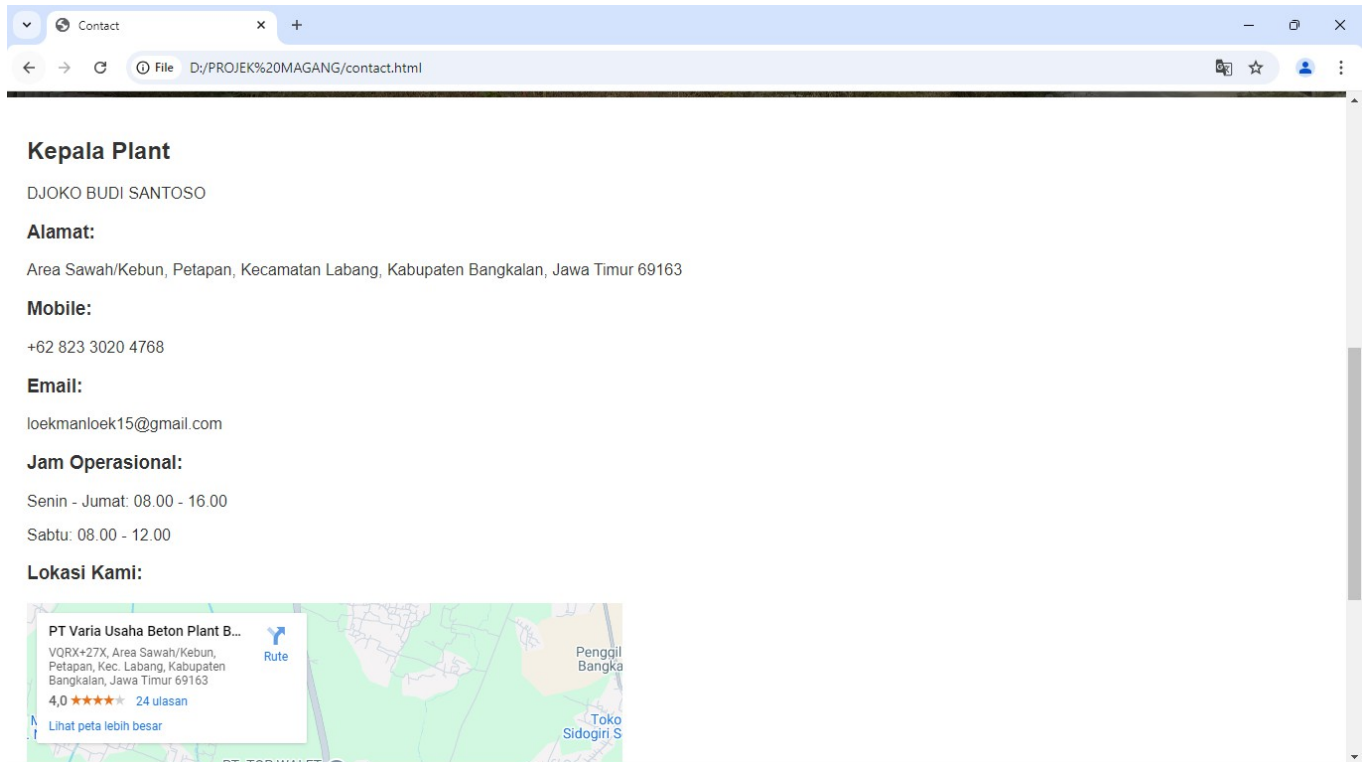


Figure 4.

Uji Coba dan Evaluasi

Setelah website selesai dikembangkan, dilakukan uji coba untuk memastikan semua fungsi berjalan dengan baik. Uji coba meliputi:

- Uji Fungsionalitas: Memastikan bahwa semua tautan, formulir, dan fitur interaktif bekerja dengan baik.
- Uji Responsivitas: Mengevaluasi tampilan website di berbagai ukuran layar dan perangkat, memastikan desain tetap konsisten.
- Uji Kecepatan: Menggunakan tools seperti Google PageSpeed untuk memastikan website memiliki waktu loading yang cepat, memberikan pengalaman pengguna yang optimal.

Evaluasi pengguna awal menunjukkan bahwa website memberikan kemudahan dalam mengakses informasi produk beton PT Varia Usaha, dengan respons positif terhadap tampilan dan navigasi yang jelas. Feedback dari uji coba ini kemudian digunakan untuk perbaikan akhir sebelum website diluncurkan.



Figure 5.

Hasil Peningkatan Promosi Produk

Dalam beberapa bulan setelah peluncuran, website terbukti memberikan dampak positif pada strategi promosi PT Varia Usaha:

- Peningkatan Jumlah Pengunjung: Data Google Analytics menunjukkan peningkatan jumlah pengunjung harian, dengan persentase besar berasal dari pencarian organik.
- Konversi Lebih Tinggi: Melalui fitur kontak dan pemesanan online, jumlah permintaan penawaran produk beton meningkat, yang berkontribusi pada kenaikan penjualan.
- Peningkatan Citra Perusahaan: Kehadiran website yang profesional berhasil meningkatkan citra PT Varia Usaha sebagai perusahaan yang modern dan terpercaya di industri konstruksi

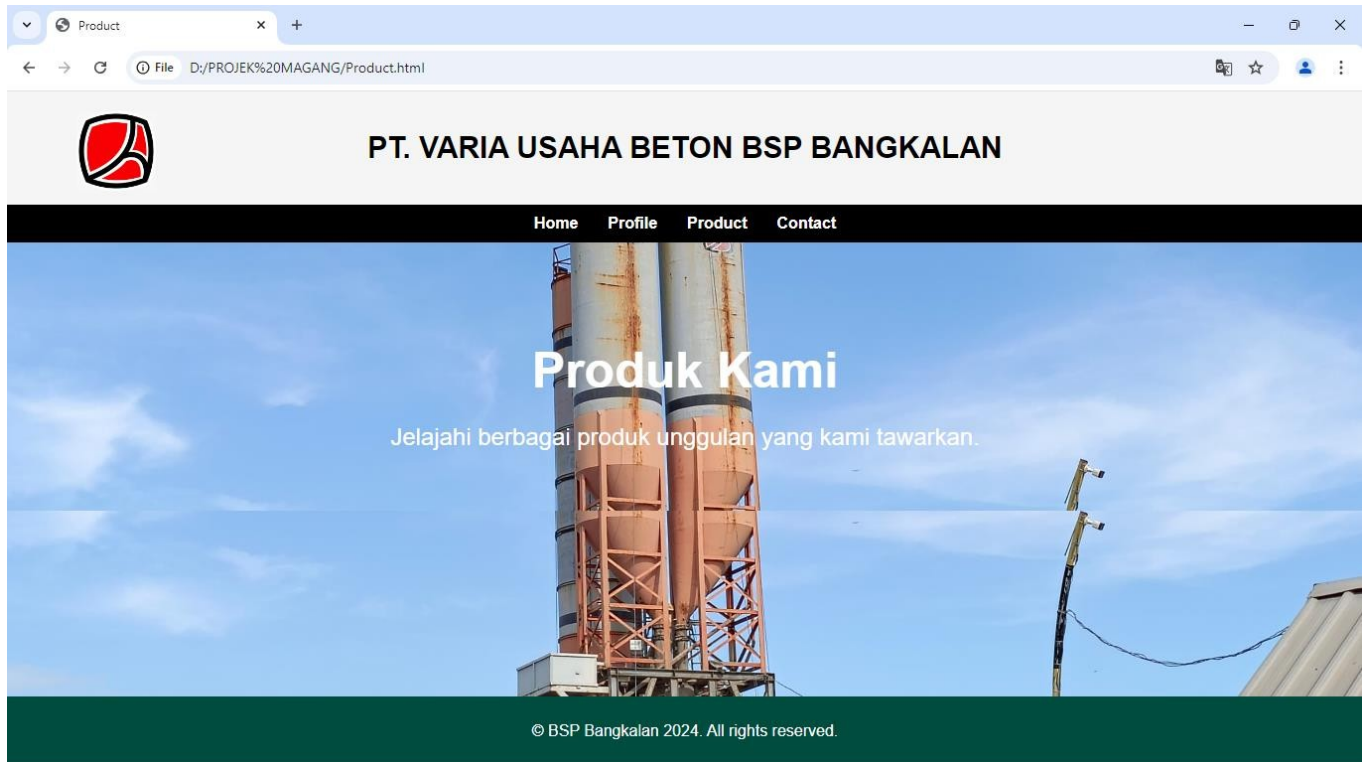


Figure 6.



Figure 7.



Figure 8.



Figure 9.

PANDUAN PENULISAN PERSAMAAN

Penomoran Persamaan:

- Setiap persamaan yang dimasukkan ke dalam laporan perlu dinomori secara berurutan.
- Nomor persamaan biasanya diletakkan di sebelah kanan, dalam tanda kurung. Misalnya, $E=mc^2$ akan memiliki format seperti ini:

Format Penulisan:

- Pastikan persamaan ditulis di tengah halaman untuk memudahkan pembaca.
- Gunakan notasi matematika yang tepat dan hindari penggunaan simbol yang sulit dipahami kecuali telah dijelaskan sebelumnya.
- Jika ada notasi khusus dalam persamaan, berikan penjelasan di bawah persamaan tersebut. Contoh: $y=f(x)=ax+by = f(x) = ax + by=f(x)=ax+b$ Di mana:

yyy = variabel yang diprediksi

aaa = koefisien kemiringan

bbb = konstanta atau intercept

o Penulisan Variabel dan Parameter:

- Semua variabel dan parameter yang muncul dalam persamaan harus dijelaskan maknanya.
- Hindari singkatan yang tidak umum untuk menghindari kebingungan.

Contoh Persamaan untuk Perancangan Website:

- Jika ingin menunjukkan hubungan antara jumlah kunjungan (visitor) dan tingkat konversi, gunakan model yang sesuai, misalnya: $C=V \times RC = V \times RC=V \times R$ Di mana:

o CCC = konversi total

o VVV = jumlah pengunjung (visitors)

o RRR = rasio konversi Penggunaan Persamaan dalam Desain Sistem:

- Jika sistem menggunakan algoritma tertentu (misalnya, dalam fungsi pencarian), berikan persamaan yang mendukung penjelasan algoritma tersebut.

- Contoh: Untuk menghitung kecepatan load website, gunakan rumus kecepatan rata-rata seperti: $S=\frac{D}{T}$ Di mana:

$\frac{D}{T}$ Di mana:

o SSS = kecepatan load

o DDD = data yang dimuat

o TTT = waktu yang dibutuhkan

PANDUAN PENULISAN KUTIPAN/RUJUKAN DALAM TEKS ARTIKEL DAN DAFTAR REFERENSI

Untuk penulisan kutipan dan daftar referensi dalam artikel ilmiah tentang "Perancangan Website untuk Promosi," Anda bisa menggunakan beberapa gaya sitasi populer yang sering dipakai dalam penulisan akademik di Indonesia, seperti APA, IEEE, dan Harvard. Berikut panduan ringkasnya:

1. 1. Panduan Penulisan Kutipan dalam Teks

APA Style (American Psychological Association):

- Jika sumber berasal dari satu penulis: tulis nama belakang penulis dan tahun publikasi.
 - Contoh: (Sugiarto, 2022)
- Jika ada dua penulis: tulis kedua nama belakang penulis.
 - Contoh: (Sugiarto & Yuniati, 2022)
- Jika ada tiga atau lebih penulis: tulis nama belakang penulis pertama diikuti "et al."
 - Contoh: (Sugiarto et al., 2022)

IEEE Style:

- Gunakan nomor urutan dalam kurung sesuai urutan munculnya sumber dalam teks.
 - Contoh: "Menurut penelitian sebelumnya [1], desain website penting untuk promosi."

Harvard Style:

- Nama penulis dan tahun, mirip dengan APA, tetapi dengan sedikit variasi sesuai panduan kampus.
 - Contoh: (Sugiarto, 2022)

1. 2. Panduan Penulisan Daftar Referensi

APA Style:

- Format: Nama belakang, Inisial Nama Depan. (Tahun). Judul buku/artikel. Tempat Penerbitan: Nama Penerbit.
 - Buku: Sugiarto, A. (2022). *PerancanganWebsiteuntukPromosi*. Jakarta: PT. Gramedia.
 - Artikel jurnal: Sugiarto, A., & Yuniati, B. (2022). Desain website efektif untuk promosi. *Jurnal Informatika*, 10(3), 101-110.

IEEE Style:

- Format: [Nomor Urut] Nama depan inisial. Nama belakang, "Judul artikel," Nama Jurnal/Buku, vol. X, no. Y, pp. X-Y, tahun.
 - Buku: [1] A. Sugiarto, *PerancanganWebsiteuntukPromosi*. Jakarta: PT. Gramedia, 2022.
 - Artikel: [2] A. Sugiarto dan B. Yuniati, "Desain website efektif untuk promosi," *Jurnal Informatika*, vol. 10, no. 3, pp. 101-110, 2022.

Harvard Style:

- Nama belakang, Inisial Nama Depan. Tahun. Judul buku/artikel. Tempat Penerbitan: Penerbit.
 - Buku: Sugiarto, A. 2022, *PerancanganWebsiteuntukPromosi*, PT. Gramedia, Jakarta.
 - Artikel jurnal: Sugiarto, A. & Yuniati, B. 2022, 'Desain website efektif

Simpulan

Perancangan website untuk promosi produk beton di PT Varia Usaha Bangkalan adalah langkah penting dalam memperluas pasar dan memperkuat citra perusahaan di era digital. Metode yang diterapkan, mulai dari pengumpulan data hingga pemeliharaan, memastikan bahwa website tidak hanya menarik secara visual tetapi juga fungsional.

Dengan adanya website, PT Varia Usaha Bangkalan diharapkan dapat meningkatkan interaksi dengan pelanggan, memudahkan proses pemesanan, dan menyajikan informasi produk yang lengkap dan mudah diakses.

Ucapan Terima Kasih

Kami ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bimbingan selama pelaksanaan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini. Pertama-tama, kami mengucapkan terima kasih kepada Bapak Rully Amirullah. atas kesempatan yang diberikan untuk belajar dan berkontribusi di PT.Varia Usaha Beton di bangkalan Madura. Bimbingan, arahan, dan pengalaman yang diberikan sangat berarti bagi kami, terutama dalam memahami dunia kerja dan memperdalam keterampilan praktis yang relevan dengan bidang yang kami pelajari. Dukungan dan kesabaran Bapak dalam menjawab pertanyaan serta memberikan masukan telah membantu kami untuk terus berkembang selama di tempat PKL. Kami juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. Supriyanto, S.Si. M.Si., CSA. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan dukungan selama proses PKL ini. Nasihat dan bimbingan yang diberikan, mulai dari persiapan hingga akhir kegiatan, sangat membantu kami dalam menyelesaikan tugas dengan baik. Motivasi dan masukan yang diberikan juga menjadi dorongan penting bagi kami dalam menyelesaikan laporan dan mengevaluasi hasil yang kami capai. Semoga ilmu dan pengalaman yang kami peroleh selama PKL ini dapat bermanfaat bagi perkembangan karier kami di masa mendatang. Sekali lagi, terima kasih atas semua dukungan dan bimbingan yang telah diberikan.

References

1. J. Nielsen and H. Loranger, *Prioritizing Web Usability*. New Riders Press, 2006.
2. D. Chaffey and F. Ellis-Chadwick, *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson, 2019.
3. S. Krug, *Don't Make Me Think, Revisited: A Common Sense Approach to Web Usability*. New Riders Press, 2014.
4. P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management*, 15th ed. Pearson Education, 2016.
5. S. S. Alam and M. K. M. Noor, "Information and communication technology (ICT) adoption in small and medium enterprises (SMEs): An empirical evidence of service sectors in Malaysia," *International Journal of Business and Management*, vol. 4, no. 2, pp. 112-125, 2009.
6. F. Calisir and D. Karaali, "The impacts of user interface design on website usability: A case study on e-commerce

- websites," *International Journal of Business Information Systems*, vol. 3, no. 2, pp. 219-232, 2008.
7. J. Santos, "E-service quality: A model of virtual service quality dimensions," *Managing Service Quality: An International Journal*, vol. 13, no. 3, pp. 233-246, 2003.
 8. R. Landa, *Advertising by Design: Generating and Designing Creative Ideas Across Media*. John Wiley & Sons, 2010.
 9. R. O'Leary and B. Sheehan, *Building Websites with Joomla!*. Packt Publishing, 2008.
 10. D. Gefen, E. Karahanna, and D. W. Straub, "Trust and TAM in online shopping: An integrated model," *MIS Quarterly*, vol. 27, no. 1, pp. 51-90, 2003.
 11. Gregory and C. Bentall, "The internet as a medium for marketing communication: A global view," *Journal of Marketing Communications*, vol. 13, no. 1, pp. 1-16, 2007.
 12. J. Nielsen and H. Loranger, *Prioritizing Web Usability*. New Riders Press, 2006.
 13. D. Chaffey and F. Ellis-Chadwick, *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson, 2019.
 14. S. Krug, *Don't Make Me Think, Revisited: A Common Sense Approach to Web Usability*. New Riders Press, 2014.
 15. P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management*, 15th ed. Pearson Education, 2016.
 16. S. S. Alam and M. K. M. Noor, "Information and communication technology (ICT) adoption in small and medium enterprises (SMEs): An empirical evidence of service sectors in Malaysia," *International Journal of Business and Management*, vol. 4, no. 2, pp. 112-125, 2009.
 17. F. Calisir and D. Karaali, "The impacts of user interface design on website usability: A case study on e-commerce websites," *International Journal of Business Information Systems*, vol. 3, no. 2, pp. 219-232, 2008.
 18. J. Santos, "E-service quality: A model of virtual service quality dimensions," *Managing Service Quality: An International Journal*, vol. 13, no. 3, pp. 233-246, 2003.
 19. R. Landa, *Advertising by Design: Generating and Designing Creative Ideas Across Media*. John Wiley & Sons, 2010.
 20. R. O'Leary and B. Sheehan, *Building Websites with Joomla!*. Packt Publishing, 2008.
 21. D. Gefen, E. Karahanna, and D. W. Straub, "Trust and TAM in online shopping: An integrated model," *MIS Quarterly*, vol. 27, no. 1, pp. 51-90, 2003.
 22. Gregory and C. Bentall, "The internet as a medium for marketing communication: A global view," *Journal of Marketing Communications*, vol. 13, no. 1, pp. 1-16, 2007.