

DAFTAR PUSTAKA

- Abdjul, F., D Massie, J. D., Mandagie, Y., Manajemen, J., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2022). *PENGARUH CONTENT MARKETING, SEARCH ENGINE OPTIMIZATION DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA FEB UNSRAT DI E-COMMERCE SOCIOLLA THE EFFECT OF CONTENT MARKETING, SEARCH ENGINE OPTIMIZATION, AND SOCIAL MEDIA MARKETING ON PURCHASE DECISIONS FOR FEB UNSRAT STUDENTS AT E-COMMERCE SOCIOLLA*. 10(3), 225–236. www.sociolla.com.
- Agustarinda, B., & Pertiwi, S. (2021). PENGARUH STRATEGI GREEN MARKETING DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAOS LOKAL KERJODALU. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9.
- Ajeng Sadarwati. (2023). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus pada Konsumen Produk Herbal SR12 di Kabupaten Boyolali)*.
- Alamsyah, K., Tri Setiantoro, W., Josef Oeleu, J., & Kusumaning Utami, A. (2024). *ANALISIS PROGRAM LAYANAN PEMESANAN PERJALANAN DIGITAL PADA APLIKASI AGODA DENGAN METODE SKALA LIKER*.
- Alrido Martha Devano, Yulinda, & Cindy Arora. (2023). *PENGARUH SEARCH ENGINE OPTIMIZATION, MEDIA SOSIAL, CELEBRITY ENDORSER DAN IKLAN BERBASIS INTERNET TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA MASYARAKAT KOTA BATAM*.
- Alvin, Nastiti, P., & Marsella, E. (2023). Identifikasi Faktor Loyalitas Pengguna pada Shopee Games Menggunakan Expectation-Confirmation Model (ECM). In *Edu Komputika* (Vol. 10, Issue 1). <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/edukom>
- A.Rafiq. (2022). *DAMPAK MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL SUATU MASYARAKAT*.
- Ardina Rasti. (2022). *MANAJEMEN KOPERASI*.
- Ardyan, E., Boari, Y., Akhmad, Yuliyani, L., Hildawati, Suarni, A., Anurogo, D., Ifadah, E., & Judijanto, L. (2023). *METODE PENELITIAN KUALITATIF DAN*

KUANTITATIF (Pendekatan Metode Kualitatif dan Kuantitatif di Berbagai Bidang).

Ariyanto, A., Bangun, R., Rifqi, M., Indillah, M., Ferlina, A., Trenggana, M., Sholihah, R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., Suryanti Ismail, R., Putra, S., Mulia Utama, A., Syahputra, J., & Budiman, B. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN*. www.freepik.com

Atalah, N. S., & Fitria, L. (2023). *Analisis Pengaruh Retail Mix Terhadap Purchase Decision Dan Tingkat Kunjungan Customer Pada PT XYZ*.

Aurilia M. (2021). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN HARGA*.

Bagus, A. P. (2024). *POLA PIKIR, VARIABEL DAN HUBUNGAN VARIABEL*.

Budi Dewanto, F., Habib Purnama Febrian, M., Raihan Amir, M., & Farida Adi Prawira, I. (2023). Penerapan SEO Dalam Strategi Pemasaran Perusahaan. *JURNAL MANEKSI*, 12(4), 2023.

Citra Melati Khairunnisa, Suharyanto, & Taufik Ariyanto. (2023). Analisis Media Sosial Marketing dan Optimasi Mesin Pencari (SEO) Terhadap Kesadaran Merek dan Minat Beli. *Jurnal Manajemen Dan Perbankan (JUMPA)*, 10(2), 25–46. <https://doi.org/10.55963/jumpa.v10i2.530>

Derma.H.Pane. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI DI SITUS E-COMMERCE BUKALAPAK DI BATAM*.

Devriani Hundao, S., Aziz Bouty, A., & Pakaya, N. (2023). *Evaluasi Penerimaan Sistem Informasi HIV AIDS (SIHA) Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM)*. 3(2).

Dinda Zieza Iksyanti, & Agus Maolana Hidayat. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing melalui Electronic Word Of Mouth pada Platform Tiktok terhadap Keputusan Pembelian di Shopee*.

Eko Kurniawan. (2020). *ANALISIS KINERJA REPOSITORY UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA (UMY) BERBASIS SIMILARWEB, GOOGLE, DAN GOOGLE SCHOLAR*.

Elian Tania, A., Lokasi dan Harga, P., Hemawan, H., & Izzuddin, A. (2022). *PENGARUH LOKASI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN*.

- Elita Tarihoran, J., Ika Mardiani, M., Dwi Putri, N., Sari Novareila, R., Sofia, A., & Farida Adi prawira, I. (2021). *PENTINGNYA SOSIAL MEDIA SEBAGAI STRATEGI MARKETING START-UP DI INDONESIA* (Vol. 9, Issue 1).
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/kreatif>
- Fadilla, A. R., & Wulandari, P. A. (2023). *LITERATURE REVIEW ANALISIS DATA KUALITATIF: TAHAP PENGUMPULAN DATA*.
- Fadilla, Z., Muhammad, P., Penerbit, Z., Zaini, M., & Lawang, K. A. (2023). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF*.
<https://www.researchgate.net/publication/370561251>
- Fathurahman, F. M., & Ahman, E. (2020). *PENGARUH PELATIHAN SDM DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN DENGAN DISIPLIN KERJA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA ATTARAKHA PHOTOGRAPHY BANDUNG*. 2(1). <https://doi.org/10.31933/JEMSI>
- Halim, F. I., & Paputungan, I. V. (2020). Implementasi Strategi Search Engine Optimization pada Startup AyoSparring. *AUTOMATA*, 1(2).
- Hastuti, & Anasrulloh. (2020). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Herman, H., & Anhusadar, L. (2022). Pendidikan Islam Anak Suku Bajo: Penelitian Lapangan pada Suku Bajo. *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6(4), 2665–2676. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v6i4.2266>
- Ilham Nugraha. (2023). *PENGARUH SEARCH ENGINE OPTIMIZATION DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP MINAT BELI PRODUK KLEVERU PADA MASYARAKAT DI KELURAHAN TANJUNG SARI*.
- Indah Zanubah Khafsoh, & Miftahul Huda. (2024). Pengaruh Content Marketing dan SEO (Search Engine Optimization) Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Studi pada Konsumen Produk UKM F&B di Kabupaten Pasuruan. *Economic Reviews Journal*, 3(4).
<https://doi.org/10.56709/mrj.v3i4.479>
- Indriyatmoko, T., & Rahardi, M. (2021a). Relevansi Search Engine Optimization (SEO) On-pages Di 2021. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis*, 12(1), 205–214.
- Indriyatmoko, T., & Rahardi, M. (2021b). Relevansi Search Engine Optimization (SEO) On-pages Di 2021. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis*, 12(1), 205–214.

- Intan Aghitsni, W., & Busyra, N. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KENDARAAN BERMOTOR DI KOTA BOGOR*. 6(3), 2022.
- Irvanto & Sujana. (2020). *Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger (Survey Persepsi Komunitas Pecinta Alam di Kota Bogor)*.
- Julia, M., & Masyrurroh, A. J. (2022). *LITERATURE REVIEW DETERMINASI STRUKTUR ORGANISASI: TEKNOLOGI, LINGKUNGAN DAN STRATEGI ORGANISASI*.
- Khairunnisa, C. M., & Ariyanto, T. (2023). Analisis Media Sosial Marketing dan Optimasi Mesin Pencari (SEO) Terhadap Kesadaran Merek dan Minat Beli. *Jurnal Manajemen Dan Perbankan (JUMPA)*, 10(2), 25–46.
- Kholidah, N., & Arifiyanto, M. (2020). *Analisis Faktor-faktor Kholidah & Arifiyanto ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK BERLABEL HALAL DI PEKALONGAN*. <http://wahanaislamika.ac.id>
- Lahta, A., Landera Tarigan, M., Febria Lina, L., & Anggarini, D. R. (2021). *PEMAHAMAN INVESTASI GENERASI MILENIAL PADAMINATBERINVESTASI DI PEER TO PEER LENDING DI BANDARLAMPUNG* (Vol. 1, Issue 1).
- Lampengan, P., Massie, J., Lampengan, P., D Massie, J. D., Roring, F., Ekonomi Dan Bisnis, F., & Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, J. (2019). *PENGARUH MOTIVASI, KEPERCAYAAN DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI PENGGUNA ONLINE SHOP ZALORA PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNSRAT MANADO*. 7(4), 5693–5702.
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). *PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE OPPO*.
- M. Fadila Rahman, & Ira Safitri Darwin. (2022). Persepsi Pemilik Bangunan dalam Melestarikan Bangunan Cagar Budaya di Kawasan Braga Kota Bandung. *Jurnal Riset Perencanaan Wilayah Dan Kota*, 76–85. <https://doi.org/10.29313/jrpwk.v2i1.931>
- Makbul, M. (2021). *Metode Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian*.
- Marie, A. L., Widodo, R. E., & Prasetyo, A. B. (2023a). Peran Instagram Sebagai Pemasaran Media Sosial Dalam Membangun Kesadaran Merek dan

- Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian pada Salah Satu Kedai Kopi Lokal Top Brand Indonesia. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 28(3), 296–307.
- Marie, A. L., Widodo, R. E., & Prasetyo, A. B. (2023b). Peran Instagram Sebagai Pemasaran Media Sosial Dalam Membangun Kesadaran Merek dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian pada Salah Satu Kedai Kopi Lokal Top Brand Indonesia. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 28(3), 296. <https://doi.org/10.30647/jip.v28i3.1752>
- Meli, N., Arifin, D., & Permata Sari, S. (2022). *PENGARUH MINAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN GENUSIAN CARD*.
- Mochamad Nashrullah, O., Okvi Maharani, Sp., Abdul Rohman, Sp., Eni Fariyatul Fahyuni, Sp., Nurdyansyah, I., & Sri Untari MPd, R. (2023). *METODOLOGI PENELITIAN PENDIDIKAN (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data) Diterbitkan oleh UMSIDA PRESS*.
- Mubarok, R., Program, J. T., Manajemen, S., Islam, P., & Sangatta, S. (2019). PELAKSANAAN FUNGSI-FUNGSI MANAJEMEN DALAM PENINGKATAN MUTU LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM. In *Ramdanil Mubarok Jurnal Al-Rabwah: Vol. XIII* (Issue 1).
- Mukarromatun Nisa, M. (2022). *SEARCH ENGINE OPTIMIZATION, INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION, DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*. <https://doi.org/10.21776/jmpmk>
- Mulyansyah, G. T. (2021). PENGARUH DIGITAL MARKETING BERBASIS SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KULINER DI KAWASAN G-WALK SURABAYA. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9.
- Niko Simorangkir, H., Maulana, A., Miftakhul Amin, M., Yusuf, A., Kencana No, Jls., & Tangerang Selatan -Banten, P. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Minat Pembelian Produk Nabeezku. *Maret*, 5(2), 190–199.
- Nisa, M. M. (2022). Search Engine Optimization, Integrated Marketing Communication, Dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 1(1), 49–58.
- Nurliyanti, N., Arnis Susanti, A., & Hadibrata, B. (2022). *PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (LITERATURE REVIEW STRATEGI MARKETING MANAJEMENT)*. 2(2). <https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2>

- Prasetyo, A., Arora, C., Asih, ;, & Sari, P. (2024). *Analisis Pengaruh Search Engine Optimization dan Iklan Berbasis Internet Terhadap Keputusan Pembelian Online*. 4(1), 1–14. <https://doi.org/10.37366/master.v4i1.946>
- Priska Regina E. Mamesah. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Lucky Inn Manado*.
- Purwaningsih, N., & Susanto, F. (2020). *Pengaruh Sosial Media Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dirga Mahar*.
- Puspitasari, Y. D., & Ulum, W. M. (2020). *Studi Kepustakaan Siswa Hiperaktif Dalam Pembelajaran Di Sekolah*.
- Putri Sari, S. (2020a). *Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen*. 8(1), 147–155.
- Putri Sari, S. (2020b). *Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen*. 8(1), 147–155.
- Rindiasari, Hidayat, Yuliani, Putri Rindiasari, Wahyu, & Wiwin. (2021). UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS ANGKET KEPERCAYAAN DIRI. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(5), 367. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i5.7257>
- Rio Haribowo, Hendy Tannady, Muhammad Yusuf, Galih Wisnu Wardhana, & Syamsurizal. (2022). Analisis Peran Social Media Marketing, Kualitas Produk Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Rumah Makan Di Jawa Barat. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 3, Issue 6). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Sari, M. S., & Zefri, M. (2019). *Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura*.
- Setiady Pasaribu, J., & Yanto Rukmana, A. (2023). *SOCIAL MEDIA MARKETING*. <https://www.researchgate.net/publication/371724133>
- Siti Masitoh, & Imam Kambali. (2021). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA PENGIRIMAN BARANG DI KANTOR POS PATI 59100*. 11(1).

- Siti Sulikah, Lania Muharsih, & Marhisar Simatupang. (2021). *PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BIMBINGAN BELAJAR ONLINE RUANG GURU DI SMAN 1 BANYUSARI KARAWANG*.
- Sitio, S. S. (2021). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN PT BANK PANIN DUBAI SYARIAH, TBK JABODETABEK SELAMA MASA PANDEMIK COVID-19* (Vol. 11, Issue 2).
- Suhairi, Dian Irmawani, Mira Nur Aisah, Sonia Purba, & Amalia Munajah Nasution. (2023). *PERAN MANAJEMEN PEMASARAN GLOBAL DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN*.
- Sutriani, E., & Octaviani, R. (2019). *ANALISIS DATA DAN PENGECEKAN KEABSAHAN DATA*.
- Ummah, & Masfi Sya'fiatul. (2019). *METODOLOGI PENELITIAN DALAM PENDIDIKAN OLAHRAGA*.
- Waruwu, M. (2024). Metode Penelitian dan Pengembangan (R&D): Konsep, Jenis, Tahapan dan Kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(2), 1220–1230. <https://doi.org/10.29303/jipp.v9i2.2141>
- Wibowo, D., Nalurita, S., Hermawan, I. G. N. W. H., & Virahmi, R. A. (2025). *Pengaruh Search Engine Optimization dan Social Media Marketing Tiktok Terhadap Minat Beli Konsumen pada E-Commerce Shopee di Jabodetabek*.
- Yusratul Rizki, Khairul Marlin, & Khairulis Shobirin. (2022). *Strategi Pemasaran Pada UMKM Kawa Daun Celup Putry Bunga Tabek Patah Kecamatan Salimpaung*.
- Zahra Syahputri, A., Della Fallenia, F., Syafitri, R., Lubis, R. N., Wulan, S., & Lubis. (2023). *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*. <https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/https://jurnal.diklinko.id/index.php/tarbiyah/>