

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, D. (2017). *Strategi komunikasi pemasaran digital PT. Tripvisto Nusantara Jaya*. [Skripsi, Universitas Prof. Dr. Moestopo Jakarta].
- Arifin, B., Muzakki, A., & Kurniawan, M. W. (2019). Konsep *digital marketing* berbasis SEO (*Search Engine Optimization*) dalam strategi pemasaran. *EKOMBIS SAINS: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis*, 4(2), 87-94.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian: suatu pendekatan praktik (Edisi revisi)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- ASEAN Secretariat. (2020). *ASEAN investment report 2020-2021 investing in industry 4.0*. Jakarta: ASEAN Secretariat.
- Batubara, J. (2017). Paradigma penelitian kualitatif dan filsafat ilmu pengetahuan dalam konseling. *Jurnal Fokus Konseling*, 3(2), 95, <https://doi.org/10.26638/jfk.387.2099>.
- Backlinko. (2020). *SEO marketing hub 2.0*. Massachusetts: Backlinko.
- Backlinko. (2022). *Keyword research: The definitive guide (2022)*. Massachusetts: Backlinko.
- Borja, K., & Dieringer, S. (2016). Streaming or stealing? The complementary features between music streaming and music piracy. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 32, 86–95, <https://doi.org/10.1016/J.JRETCONSER.2016.06.007>.
- Dean, B. (2020). *Google's 200 ranking factors: The complete list*. Massachusetts: Backlinko.
- Dermawansyah, M., & Rizqi, R. M. (2021). Analisis strategi komunikasi pemasaran melalui digital marketing pada home industri kopi cahaya robusta sumbawa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 46-51.
- Enge, E., Spencer, S., Fishkin, R., & Stricchiola, J. (2012). *The art of seo*. Massachusetts: O'Reilly Media, Inc..
- Eriyanto. (2012). *Analisis framing: Komunikasi, ideologi dan politik media*. Yogyakarta: LKIS.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi pemasaran*. Pasuruan: IKAPI.
- Google Search Help (2021). *Search quality raters guidelines*. California: Google Search Help.
- Grappone, J., & Couzin, G. (2011). *Search engine optimization an hour a day third edition*. Indianapolis: Wiley Publishing Inc.
- Herdiansyah, H. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif*. Jakarta: Salemba.
- Himawan., Arisantoso., & Saefullah, A. (2017). *Search engine optimization (SEO) menggunakan metode white hat seo untuk meningkatkan peringkat dan kunjungan website*. *Prosiding SNATIF*, 783-790.

- Jatnika, Y. (2016). *Tutorial seo tingkat dasar*. Cirebon: Lokalide.
- Jaskov, T. (2018). *SEO*. Copenhagen: eMarketing Institute.
- Kemp, S. (2021). *Digital 2021: Global overview report*. Data Reportal.
- McQuail, D. (2011). *Teori komunikasi massa mcquail*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, L. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Moleong, L. (2011). *Metodologi penelitian kualitatif edisi revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nugrahani, F., Hum, M. (2014). *Metode penelitian kualitatif*. Solo: Cakra Books.
- Permana, S. D. H. (2019). Analisis hasil improvisasi seo dengan metode *hybrid modified mcdm* untuk peningkatan peringkat dan trafik kunjungan website umkm. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer)*, 8(1), 85-91.
- Pradana, M.R, Haviar, H., & Riyanto, H. (2020). Pengelolaan media sosial instagram sebagai media komunikasi PT Patra Bangun Properti. *JCommSci-Journal of Media and Communication Science*, 3(3), 157-177.
- Rahman, I. A., & Panuju, R. (2017). Strategi komunikasi pemasaran produk fair n pink melalui media sosial instagram. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2), 214-224.
- Rodrigues, D., & Martinez, L. F. (2020). *The influence of digital marketing on recruitment effectiveness: A qualitative study*. *European Journal of Management Studies*.
- Rofiq, A. (2013). *Pengaruh penerapan aida (attention, interest, desire, action) terhadap keputusan pembelian (survei pada pembeli kartu perdana im3 di lingkungan mahasiswa fakultas ilmu administrasi universitas brawijaya angkatan 2012)*. [Disertasi, Universitas Brawijaya].
- Rusli, V. Y., & Pradina, Y. D. (2021). Aisas model analysis of general insurance company strategy using instagram (Study at PT Asuransi Tokio Marine Indonesia). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, (Vol-5, Issue-7-pp-98-107).
- Simamora, R. K., Rudi, D., & Sinaga, S. (2016). Jurnal ilmu pemerintahan dan sosial politik uma peran pemerintah daerah dalam pengembangan pariwisata alam dan budaya di kabupaten tapanuli utara. *Jurnal ilmu pemerintahan dan sosial politik (Vol. 4, Issue 1)*. <http://ojs.uma.ac.id/index.php/jppuma>.
- Soemanagara, Rd. (2012). *Strategic marketing communication*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyama, K., & Andree, T. (2010). *The dentsu way: Secrets of cross switch marketing from the world's most innovative advertising agency*. McGraw Hill Professional.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2012). *Memahami penelitian kualitatif*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Thalib, R. (2020). *Intro to marketing and marketing online by razi thalib [Mini Course]*.
<https://youtu.be/xhhot19Q6sQ>.
- Yanuar, R. *Bisnis platform ott vidio tumbuh tiga kali lipat sepanjang 2020*. Swaonline, 2021.
- Yin, R.K. (2013). *Case study research: design and methods*. Sage Publications: Thousand Oaks.
- Yusuf, M. A. (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif & penelitian gabungan*. Jakarta : Prenada Media group.
- Zhang, Q. (2019, February). A research based on aisas model of college students information contact investigation of chinese dream. *Journal of Physics: Conference Series (Vol. 1168, No. 3, p. 032130)*.

