

**ANALISIS DAN OPTIMISASI *WEBSITE* UNTUK PENINGKATAN
PAGE RANK DENGAN MENGGUNAKAN METODE SEO
(STUDI KASUS: PT WOLU LENTERA INTERNASIONAL)**

TUGAS AKHIR

Richard Arden

1218010



INSTITUT
TEKNOLOGI
HARAPAN
BANGSA

Veritas vos liberabit

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
INSTITUT TEKNOLOGI HARAPAN BANGSA
BANDUNG**

2022

**ANALISIS DAN OPTIMISASI *WEBSITE* UNTUK PENINGKATAN
PAGE RANK DENGAN MENGGUNAKAN METODE SEO
(STUDI KASUS: PT WOLU LENTERA INTERNASIONAL)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana dalam bidang Sistem Informasi**

Richard Arden

1218010



**INSTITUT
TEKNOLOGI
HARAPAN
BANGSA**

Veritas vos liberabit

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
INSTITUT TEKNOLOGI HARAPAN BANGSA
BANDUNG**

2022

ABSTRAK

Nama : Richard Arden
Program Studi : Sistem Informasi
Judul : ANALISIS DAN OPTIMISASI *WEBSITE* UNTUK PENINGKATAN
PAGE RANK DENGAN MENGGUNAKAN METODE SEO (STUDI
KASUS: PT WOLU LENTERA INTERNASIONAL)

Pemasaran Digital sangat diperlukan di zaman sekarang untuk mempermudah proses pemasaran yang hanya. *Website* merupakan salah satu tools pemasaran digital yang dapat membantu perusahaan dalam memperkenalkan produknya ke masyarakat ataupun target market yang diinginkan. Salah satu perusahaan yang baru berintis Bernama PT Wolu Lentera Internasional baru saja merilis salah satu produk yaitu aplikasi mobile security yang bernama JagaJaga. PT Wolu Lentera Internasional sudah menggunakan *website* sebagai salah satu alat untuk melakukan pemasaran terhadap aplikasi JagaJaga, tetapi penggunaan *website* masih belum bisa memenuhi tujuan dari product discovery terhadap aplikasi JagaJaga. Setelah dilakukan analisis, mesin pencari menjadi salah satu platform yang sering digunakan dalam melakukan pencarian informasi mengenai antivirus untuk *smartphone* dan hasil *SERP* dengan menggunakan beberapa kata kunci yang memiliki tingkat pencarian yang tinggi belum adanya *website* JagaJaga. Solusi yang dapat dilakukan untuk mengatasi masalah di dalam *website* JagaJaga yaitu dengan menerapkan metode SEO didalam *website* JagaJaga untuk meningkatkan *Page Ranking*. Penerapan metode SEO akan berdasarkan dari buku The Art of SEO dan proses perancangan akan hanya pada faktor internal SEO. Setelah dilakukan perancangan dan implementasi SEO pada *website* JagaJaga menghasilkan bahwa *website* masih tidak dapat terindex di mesin pencari Google.

Kata Kunci: *Website*, SEO, *Product Discovery*, *SERP*

ABSTRACT

Name : Richard Arden

Department : Sistem Informasi

Title : *WEBSITE ANALYSIS AND OPTIMIZATION TO INCREASE PAGE RANK USING SEO METHODS (CASE STUDY: PT WOLU LENTERA INTERNASIONAL)*

Digital Marketing is indispensable in this day and age to simplify the only marketing process. *Website* is one of the digital marketing tools that can help companies in introducing their products to the public or the desired target market. One of the newly pioneered companies named PT Wolu Lentera Internasional has just released one of the products, namely a mobile security application called JagaJaga. PT Wolu Lentera Internasional has used the *website* as a tool to market the JagaJaga application, but the use of the *website* still cannot meet the purpose of product discovery of the JagaJaga application. After analysis, the search engine became one of the platforms that is often used in searching for information about antivirus for *smartphones* and *SERP* results using several *keywords* that have a high search rate, there is no JagaJaga *website*. The solution that can be done to overcome problems on the JagaJaga *website* is to apply SEO methods on the JagaJaga *website* to improve *Page Ranking*. The application of SEO methods will be based on the book *The Art of SEO* and the design process will be only on internal SEO factors. After designing and implementing SEO on the JagaJaga *website*, it resulted in the *website* still not being indexed in the Google search engine.

Keywords: Website, SEO, Product Discovery, SERP

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karena atas penyertaan dan karunia-Nya, laporan tugas akhir dengan judul “Analisis Dan Optimisasi *Website* untuk Peningkatan *Page Rank* dengan Menggunakan Metode SEO (Studi Kasus: PT Wolu Lentera Internasional)” dapat diselesaikan dengan baik. Laporan tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana Sistem Informasi jenjang pendidikan strata satu program studi Sistem Informasi di Institut Teknologi Harapan Bangsa

Banyak kesulitan dan rintangan yang menghadang penulis dalam menyusun tugas akhir, oleh karena itu ada beberapa pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Beberapa pihak yang penulis ingin ucapkan terimakasih yaitu kepada:

1. Bapak Yosi Yonata, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk berdiskusi mengenai topik, rancangan, struktur laporan, dan jadwal sidang tugas akhir ini, serta menargetkan waktu sidang sehingga dapat selesai tepat waktu.
2. Ibu Herastia Maharani, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan memberikan masukan terkait penyusunan penelitian tugas akhir ke dalam laporan dan juga materi SEO, serta memberikan motivasi untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Ibu Cut Fiarni, S.Si., M.T. selaku dosen penguji I yang telah meluangkan waktu serta memberikan masukan dan pendapat untuk menyempurnakan laporan tugas akhir selama Sidang Kemajuan I, Sidang Kemajuan II, dan Sidang Sarjana.
4. Bapak Yoyok Gamaliel, S.T., M.Eng. selaku dosen penguji II yang telah meluangkan waktu serta memberikan masukan dan pendapat untuk menyempurnakan laporan tugas akhir selama Sidang Kemajuan I, Sidang Kemajuan II, dan Sidang Sarjana.
5. Bapak Tamsir H. Sirait, S.Kom., M.T. selaku Kepala Departemen Sistem Informasi di Institut Teknologi Harapan Bangsa dan Koordinator Tugas Akhir Departemen Sistem Informasi.
6. Bapak Alex Vidi Firdaus selaku Direktur dari PT Wolu Lentera Internasional yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan wawancara dan pengambilan data dalam mendukung penelitian tugas akhir ini.

7. Orang tua dan keluarga besar yang telah memberikan dukungan doa, semangat, dan materi yang diberikan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan laporan ini dengan baik
8. Bella Christina yang telah menyemangati dan memberikan motivasi untuk menyelesaikan laporan tugas akhir.
9. Teman-teman Sistem Informasi angkatan 2018 sebagai teman seperjuangan yang telah saling menyemangati dan mendoakan
10. Kakak tingkat 2016 dan 2017 yang telah membagikan pengalaman dan memberikan jawaban terkait pertanyaan tugas akhir yang dapat membantu penulis menyelesaikan laporan tugas akhir
11. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kata sempurna dan masih terdapat beberapa aspek yang dapat dikembangkan. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap berbagai masukan ataupun kritik membangun yang dapat membuat hasil penelitian berkembang ke arah yang lebih baik. Akhir kata, penulis berharap agar hasil penelitian ini tetap dapat berkontribusi terhadap ilmu pengetahuan dan menjadi dasar untuk pengembangan selanjutnya.

Bandung, 4 Juli 2022

Hormat Penulis,



Richard Arden

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1-1
1.1 Latar Belakang	1-1
1.2 Rumusan Masalah	1-3
1.3 Batasan Masalah	1-3
1.4 Tujuan Penelitian	1-3
1.5 Manfaat Penelitian	1-3
1.6 Metodologi Penelitian	1-3
1.7 Sistematika Penulisan	1-4
BAB 2 ANALISIS MASALAH	2-1
2.1 Profil Startup	2-1
2.1.1 Visi dan Misi	2-2
2.1.2 Struktur Organisasi.....	2-2
2.2 Marketing	2-4
2.2.1. Marketing Mix.....	2-4
2.3 Mesin Pencari.....	2-7
2.3.1 Cara Kerja Mesin Pencari	2-8
2.4. Pembahasan Kuesioner	2-8
2.5 Analisis Permasalahan	2-14
2.6. Faktor-faktor SEO	2-16
2.7. Tahapan <i>Search Engine Optimization</i>	2-18
2.7.1. <i>Planning</i>	2-18
2.7.2. <i>Define the Information Architecture</i>	2-18
2.7.3. <i>Auditing existing site</i>	2-18
2.7.4. <i>Determining the competitors</i>	2-19
2.7.5. <i>Benchmarking</i>	2-19
2.8. Tipe SEO.....	2-19
2.9. Larangan SEO	2-19

2.10. Analisis Faktor Internal	2-20
2.10.1 Analisis Konten	2-20
2.10.2 Analisis Arsitektur.....	2-25
2.10.3 HTML.....	2-27
2.11. Analisis Faktor Eksternal.....	2-28
2.11.1. Analisis <i>Socialmedia</i>	2-28
2.11.2. Analisis <i>Backlink</i>	2-28
2.12. Analisis <i>Violation</i> SEO.....	2-29
2.12.1. Analisis <i>Piracy</i>	2-29
2.12.2. Analisis Stuffing.....	2-29
2.12.3. Analisis Hidden	2-29
2.12.4. Analisis Cloaking	2-29
2.12.5. Analisis Intrusiveness.....	2-29
2.12.6. Analisis Schemes.....	2-29
2.13. Ishikawa Diagram	2-29
2.14. Alur Penelitian	2-31
BAB 3 PEMBAHASAN.....	3-1
3.1. Perbandingan Situs Aplikasi Antivirus	3-1
3.1.1. Hasil Kata Kunci Aplikasi Antivirus	3-1
3.1.2. Hasil Kata Kunci Antivirus <i>Smartphone</i>	3-3
3.1.3. Hasil Kata Kunci Antivirus Mobile	3-5
3.1.4. Hasil Kata Kunci Antivirus iPhone.....	3-6
3.1.5. Hasil Kata Kunci Antivirus Android.....	3-7
3.1.6. Hasil Kata Kunci Antivirus Terbaik.....	3-9
3.1.7. Hasil Kata Kunci Free Antivirus	3-11
3.1.8. Kriteria Perbandingan Situs <i>Website</i> JagaJaga.....	3-13
3.1.9. Perbandingan Arsitektur Situs.....	3-14
3.1.10. Perbandingan HTML.....	3-15
3.1.11. Perbandingan Link	3-17
BAB 4 PERANCANGAN SITUS	4-1
4.1. Perancangan Internal	4-1
4.1.1. Perancangan Konten.....	4-1
4.1.2. Perancangan Arsitektur	4-1
4.1.3. Perancangan HTML	4-3
4.2. Perancangan Eksternal	4-5

4.2.1. Perancangan Backlink	4-5
4.2.2. Perancangan Authority	4-5
BAB 5 IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN	5-1
5.1. Tools Implementasi	5-1
5.2. Implementasi SEO pada <i>website</i> JagaJaga.....	5-1
5.2.1. Implementasi Halaman Home	5-2
5.2.2. Implementasi Halaman Produk	5-6
5.2.3. Implementasi Halaman FAQ.....	5-8
5.2.4. Implementasi Halaman Blog.....	5-10
5.3. Pengujian.....	5-11
5.2.1. Pengujian Speed	5-12
5.2.2. Pengujian <i>title</i> , URL, dan deskripsi	5-13
5.2.3. Pengujian BackLink	5-21
5.2.4. Pengujian Posisi <i>Website</i>	5-23
5.2.5. Kesimpulan Pengujian.....	5-23
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	6-1
6.1. Kesimpulan	6-1
6.2. Saran.....	6-1

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Faktor Internal SEO.....	2-17
Tabel 2.2 Faktor Eksternal SEO	2-17
Tabel 2.3 Faktor <i>Violation</i> SEO	2-20
Tabel 2.4 Persentase Kemunculan <i>Keyword</i> Pada Halaman Home	2-22
Tabel 2.5 Persentase Kemunculan <i>Keyword</i> Pada Halaman Produk.....	2-23
Tabel 2.6 Persentase Kemunculan <i>Keyword</i> Pada Halaman FAQ	2-23
Tabel 2.7 Jumlah Artikel dan Blog Pada <i>Website</i> JagaJaga	2-24
Tabel 2.8 URL Halaman Pada <i>Website</i> JagaJaga	2-26
Tabel 2.9 Speed Halaman Pada <i>Website</i> JagaJaga Menggunakan Pagespeed Insight	2-26
Tabel 2.10 Speed Halaman Pada <i>Website</i> JagaJaga Menggunakan GT Metrix	2-27
Tabel 2.10 Page <i>Title Website</i> JagaJaga	2-27
Tabel 2.11 Analisa Header <i>Website</i> JagaJaga	2-28
Tabel 3.1 Hasil Pencarian Kata Kunci “Aplikasi Antivirus”	3-1
Tabel 3.2 Hasil Analisis <i>Keyword Density</i> Kata Kunci “Aplikasi Antivirus”	3-2
Tabel 3.3 Hasil Pencarian Kata Kunci “Antivirus <i>Smartphone</i> ”	3-3
Tabel 3.4 Hasil Analisis <i>Keyword Density</i> Kata Kunci “Antivirus <i>Smartphone</i> ”	3-4
Tabel 3.5 Hasil Pencarian Kata Kunci “Antivirus Mobile”	3-5
Tabel 3.6 Hasil Analisis <i>Keyword Density</i> Kata Kunci “Antivirus Mobile”	3-6
Tabel 3.7 Hasil Pencarian Kata Kunci “Antivirus iPhone”	3-6
Tabel 3.8 Hasil Analisis <i>Keyword Density</i> Kata Kunci “Antivirus iPhone”	3-7
Tabel 3.9 Hasil Pencarian Kata Kunci “Antivirus Android”	3-8
Tabel 3.10 Hasil Analisis <i>Keyword Density</i> Kata Kunci “Antivirus Android”	3-9
Tabel 3.11 Hasil Pencarian Kata Kunci “Antivirus Terbaik”	3-9
Tabel 3.12 Hasil Analisis <i>Keyword Density</i> Kata Kunci “Antivirus Terbaik”	3-10
Tabel 3.13 Hasil Pencarian Kata Kunci “Free Antivirus”	3-11
Tabel 3.14 Hasil Analisis <i>Keyword Density</i> Kata Kunci “Antivirus Terbaik”	3-12
Tabel 3.16 Perbandingan Crawling	3-14
Tabel 4.1 Rancangan Struktur Sitemap	4-2
Tabel 4.2 Rancangan URL	4-2
Tabel 4.3 Rancangan <i>Title</i>	4-3
Tabel 4.4 Rancangan Deskripsi	4-4
Tabel 5.1 Rincian dan Penjelasan Tools Implementasi	5-1
Tabel 5.2 Implementasi SEO Pada <i>Website</i> JagaJaga	5-1
Tabel 5.3 Implementasi SEO Pada halaman Home <i>Website</i> JagaJaga.....	5-3

Tabel 5.5 Implementasi SEO Pada Halaman Produk <i>Website</i> JagaJaga	5-7
Tabel 5.7 Implementasi SEO Pada Halaman FAQ <i>Website</i> JagaJaga.....	5-9
Tabel 5.9 Implementasi SEO Pada Halaman Blog <i>Website</i> JagaJaga.....	5-10
Tabel 5.10 Pengujian Speed Dengan Menggunakan Tools GT Metrix.....	5-12
Tabel 5.11 Pengujian Speed Dengan Menggunakan Tools Pagespeed Insight.....	5-13
Tabel 5.12 Penilaian Dengan Menggunakan Tools SEO Optimizer	5-14
Tabel 5.13 Posisi <i>website</i>	5-23
Tabel 5.14 Hasil Perbandingan On-Page SEO Pada Situs JagaJaga	5-24

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo JagaJaga.....	2-1
Gambar 2.2 Struktur Organisasi JagaJaga.....	2-2
Gambar 2.3 Diagram Jenis Kelamin Responden.....	2-9
Gambar 2.4 Diagram Umur Responden.....	2-10
Gambar 2.5 Diagram Pekerjaan Responden.....	2-10
Gambar 2.6 Diagram Media yang Sering Digunakan Oleh Responden Ketika Mencari Aplikasi Antivirus Untuk <i>Smartphone</i>	2-11
Gambar 2.7 Diagram Penggunaan Google Ads.....	2-11
Gambar 2.8 Diagram Media Informasi yang Sering Responden Dapatkan Ketika Mencari Serangan Siber atau Antivirus <i>Smartphone</i>	2-12
Gambar 2.9 Diagram Informasi Antivirus Untuk <i>Smartphone</i>	2-12
Gambar 2.10 Diagram Kata Kunci yang Digunakan Ketika Ingin Mencari Antivirus Untuk <i>Smartphone</i>	2-13
Gambar 2.11 Diagram Jumlah Halaman yang Pernah Dikunjungi Dalam Mesin Pencari.	2-14
Gambar 2.12 Sitemap <i>Website</i> JagaJaga.....	2-25
Gambar 2.13 Ishikawa Diagram.....	2-30
Gambar 2.14 Diagram Alur Penelitian Usulan.....	2-32
Gambar 2.15 Diagram Alur Penelitian Usulan Lanjutan.....	2-33
Gambar 5.1 Header Halaman Produk.....	5-7
Gambar 5.2 Header Halaman F.A.Q.....	5-8
Gambar 5.3 Header Halaman Blog.....	5-10
Gambar 5.4 Hasil Pengujian Meta <i>Title</i> dan <i>Description</i> Menggunakan Tools SEO Optimizer.....	5-15
Gambar 5.5 Hasil Pengujian Header Menggunakan Tools SEO Optimizer.....	5-16
Gambar 5.6 Hasil Pengujian Individual <i>Keyword</i> Menggunakan Tools SEO Optimizer .	5-16
Gambar 5.7 Hasil Pengujian Individual <i>Keyword</i> Menggunakan Tool SEO Optimizer	5-17
Gambar 5.8 Hasil Pengujian Dengan Menggunakan Tools SEO.....	5-18
Gambar 5.8 Hasil Pengujian Meta <i>Title</i> dan <i>Description</i> Menggunakan Tools Small SEO Tools.....	5-19
Gambar 5.9 Hasil Pengujian Header Menggunakan Tools Small SEO Tools.....	5-20
Gambar 5.10 Hasil Pengujian <i>Keyword</i> Page Analisis Menggunakan Small SEO Tools.	5-21

Gambar 5.11 Hasil Pengujian Backlink dan Link <i>Website</i> JagaJaga	5-22
Gambar 5.12 Hasil Pengujian Backlink dan Link <i>Website</i> AVG.....	5-22
Gambar 5.13 Hasil Pengujian Backlink dan Link <i>Website</i> Avast	5-22

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A.....	A-1
LAMPIRAN B.....	B-1
LAMPIRAN C.....	C-1
LAMPIRAN D.....	D-1
LAMPIRAN E.....	E-1

DAFTAR REFERENSI

- [1] J.Tarigan, *Creative Digital Marketing*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta, 2009.
- [2] Septiano. (13 April 2017). “*Apa Itu SEO ? Apa Manfaat SEO Untuk Bisnis Anda ?.*” [Daring]. Tersedia: <http://redtreeasia.com/info/apa-itu-seo-apa-manfaat-seo/> [10 Februari 2022].
- [3] D.Novianty. (25 Agustus 2021). “*Indonesia Jadi Target Ancaman Malware Seluler Tertinggi di Asia Tenggara,*” [Daring]. Tersedia: <https://www.suara.com/tekno/2021/08/25/154500/indonesia-jadi-target-ancaman-malware-seluler-tertinggi-di-asia-tenggara?page=all> [14 Oktober 2021].
- [4] O.Makplus. (5 Juli 2015). “*Definisi dan Pengertian Pemasaran Menurut Para Ahli.*”[Daring]. Tersedia: <http://www.definisi-pengertian.com/2015/07/definisi-pengertian-pemasaran-menurut-ahli.html> [11 Februari 2022].
- [5] D.Pendidikan. (1 Januari 2022). “*Digital Marketing Adalah.*” [Daring]. Tersedia: <https://www.dosenpendidikan.co.id/digital-marketing-adalah/>[11 Februari, 2022].
- [6] V.Vriyaldo, “Manfaat Penggunaan Search Engine Untuk Sarana Belajar Siswa Di Perpustakaan Sma Negeri 9 Manado” *Acta Diurna*, vol. 07, pp. 2018.
- [7] E.Renaldhy, “Implementasi Algoritma Pagerank Pada Pemrograman Berorientasi Objek (OOP) (Studi kasus Menggunakan Bahasa Pemrograman Java)” *ILKOMNIKA: Journal of Computer Science and Applied Informatics*, vol. 02, pp. 108-116, April. 2018.
- [8] Mila. (31 Juli 2020). *Bagaimana Cara Kerja Search Engine / Mesin Pencari?*. [Daring]. Tersedia: <https://www.akudigital.com/bisnis-tips/bagaimana-cara-kerja-search-engine/> [12 Februari 2022].
- [9] E.Enge, *The Art of SEO*. Sebastopol: O`Reilly Media, 2012.

- [10] M.Batari. (10 Mei 2021). *Black Hat SEO vs White Hat SEO: Apa Perbedaannya?*. [Daring]. Tersedia: <https://www.exabytes.co.id/blog/black-hat-seo-vs-white-hat-seo/#Apa-itu-Black-Hat-SEO> [14 Februari 2022].
- [11] R.Ivandi. “Implementasi Marketing Automation Menggunakan Metode Search Engine Optimization (Seo) On Page Dan Off Page Pada *Website* Berbasis Content Management System (Cms) Pada Pt. Elmata Prima Indo,” April. 2021.
- [12] Third Door Media Inc. (25 Agustus 2021). *The SEO Periodic Table*. [Daring]. Tersedia: <https://searchengineland.com/seotable> [15 Februari 2022].
- [13] E. Bailyn. (21 September 2021). *Conversion Rate By Channel*. [Daring]. Tersedia: <https://firstpagesage.com/seo-blog/conversion-rate-by-channel/> [17 Februari 2022].
- [14] Y.Letsoin. (14 Mei 2021). *Panduan Keyword Density: Definisi dan Strateginya*. [Daring]. Tersedia: <https://marketingonline.id/keyword-density/> [17 Februari 2022].
- [15] M.Monaghan. (14 Januari 2022). *Website Load Time Statistics: Why Speed Matters in 2022*. [Daring] Tersedia: <https://www.websitebuilderexpert.com/building-websites/website-load-time-statistics/> [18 Februari 2022].
- [16] S.Kemp. (15 Februari 2022). *Digital 2022: Indonesia*. [Daring]. Tersedia: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia> [20 Februari 2022].
- [17] W.Kenton. (29 Maret 2021). *SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, and Threat) Analysis*. [Daring] Tersedia: <https://www.investopedia.com/terms/s/swot.asp> [21 Februari 2022].
- [18] A.Tirtana. (30 September 2021). *Mesin Pencarian Google Lebih Intuitif Berkat Algoritma MUM*. [Daring] Tersedia: <https://www.validnews.id/kultura/mesin-pencarian-google-lebih-intuitif-berkat-algoritma-mum> [23 Februari 2022].

- [19] D.Goodwin. (12 Agustus 2020). What Is a *SERP*: A Visual Guide to Google Search Results & Features. [Daring]. Tersedia:<https://www.searchenginejournal.com/SERP-search-engine-results-page-features-guide/377094/#close> [4 Maret 2022]
- [20] Moz. (1 Juni 2021). “What is Domain Authority and why is it important?”. [Daring]. Tersedia: <https://moz.com/learn/seo/domain-authority>. [5 April 2022]
- [21] N.Widya. (3 Januari 2020). “Marketing Mix 7P, Konsep Strategi Pemasaran Bagi Bisnis!,”. [Daring]. Tersedia: <https://www.jurnal.id/id/blog/2018-mengenal-7-konsep-mix-marketing-dalam-perusahaan-jasa/>. [10 Juni 2022]
- [22] *A.Marketing*. (25 Feburari 2022). AMA, “American Marketing Association | About AMA. [Daring]. Tersedia: <https://www.ama.org/about-ama/>. [18 Juni 2022]
- [23] R.Akraman. "Pengukuran Kesadaran Keamanan Informasi dan Privasi Pada Pengguna *Smartphone* Android di Indonesia". vol. 08, pp. 115-122, September.2018.