

Analisis Website Butik XYZ Menggunakan Google Search Console dan Google Analytics

Ekatri Ayuningsih^{1*}, Asmaul Husna², Ryezi Meuzaki³, Jan Kevin Panggabean¹

¹ Program Studi Teknologi Rekayasa Komputer, Politeknik LP3I Medan, Medan, Indonesia

² Program Studi Administrasi Bisnis, Politeknik LP3I Medan, Medan, Indonesia

³ Program Studi Teknologi Komputer, Politeknik LP3I Medan, Medan, Indonesia

Email: ¹ekatri@plm.ac.id, ²husna.nana2891@gmail.com, ³reyzi2024@gmail.com, ⁴jankevinpanggabean@gmail.com

Email Penulis Korespondensi: ekatri@plm.ac.id

Submitted 10-10-2025; Accepted 31-10-2025; Published 31-10-2025

Abstrak

Butik Putri adalah usaha di bidang fashion yang menjual produknya melalui website. Website adalah salah satu aplikasi yang berisi berbagai jenis dokumen multimedia seperti teks, gambar, suara, animasi dan video yang digunakan untuk memberi informasi dan memperkenalkan suatu produk kepada masyarakat secara luas. Untuk meningkatkan jumlah pengunjung website meningkat secara optimal, perlu dilakukan evaluasi dengan menganalisis performa website dan karakteristik pengunjung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis performa website dan karakteristik pengunjung website Butik Putri. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif. Populasi penelitian adalah pengunjung website pada situs Butik Putri sejak bulan Juni hingga September 2025 sebanyak 620 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan data sekunder dari Google Search Console (GSC) dan Google Analytics (GA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa performance website di mesin pencari rata-rata 2,2. Pencarian berdasarkan kata kunci paling tinggi adalah Butik Kebaya. Indonesia merupakan negara yang paling banyak mengakses website. Karakteristik pengunjung mengalami peningkatan dengan total pengunjung sebanyak 620 pengunjung. Browser yang paling banyak digunakan adalah chrome sebesar 61,11 %, sistem operasi windows sebesar 55, 42%, dan perangkat yang digunakan adalah desktop sebesar 61,11%. Performance website meningkat setelah ditambahkan Google Search Console (GSC) pada website Butik Putri, Seiring dengan itu, karakteristik pengunjung dari data Google Analytics (GA) juga mengalami peningkatan, tetapi terjadi penurunan pada bulan berikutnya. Untuk menjaga agar pengunjung tetap terus meningkat, maka konten website harus terus diperbaharui.

Kata Kunci: Website; Pengunjung; Butik; Google Search Console; Google Analytics

Abstract

Butik Putri is a business in the fashion sector that sells its products through a website. A website is an application that contains various types of multimedia documents such as text, images, sound, animation, and video, used to provide information and introduce a product to the public broadly. To optimally increase the number of website visitors, an evaluation needs to be conducted by analyzing the website's performance and visitor characteristics. The purpose of this study is to analyze the performance of the website and the characteristics of visitors to the Butik Putri website. The method used is a descriptive method. The research population consists of website visitors on the site Butik Putri from June to September 2025, totaling 620 people. Data collection techniques use secondary data from Google Search Console (GSC) and Google Analytics (GA). The results show that the website's performance on search engine averages 2,2. The highest keyword search is "Butik Putri". Indonesia is the country that accesses the website the most. Visitor characteristics increased with a total of 620 visitors. The most used browser is Chrome at 61,11%, the operating systems is Windows at 55,42%, and the device used is desktop at 61,11%. The website's performance improved after adding Google Search Console (GSC) to the Butik Putri website. Along with that, visitor characteristics from Google Analytics (GA) data also increased but then decreased in the following month. To keep visitors continually increasing, website content must be continuously updated.

Keywords: Website; Visitor; Boutique; Google Search Console; Google Analytics

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam dunia bisnis, terutama dalam hal pemasaran dan interaksi dengan pelanggan [1]. Website kini menjadi salah satu media yang esensial bagi pelaku bisnis untuk mempromosikan produk dan jasa mereka secara lebih luas [2]. Butik adalah toko pakaian yang menjual pakaian modern, sesuai dengan tren terbaru dan lengkap dengan berbagai pilihan pakaian, terutama untuk wanita [3]. Media promosi adalah alat untuk menyampaikan pesan yang dapat merangsang minat penerima. Media promosi terbagi menjadi dua jenis, yaitu online dan offline [4]. Media online meliputi marketplace, media sosial dan Google Ads. Media sosial kini menjadi elemen krusial dalam strategi pemasaran modern, mengubah interaksi antara bisnis dan pelanggannya. Teknologi memegang peran penting dalam membantu perusahaan untuk memperluas akses pasar melalui pemanfaatan teknologi informasi berbasis web. Pemasaran melalui media web menjadi salah satu metode untuk mendorong pertumbuhan bisnis [5]. Namun, memiliki website saja tidak cukup, diperlukan analisis yang tepat untuk memahami bagaimana website tersebut performance dan bagaimana perilaku pengunjung di dalamnya. Di sisi lain, industri fashion di Indonesia terus mengalami peningkatan dari sisi persaingan bisnis terkait busana, sehingga diperlukan untuk menarik konsumen di tengah tingginya permintaan pasar [6]. Tapi tidak semua orang datang langsung ke Butik Putri, bahkan ada yang sama sekali belum pernah ke sana. Ada berbagai alasan mengapa orang tidak datang ke Butik Putri, seperti waktu yang tidak cukup, lokasi yang jauh dan kurang strategis dari tempat kerja mereka. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan jumlah pengunjung Butik Putri, dibutuhkan metode optimasi yang mampu menganalisis calon pengunjung, baik yang belum pernah datang maupun yang sering berkunjung, baik secara online maupun fisik. Oleh karena itu strategi pemasaran yang tepat untuk menjual produk secara online maupun offline sangat diperlukan.

Pemasaran digital adalah salah satu aktivitas penting dalam menjalankan sebuah industri bisnis agar efektif berkembang [7]. Beberapa strategi pemasaran digital yang dapat diterapkan meliputi optimasi mesin pencari, pemasaran mesin pencari berbayar, pemasaran konten (*Content Marketing*), dan pemasaran melalui Social Media [8]. Strategi pemasaran berbasis web menggunakan alat *Search Engine Optimization* (SEO) seperti *Google Search Console* dan *Google Analytics* sangat dibutuhkan oleh pelaku usaha [9]. *Search Engine Optimization* (SEO) merupakan kumpulan langkah yang dilakukan untuk meningkatkan peringkat sebuah situs web dalam hasil pencarian berdasarkan kueri tertentu dengan tujuan memperkenalkan situs tersebut. Terdapat dua jenis strategi *Search Engine Optimization* yang umum diterapkan yaitu off page dan on page [10]. *Google Search Console* adalah layanan gratis yang memberikan pemilik situs web akses ke berbagai alat dan data analitik untuk mengoptimalkan tampilan situs mereka di mesin pencarian Google. Selain itu, *Google Search Console* juga mampu memantau dan menganalisis seberapa terlihat situs web dalam hasil pencarian [11]. Website adalah alat untuk menyampaikan informasi dan mempromosikan produk agar bisnis perusahaan dikenal luas [12]. Konten dan kualitas kebaya juga merupakan indikator keberhasilan layanan Butik Putri. Konten digital adalah materi berupa video atau foto yang dilengkapi dengan teks pendukung dan dibagikan melalui media sosial [13]. Konten digital sangat efektif dalam meningkatkan omset dan performa bisnis [14]. Saat ini, website memiliki peran penting dalam berbagai aspek kehidupan. Website berfungsi sebagai media bagi para pemiliknya untuk menyebarkan konten ke masyarakat luas secara global, khususnya dalam bidang pemasaran [15]. Website juga menjadi aset penting bagi sebuah unit usaha karena biasanya perusahaan lain yang ingin bekerja sama dengan sebuah unit usaha pasti akan mencari dahulu informasi tentang produk maupun informasi tentang unit usaha [16]. Agar website tersebut lebih mudah ditemukan saat dicari, maka perlu teknik *Search Engine Optimization* (SEO).

Analisis *Search Engine Optimization* (SEO) dilakukan untuk mengetahui bagian-bagian di website yang perlu dioptimalkan di website. Teknik *Search Engine Optimization* (SEO) adalah cara agar website bisa dikenalkan dengan mudah oleh mesin pencarian, sehingga bisa meningkatkan jumlah pengunjungnya [17]. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis visibilitas serta peningkatan jumlah kunjungan dan layanan yang diterima oleh pengguna website, sehingga akses menjadi lebih mudah bagi pengguna menggunakan teknik *Search Engine Optimization* (SEO). Salah satu metode untuk menganalisis penggunaan website adalah dengan memantau perilaku pengunjung melalui data statistik pengunjung. Beberapa perangkat lunak yang dapat digunakan untuk melihat statistik pada website seperti Google Analytics, Histats dan Plugin Statistik lainnya [18]. Solusi yang diusulkan pada penelitian ini adalah penggunaan teknik *Search Engine Optimization* (SEO). Teknik *Search Engine Optimization* (SEO) akan membantu Butik Putri untuk meningkatkan visibilitas dan peringkat di hasil pencarian mesin pencari serta meningkatkan kepercayaan pengguna dalam jangka panjang bagi bisnis dan pemilik website. Dalam penelitian ini alat yang bisa digunakan untuk mengamati statistik pengunjung adalah Google yaitu *Google Search Console* (GSC). *Google Search Console* (GSC) dan *Google Analytics* digunakan untuk menganalisis konten, melihat grafik kunjungan dan mendapatkan berbagai laporan seperti jumlah klik (GA) dan tayangan, kata kunci populer, masalah mengindekskan dan kesehatan situs secara keseluruhan [19] [20]. *Google Analytics* (GA) dan *Google Search Console* (GSC) merupakan dua layanan web service yang sangat penting dalam meningkatkan kinerja situs anda [21]. Dengan menggunakan kedua layanan service ini, Butik Putri dapat meningkatnya jumlah kunjungan pada media pemasaran digital, dan berdampak pada peningkatan jumlah penjualan secara digital. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui performa kinerja website dan karakteristik pengunjung. Hasil yang diharapkan adalah Butik Putri dapat meningkatkan jumlah pengguna dan performa situs Butik Putri bidang fashion kebaya. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai sarana evaluasi konten yang ditampilkan pada website perpustakaan, sehingga dapat menjadi bahan rekomendasi untuk meningkatkan performa website. Selain itu juga dapat menjadi masukan bagi pengelola Butik Putri dalam membuat inovasi layanan. Hasil analisis diharapkan dapat menjadi dasar rekomendasi bagi pengembangan website dan strategi pemasaran butik tersebut dimasa mendatang.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Metode Deskriptif

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif untuk menggambarkan serta menganalisis hasil berdasarkan data yang sudah tersedia. Objek yang diteliti adalah website Butik Putri sedangkan, subjek penelitian adalah para pengunjung website Putri Butik. Penelitian dilakukan mulai bulan Mei sampai Oktober 2025. Pada tahap awal, peneliti membuat akun di Google, dan memasang kode Javascript yang disediakan setelah mendaftar sebagai anggota Google Analytic. Selanjutnya, *Google Search Console* (GSC) ditambahkan ke *Google Analytics* (GA). Setelah itu, data dikumpulkan dari *Google Analytics* (GA), disusun dalam bentuk tabel dan mendeskripsikan hasil yang diperoleh. Ruang lingkup penelitian meliputi pengunjung website Butik Putri sejak bulan September sampai Oktober 2025. Populasi penelitian mencakup seluruh pengunjung website Putri Butik yang menjadi responden. Responden pada penelitian ini adalah pengunjung website pada dua bulan terakhir sebanyak jumlah tertentu. Teknik pengumpulan data menggunakan data sekunder yang diperoleh dari *Google Search Console* (GSC) dan *Google Analytics* (GA) pada situs yang diteliti. Data yang telah terkumpul kemudian diolah dengan membuat tabel dan mendeskripsikan hasilnya. Langkah awal yang dilakukan peneliti adalah mendaftarkan website properti ke *Google Analytics* (GA) pada tanggal 01 September 2025. Untuk meningkatkan performa website pada mesin pencari Google, peneliti menambahkan *Google Search Console* (GSC) di *Google Analytics* (GA) pada tanggal 02 September 2025. Selanjutnya, peneliti mengambil data dari *Google Search Console* (GSC) dan *Google Analytics* (GA) untuk menganalisis data selama dua bulan.

Tabel 1. Performa Kinerja Properti pada Mesin Pencari Google

Bulan	Kinerja			
	Klik	Tayangan	CTR	Posisi Rata-Rata
Juni	15.231	657.643	1,2%	6,2
Agustus	12.432	392.248	2%	10
September	17.141	766.056	2,2 %	9,7

Data dari Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah pengguna yang mengklik website Putri Butik meningkat pada bulan Juni sebanyak 15.231 klik dari 657.643 tayangan. Namun jumlah pengguna yang mengklik website di bulan september meningkat sebanyak 17.141 klik dari 766.056 tayangan. Posisi website di mesin pencari berada di peringkat 6,2 dan mengalami perubahan hingga mencapai posisi 9,7 pada bulan September. Hasil analisis kedua berasal dari data akuisisi atau sumber pencarian berdasarkan kata kunci atau keyword. Pencarian kata kunci dilakukan saat pengguna mencari artikel di internet melalui mesin pencari, misalnya melalui Google. Pengguna akan memasukkan sebuah kata kunci atau keyword tertentu, dan kemudian muncul beberapa situs website. Dari hasil tersebut, ditemukan sebanyak 1001 kata kunci, dengan peringkat kata kunci yang paling banyak di klik berkaitan dengan Butik Kebaya, Kebaya Batak dan lainnya.

Tabel 2. Pengguna Website Berdasarkan Demografi Negara dan Kota

Negara	Pengguna	Pengguna Baru	Sesi	%
Indonesia	1.432	1411	151	87,99
Malaysia	1	0	1	0,33
Singapore	2	2	1	0,33
Kota				
Jakarta	548	525	50	18,40
Medan	740	470	57	19,21
Pematang Siantar	498	252	25	8,61
Gunungsitoli	453	501	50	17,31

Data dari Tabel 2 menunjukkan bahwa jumlah pengunjung berdasarkan negara ditemukan sebanyak 3 negara dan jumlah pengguna tertinggi berasal dari Indonesia dengan jumlah 1.432 pengguna dan pengguna baru 1411 pengguna baru. Kedua, pengunjung berdasarkan kota ditemukan terdapat 4 kota, dan ditemukan jumlah pengguna paling banyak adalah Medan sebanyak 740 pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna dari Indonesia, merupakan pengguna potensial dan website dapat diandalkan menjadi media untuk mendiseminasikan Butik Putri ke seluruh kota yang ada di Indonesia. Ketiga adalah karakteristik pengunjung melalui penggunaan teknologi seperti browser, sistem operasi dan perangkat yang digunakan oleh pengunjung ketika mengakses website yang ditampilkan pada Tabel 3 dibawah ini.

Tabel 3. Pengunjung Website Berdasarkan Teknologi Yang Digunakan

Teknologi		
Jenis Browser	Sesi	%
Chrome	141	72,1
Edge	18	7,27
Firefox	12	3,02
Safari	1	1,34
Opera	1	1,01
Android Webview	2	0,67
Internet Explorer	1	0,34
UC Browser	1	0,34
Samsung Internet	1	0,34
Sistem Operasi		
Windows	189	65,64
Android	22	12,11
Macintos	7	1,98
iOS	1	0,34
Linux	2	0,67
Perangkat		
Desktop	123	45,21
Mobile	260	85,51
Tablet	1	0,34

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif pada populasi pengunjung website Butik Putri sebanyak 620 orang yang tercatat dari bulan juni hingga september 2025. Data pengunjung dan performa website diperoleh melalui data sekunder dari *Google Search Console* (GSC) dan *Google Analytics* (GA). Hasil analisis performa website menunjukkan bahwa skor performa di mesin pencari mendapatkan rata-rata nilai sebesar 2,2. Meskipun angka ini belum dapat dikategorikan sangat tinggi, peningkatan performa sudah mulai terjadi setelah integrasi *Google Search Console* (GSC) pada website. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan tools yang tepat dapat mendukung optimasi *Search Engine Optimization* (SEO) dan mendapatkan lebih banyak pengunjung. Dari sisi pencarian kata kunci, kata kunci “Butik Kebaya” menjadi yang paling banyak digunakan oleh pengunjung dalam menentukan website Butik Putri melalui mesin pencari. Ini menandakan bahwa produk utama yang diminati oleh pengunjung adalah pakaian tradisional kebaya, sehingga bisnis ini memiliki potensi pasar yang spesifik dan signifikan. Secara geografis, pengunjung website terbanyak berasal dari Indonesia. Hal ini sesuai dengan target pasar yang memang difokuskan pada konsumen lokal, mengingat produk kebaya merupakan pakaian khas Indonesia yang memiliki potensi pasar domestik yang besar. Karakteristik pengunjung yang dianalisis melalui *Google Analytics* (GA) menunjukkan bahwa dari total 620 pengunjung, mayoritas menggunakan browser Google Chrome sebanyak 61,11%. Browser ini memang sangat populer dan penggunaannya yang luas menunjukkan kemudahan akses website pada browser tersebut. Sistem operasi yang paling banyak digunakan oleh pengunjung adalah Windows sebesar 55,42%, yang biasanya digunakan pada perangkat desktop dan laptop. Hal ini juga didukung oleh data perangkat pengunjung dimana 61,11% mengakses website melalui desktop. Hasil diatas menunjukkan adanya korelasi antara teknologi yang digunakan pengunjung dalam mengakses website dengan performa situs itu sendiri. Penggunaan browser Chrome dan sistem operasi Windows pada perangkat desktop menandakan bahwa pengunjung lebih nyaman mengakses website melalui perangkat yang memiliki layar lebih besar dan performa stabil. Peningkatan performa website yang terlihat setelah penambahan *Google Search Engine* (GSC) sangat penting untuk diperlihatkan. GSC memberikan informasi teknis mengenai bagaimana website tampil di hasil pencarian Google, termasuk masalah indexing, kata kunci yang digunakan, serta peluang untuk meningkatkan ranking SEO. Integrasi Tools seperti ini sangat membantu pemilik usaha untuk mengoptimalkan website, sehingga lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan melalui mesin pencari. Namun, terdapat catatan penting terkait fluktuasi jumlah pengunjung. Meskipun secara keseluruhan terjadi peningkatan pengunjung sejak bulan Juni hingga September 2025, pada bulan berikutnya terjadi penurunan jumlah pengunjung. Fenomena ini menunjukkan bahwa peningkatan awal performa dan pengunjung tidak cukup hanya dilakukan satu kali, tetapi membutuhkan pemeliharaan dan pembaharuan konten secara kontinu agar pengunjung tetap tertarik dan kembali mengakses website. Konten yang diperbaharui secara berkala dapat berupa penambahan koleksi produk baru, informasi promo, artikel seputar fashion dan kebaya, maupun konten multimedia yang menarik. Konten ini berperan penting untuk meningkatkan engagement pengunjung dan juga membantu meningkatkan peringkat *Search Engine Optimization* (SEO) di mesin pencari. Semakin relevan dan beragam konten yang ada, semakin besar kemungkinan pengunjung baru dan lama untuk terus datang ke website Butik Putri. Selain itu, data demografis dan teknis yang diperoleh dari *Google Analytics* (GA) memberikan insight menarik mengenai cara pengunjung mengakses website. Dominasi penggunaan desktop sebagai perangkat akses menggambarkan pola perilaku konsumen yang mungkin melakukan riset produk secara serius sebelum membeli. Ini menjadi arahan bagi pemilik Butik Putri untuk memastikan website mereka responsif dan *user-friendly* di desktop, dengan navigasi yang mudah dan kecepatan loading yang optimal. Namun, perkembangan tren penggunaan perangkat mobile yang terus menerus meningkat secara global perlu menjadi perhatian juga. Meski saat ini desktop mendominasi, strategi pengembangan website juga harus memperhatikan peningkatan akses melalui perangkat mobile agar tidak kehilangan pangsa pasar yang potensial, khususnya dari generasi muda yang lebih banyak mengakses internet via smartphone. Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, beberapa rekomendasi penting untuk Butik Putri dalam mempertahankan dan meningkatkan performa website serta jumlah pengunjung adalah sebagai berikut :

- a. Pemeliharaan dan Update Konten Berkala
Menambahkan konten baru secara rutin untuk menjaga minat pengunjung dan mendukung SEO.
- b. Optimasi SEO dengan Tools
Melanjutkan pemanfaatan *Google Search Console* (GSC) serta *Google Analytics* (GA) untuk memantau performa website dan memahami perilaku pengunjung.
- c. Peningkatan Responsivitas Website
Mengembangkan tampilan dan fungsionalitas website agar optimal di desktop dan mobile.
- d. Fokus pada kata kunci yang efektif
Memanfaatkan kata kunci populer seperti “Butik Kebaya” dalam penulisan konten dan metadata agar mudah ditemukan calon konsumen.
- e. Analisis Tren dan Preferensi Pengunjung
Melakukan monitoring secara berkala untuk mengantisipasi perubahan perilaku pengunjung dan menyesuaikan strategi pemasaran digital.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan pentingnya analisis performa website dan karakteristik pengunjung sebagai dasar pengambilan keputusan untuk mengembangkan bisnis online Butik Putri. Dengan pemahaman yang tepat dan langkah strategis yang konsisten, peningkatan jumlah pengunjung dan penjualan melalui website dapat tercapai secara optimal.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa performa website Butik Putri mengalami peningkatan yang signifikan setelah integrasi *Google Search Console* (GSC), dengan skor rata-rata performa mesin pencari sebesar 2,2. Kata kunci “Butik Kebaya” menjadi paling dominan dalam pencarian, menandakan fokus produk yang kuat pada pakaian tradisional Indonesia dan pasar domestik yang relevan. Data pengunjung yang dihimpun dari *Google Analytics* (GA) menunjukkan bahwa jumlah total pengunjung mencapai 620 orang selama periode Juni hingga September 2025, dengan mayoritas pengguna mengakses melalui browser Chrome (61,11%), sistem operasi Windows (55,42%) dan perangkat desktop (61,11%). Meskipun terjadi peningkatan awal, terdapat penurunan pengunjung pada bulan berikutnya, yang mengindikasikan pentingnya pembaharuan konten secara rutin untuk menjaga minat pengunjung dan meningkatkan engagement. Pengelolaan konten yang dinamis, bersama dengan pemantauan performa melalui tools SEO, menjadi kunci untuk mempertahankan dan mengembangkan jumlah pengunjung website. Selain itu, perluasan fokus pada akses perangkat mobile juga perlu diperhatikan agar tidak kehilangan potensi pasar yang terus berkembang. Dengan strategi yang tepat, website Butik Putri berpeluang besar meningkatkan efektivitas pemasaran dan penjualan secara online. Keberhasilan pengelolaan website ini sangat bergantung pada kontinuitas evaluasi dan adaptasi terhadap perubahan perilaku pengguna. Oleh karena itu, pengelola harus secara aktif melakukan analisis data dan menyesuaikan strategi pemasaran digital untuk hasil yang optimal.

REFERENCES

- [1] D. R. Barus, J. S. Simangunsong, S. E. B. Ginting, and L. S. Saragih, “Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Pasar Global The Influence Of Information Technology Developments On Global Markets,” *JIIIC J. Intelek Insa. Cendikia*, vol. 1, no. 4, pp. 495–500, 2024.
- [2] S. Rahmawati, S. Aisyah, T. Andarwati, U. N. Ainniyah, T. H. Rachmatika, and Mahfudhotin, “Penguatan Daya Saing UMKM Melalui Pemanfaatan Website Sebagai Media Promosi dan Branding Produk Skincare,” *Welf. J. Pengabd. Masy.*, vol. 3, no. 1, pp. 2986–5824, 2025.
- [3] K. E. Furtiman and N. Artina, “Analisis Rencana Usaha Bize Clothing Boutique Pakaian Big Size Di Kota Palembang,” *Publ. Ris. Mhs. Manaj.*, vol. 4, no. 2, pp. 97–106, 2023, doi: 10.35957/prmm.v4i2.4744.
- [4] E. R. N. Azizah and M. A. Islam, “Desain Kemasan sebagai Media Promosi Produk Nirwana Batik di Desa Wisata Bejjong Kabupaten Mojokerto,” *Barik*, vol. 6, no. 2, pp. 52–65, 2024, doi: 10.26740/jdkv.v6i2.63260.
- [5] R. D. Panjaitan and H. Riofita, “Peran Media Sosial Dalam Strategi Pemasaran Modern,” *J. Pendidik. Tambusai*, vol. 8, pp. 43088–43093, 2024.
- [6] Y. T. A. Laksono and M. A. Islam, “Penerapan Design Thinking Dengan Menggunakan Gaya Desain Monoline Pada Perancangan Logo D’Papo Surabaya,” *J. Barik*, vol. 1, no. 2, pp. 261–274, 2020.
- [7] P. T. Petro, J. Samudra, and K. Kunci, “OPTIMALISASI SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN DIGITAL PADA WEBSITE,” *J. Inf. Syst. Manag.*, vol. 6, no. 2, 2025.
- [8] L. A. Putri, M. I. Said, and M. Hasan, “Analisis Pemasaran Digital Barang Elektronik: Pada Toko Computer Di Yogyakarta,” *Intelektiva*, vol. 4, no. 7, pp. 34–50, 2023.
- [9] B. H. Nugroho, D. Hamidin, and S. Supriady, “Analisis dan Implementasi SEO Algoritma Google Panda Untuk Optimasi Website PT Revolusi Kesehatan,” *J. Komput. Antart.*, vol. 2, no. 3, pp. 102–111, 2024, doi: 10.70052/jka.v2i3.463.
- [10] M. Muliadi, A. Aziz, and A. S. Wiguna, “Implementasi Search Engine Optimization (seo) Pada Situs Trafik Tinggi Menggunakan Metode on Page Dan Off Page Seo,” *JATI (Jurnal Mhs. Tek. Inform.*, vol. 6, no. 2, pp. 482–486, 2022, doi: 10.36040/jati.v6i2.4783.
- [11] O. Sakaliuk and O. Shershun, “Increase Website Visibility on the Internet By Google Search Console,” *Autom. Technol. Bus. Process.*, vol. 15, no. 2, pp. 12–17, 2023, doi: 10.15673/atbp.v15i2.2516.
- [12] P. O. Khas and K. Pagaralam, “Perancangan website sebagai media informasi dan promosi oleh-oleh khas kota pagaralam,” *JUPI (Jurnal Ilm. Penelit. dan Pembelajaran Inform.*, vol. 8, no. 4, pp. 1175–1185, 2023.
- [13] V. Valiant, “Efektivitas Konten Digital Terhadap Minat Beli Produk Kopi Kenangan (Survey Pada Followers Instagram @kopikenangan.id),” *IKRA_ITH Hum. J. Sos. dan Hum.*, vol. 6, no. 1, pp. 175–184, 2022.
- [14] K. Digital and M. Sosial, “Pelatihan Manajemen Konten Media Sosial Instagram oleh Divisi Digital Marketing ForeCoffee,” *Bima Abdi J. Pengabd. Masy.*, vol. 5, pp. 698–707, 2025.
- [15] R. D. Djuardi *et al.*, “Perancangan dan Pembuatan Website dan Sosial Media di Desa Wisata Angsana,” *J. IKRAITH-ABDIMAS*, vol. 8, no. 2, pp. 1–8, 2024.
- [16] J. Vass, J. Harwell, H. Bharadvaj, and A. Joshi, “Analisis Perlakuan Akuntansi untuk Website Pada PT. Bank Sulut (PERSERO) Manado,” *IEEE Potentials*, vol. 17, no. 4, pp. 33–37, 1998, doi: 10.1109/45.721730.
- [17] R. Asrigo, “Penerapan Search Engine Optimization Pada Situs E-Commerce Dalam Meningkatkan Ranking,” *J. Inform.*, vol. 23, no. 1, pp. 43–54, 2023, doi: 10.30873/ji.v23i1.3537.
- [18] M. R. Ridho, P. Studi, S. Informasi, and U. P. Batam, “Pemanfaatan Google Analytics Untuk Meningkatkan Search Engine Optimization Website,” *CBIS J.*, vol. 3, no. 1, pp. 79–99, 2015.
- [19] Noeraida, H. Tamtomo, and A. R. Yusuf, “Analisis website perpustakaan digital kenukliran menggunakan goolge search console dan google analytics,” *J. Pustak. Indones.*, vol. 21, no. 1, pp. 46–57, 2022, doi: 10.29244/jpi.21.1.46-57.
- [20] F. H. A. Hanif and I. G. Susrama Mas Diyasa, “Analisis Website Monsternac Berbasis Digital Marketing Dan Seo (Search Engine Optimization) Dalam Strategi Pemasaran,” *J. Penelit.*, vol. 7, no. 4, pp. 332–342, 2023, doi: 10.46491/jp.v7i4.1189.
- [21] Aang Alim Murtopo, Maulia Nursidik, Syefudin, and Gunawan, “Optimasi Search Engine Optimization (SEO) On Page untuk Meningkatkan Peringkat Website Hondasukabumi.com Di Google,” *Innov. J. Soc. Sci. Res.*, vol. 4, no. 3, pp. 2943–2953, 2024.