

DAFTAR PUSTAKA

- Alamin, Z., Missouri, R., Sutriawan, S., Fathir, F., & Khairunnas, K. (2023). Perkembangan E-commerce: Analisis Dominasi Shopee sebagai Primadona Marketplace di Indonesia. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6(2), 120–131. <https://doi.org/10.52266/jesa.v6i2.2484>
- Ardiatma, & Andriansyah, M. (2022). Penerapan SEO (Search Engine Optimization) Menggunakan Analisis Kata Kunci Kompetitif (Study Kasus: www.Palmoilmagazine.com). In *Jurnal Ilmiah Komputasi* (Vol. 21, Issue 1). <https://doi.org/10.32409/jikstik.21.1.2887>
- Arif Pratama Marpaung, Muhammad Shareza Hafiz, Murviana Koto, & Wulan Dari. (2021). Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha Pada Umkm Melalui Digital Marketing. *Prosiding Seminar Kewirausahaan*, 2(1), 294–300. <http://dx.doi.org/10.30596%2Fsnk.v2i1.8273>
- Artaya, I. P., & Purworusmiardi, T. (2019). Efektifitas Marketplace Dalam Meningkatkan Konsentrasi Pemasaran dan Penjualan Produk Bagi UMKM di Jawa Timur. *Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Narotama Surabaya*, April, 1–10.
- Az-Zahra, P., & Sukmalengkawati, A. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 2008–2018. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2573>
- Blasius Manggu, S. E. M. M., Listra Frigia Missianes Horhoruw, S. K. M. K., & Kusnanto, S. P. M. P. (2024). *Masa Depan Marketplace: Teknologi, Trend dan Inovasi*. Uwais Inspirasi Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=OtU5EQAAQBAJ>
- Dafrina Sembiring, E., & Fikri Hasibuan, A. (2024). *Pengaruh SEO (Search Engine Optimization) Dalam Strategi Pemasaran Digital : Studi Kasus Pada Sambal Gerilya di Platform Shopee*. 4(2), 1659–1673. <https://doi.org/10.37680/almikraj.v4i02.5365>
- Dewanto, F. B., Febrian, M. H. P., Amir, M. R., & Prawira, I. F. A. (2023). Penerapan SEO Dalam Strategi Pemasaran Perusahaan. *Jurnal Maneksi*, 12(4), 709–715. <https://doi.org/10.31959/jm.v12i4.1900>
- Dwi Imaniawan, F. F., Wijianto, R., & Mulyanto, J. D. (2020). Penerapan Search Engine Optimization Untuk Meningkatkan Peringkat Website Pada Search Engine Results Page Google (Studi Kasus: www.superbengkel.co.id). *EVOLUSI: Jurnal Sains Dan Manajemen*, 8(2). <https://doi.org/10.31294/evolusi.v8i2.9172>

- Gupta, R., & Madan, S. (2022). *Digital Marketing: The Science and Magic of Digital Marketing Can Help You Become a Successful Marketing Professional (English Edition)*. BPB Publications. <https://books.google.co.id/books?id=e5KGEAAAQBAJ>
- Imaniawan, F. F. D., Wulandari, S., & Karya, T. R. (2024). *Belajar SEO Untuk Pemula*. Ruang Karya. <https://books.google.co.id/books?id=C2wQEQAQBAJ>
- Indriyatmoko, T., Forbenius, A. claudy, & Diningrat, M. S. M. (2024). Strategi Optimisasi Kata Kunci dalam Meningkatkan Visibilitas di Mesin Pencari. *Intechno Journal (Information Technology Journal)*, 6(1), 66–72. <https://doi.org/10.24076/intechnojournal.2024v6i1.1693>
- Lutfi, M. (2023). “Jurnal Transformasi (Informasi & Pengembangan Iptek)” (STMIK BINA PATRIA) Rancang Bangun Otomatisasi Riset Kata Kunci Di Marketplace. *Jurnal Transformasi*, 19(2), 12–25.
- Mahasinul Akhlak, M. L. (2022). Otomatisasi Riset Kata Kunci. *Transformasi*, 18(2), 12–25. <https://doi.org/10.56357/jt.v18i2.311>
- Manurung, M., Putri, J., Mikro, U., & Pemasaran, A. (2024). *Peran Marketplace Dalam Meningkatkan Akses Pemasaran UMKM Di Indonesia*. 2(2), 74–81. <https://doi.org/10.61553/abjoiec.v2i02.249>
- Murdiyanto, A. W. (2019). Decision Support System of Keyword Selection Web Site Using Analytical Hierarchy Process (AHP) and Simple Additive Weighting (SAW). *Compiler*, 8(1), 81. <https://doi.org/10.28989/compiler.v8i1.429>
- Oktafianto, R., Yuliana, L., & Perkasa, D. H. (2024). *Peran Digital Marketing Dalam Mendorong Pertumbuhan UMKM Di Era Digitalisasi* : 1–13. <https://e-journal.stai-almaliki.ac.id/index.php/mk/article/view/129>
- Pasaribu, A. F., Surahman, A., Priandika, A. T., Sintaro, S., & Utami, Y. T. (2023). Sistem Pendukung Keputusan Seleksi Penerimaan Guru Menggunakan SAW. *Journal of Artificial Intelligence and Technology Information (JAITI)*, 1(1), 13–19. <https://doi.org/10.58602/jaiti.v1i1.21>
- Riska Amalia, Siti Syaodah, Susilawati Susilawati, & Riki Gana Suyatna. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Studi Kasus Batik Tedjo. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 295–301. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i1.568>
- Rotib, N. S., Silalahi, E. N., Adhiba, I. G., & Narang, R. (2021). Factors that Affecting the Acceptance of People in Indonesia Towards the Use of Online Marketplace Technology. *Journal of Business Management Review*, 2(1),

023–037. <https://doi.org/10.47153/jbmr21.872021>

Sadiyah, H., & Maharani, S. H. (2024). *Optimasi SEO On-Page untuk Meningkatkan Visibilitas dan Traffic Website E-Commerce : Studi Kasus pada Website Fahmi Sasirangan*. 3(2), 76–85. <https://doi.org/10.1234/bima.v3i2.14551>

Sukiakhy, K. M., Rajiatul Jummi, C. V., & Rini Utami, A. (2022). Implementasi Metode SAW Dalam Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Karyawan Terbaik Pada PT. Cindyani Tiwi Lestari. *Simkom*, 7(1), 13–22. <https://doi.org/10.51717/simkom.v7i1.62>

Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41–47. <https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>

Urmila Urmila, Erwan Sastrawan, & Harnida Wahyuni Adda. (2023). Penerapan Teknik Seo (Search Engine Optimization) pada Website Pikiran-Rakyat.Com dalam Strategi Pemasaran. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 1(3), 50–56. <https://doi.org/10.59024/jumek.v1i3.111>

Utama, J., & Jusuf, D. I. (2023). *Machine Translated by Google Mengoptimalkan Strategi SEO (Search Engine Optimization) untuk Meningkatkan Visibilitas dan Pencapaian Tujuan Pemasaran Machine Translated by Google Jurnal Utama Ekonomi dan Administrasi*. 2, 98–103.

Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia. In *Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV, April 2015*, 327–337. <https://www.researchgate.net/publication/327069950>

Waziana, W., Saputra, R. H., Sari, N. Y., Kasmi, K., & Aulia, D. (2022). Pemanfaatan E-Commerce Shopee Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Ibu-Ibu PKK Pelaku Bisnis. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 107–112. <https://doi.org/10.32877/nr.v1i2.433>