

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Y. Yudhanto, “Dasar BPMN,” dalam *Pengantar BPMN Business Process Modeling Notation*, Jakarta, IlmuKomputer.Com, 2018, p. 4.
- [2] Direktorat Jenderal Pencegahan dan Pengendalian Penyakit , “Pedoman Pencegahan dan Pengendalian Coronavirus Disease (Covid-19),” 16 Maret 2020. [Online]. Available: https://covid19.kemkes.go.id/download/REV-03_Pedoman_P2_COVID-19_Maret2020.pdf. [Diakses 17 April 2021].
- [3] N. P. D. Puspitasari, A. D. Nabillah, R. Bahari, N. D. Caksono dan Mustika, “Penerapan Teknologi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran Snack Tiwul,” *Journal Scientific and Applied Informatics*, vol. II, no. 2, pp. 165-171, 2019.
- [4] Nursatyo dan D. Rosliani, “Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Situs Pembanding Harga Telunjuk.com,” *Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. I, no. 2, pp. 46-67, 2018.
- [5] N. D. Arisandi, “Teknologi Digital Sosial guna Meningkatkan Strategi Marketing di Era Pandemi Covid-19,” UNTAG Surabaya Repository, Surabaya, 2021.
- [6] O. A. K. Shavab dan Gurdjita, “Pemanfaatan Blog Sebagai Media Pembelajaran Dalam Meningkatkan Keterampilan Berpikir Kritis Calon Guru Sejarah,” *Jurnal Candrasangkala*, vol. III, no. 1, pp. 10-19, 2017.
- [7] Sartono, “Pemanfaatan Blog Sebagai Media Pembelajaran Alternatif di Sekolah,” *Transformatika*, vol. XII, no. 1, pp. 120-134, 2016.
- [8] J. Zilincan, “Search Engine Optimization,” *CBU International Conference on Innovation, Technology Transfer and Education*, vol. III, pp. 506-510, 2015.
- [9] T. H. Sinaga dan E. Hadinata, “Implementasi Teknik Search Engine Optimization Dalam Meningkatkan Trafik Website Bima Utomo Waterpark,” *Jurnal Sistem Informasi*, vol. III, no. 2, pp. 1-9, 2019.

- [10] M. Hayaty dan D. Meylasari, "Implementasi Website Berbasis Search Engine Optimization (SEO) Sebagai Media Promosi," *Jurnal Informatika*, vol. V, no. 2, pp. 295-299, 2018.
- [11] Y. D. Pramudita, Huzaini dan F. Solihin, "Penerapan Metode SEO On Page dan Off Page Pada Web Penjualan Online Untuk Meningkatkan Ranking SERP," *Jurnal Ilmiah Nero*, vol. IV, no. 2, p. 126, 2019.
- [12] N. T. Cahyono, J. Triyono dan S. Raharjo, "Penerapan Teknik SEO (Search Engine Optimization) Pada Blog," *Jurnal Teknologi Technoscienza*, vol. VI, no. 1, p. 86, 2013.
- [13] D. Ningsih dan P. H. Kurniawan, "Analisis Promosi dan Afiliasi Marketing Terhadap Okupansi Hotel Non Jaringan Di Kota Batam," *JIM UPB*, vol. VIII, no. 1, pp. 16-21, 2019.
- [14] A. Ramadhayanti, "Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Affiliate Marketing terhadap Volume Penjualan," *Jurnal Komunikasi, Bisnis, dan Manajemen*, vol. VIII, no. 1, pp. 94-104, 2021.
- [15] L. Muniroh, Hurriyaturrohman dan A. Marlina, "Manfaat Penggunaan Media Sosial Terhadap Peningkatan Penjualan Tas Pada Pengerajin Tas di Ciampea," *Jurnal Ilmiah Inovator*, pp. 58-70, 2017.
- [16] M. Kurniasari dan A. Budiarmo, "Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Semarang," *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. VII, no. 1, pp. 25-31, 2018.
- [17] M. Ratana, "Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Ekuitas Merk," *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, vol. 22, no. 1, pp. 13-28, 2018.
- [18] N. Pandrianto dan G. G. Sukendro, "Analisis Strategi Pesan Content Marketing Untuk Mempertahankan Brand Engagement," *Jurnal Komunikasi*, vol. X, no. 2, pp. 167-176, 2018.
- [19] P. T. J. Wibowo, "Apa Itu Digital Advertising?," *WartaEkonomi.co.id*, 12 January 2021. [Online]. Available: <https://www.wartaekonomi.co.id/read322480/apa-itu-digital-advertising>. [Diakses 17 November 2021].

- [20] S. Sofyan, "Pengaruh Periklanan, Sales Promotion, Personal Selling dan Publicity Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aksesoris Mobil (Studi Kasus Kilat Service Medan)," *Jurnal SMART*, vol. I, no. 1, pp. 48-52, 2017.
- [21] K. F. Simboh, J. R. E. Tampi dan L. F. Tamengkel, "Pengaruh Pricing Strategy, Promotion Strategy Dan Brand Equity Differences Terhadap Marketing Position Pt.Garuda Indonesia (Persero), Tbk Branch Office Manado (Rute Penerbangan Manado-Denpasar)," *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. VII, no. 1, pp. 50-57, 2018.
- [22] N. P. Arifah dan C. N. Mustikarini, "Paid Promote Sebagai Media Promosi Produk Delicy Dalam Meningkatkan Konsumen Potensial," *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, vol. I, no. 3, pp. 3017-313, 2016.
- [23] A. A. Hendriadi dan Dedih, "Analisis Web Menggunakan Google Analytic Untuk Menyajikan Laporan Data Situs Dalam Proses Optimasi," *Jurnal Ilmiah Solusi*, vol. I, no. 4, pp. 20-16, 2015.
- [24] N. S. Miyata, "Efektivitas Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan Universitas Kristen Petra," *Agora*, vol. VII, no. 2, p. 4, 2019.
- [25] M. Leander, "Facebook Engagement Metrics," Klipfolio, 2021. [Online]. Available: <https://www.klipfolio.com/resources/kpi-examples/social-media/facebook-engagement-metrics>. [Diakses 30 Agustus 2021].