

**PENGARUH SEARCH ENGINE OPTIMIZATION TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN NIAMARA HIJAB  
KABUPATEN TASIKMALAYA**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Bagian Dari Persyaratan Untuk Mendapatkan Gelar S.Bns.*



**Disusun oleh :  
SANTI NURAZIZAH  
NIM. 1901109**

**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
KAMPUS TASIKMALAYA  
2023**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Santi Nurazizah

NIM : 1901109

Jenjang Studi : Stata 1

Fakultas : Kamda Tasikmalaya

Program Studi : Kewirausahaan

Peminatan : Kewirausahaan Teknologi

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Search Engine Optimization Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Niamara Hijab Kabupaten Tasikmalaya” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Tasikmalaya, 28 Maret 2023



Santi Nurazizah

NIM. 1901109

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**SANTI NURAZIZAH**  
**PENGARUH SEARCH ENGINE OPTIMIZATION TERHADAP KEPUTUSAN**  
**PEMBELIAN PADA KONSUMEN NIAMARA HIJAB KABUPATEN**  
**TASIKMALAYA**

**Disetujui dan disahkan oleh pembimbing :**

Pembimbing 1,



**Dr. Nandang, S.A.P., M.A.P**

**NIP. 196507041987031003**

Pembimbing 2,

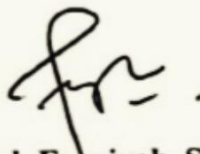


**Arief Budiman, S.S., S.Sos., IMSMEs.**

**NIP. 920171219841004101**

**Mengetahui :**

Ketua Program Studi Kewirausahaan



**Azizah Fauziah, S.Pd., M.Pd.**

**NIP. 920171219910820201**

## ABSTRAK

Keberadaan internet mendorong perkembangan manusia dalam melakukan kegiatan usaha, termasuk kegiatan pemasaran digital. Salah satu perusahaan yang memanfaatkan media digital adalah perusahaan Niamara Hijab yang memasarkan produk hijab melalui website. Pemasaran produk melalui website sangatlah efektif dan mampu meningkatkan penjualan. Namun website milik Niamara Hijab jarang dikunjungi oleh konsumen sehingga hanya sedikit konsumen yang melakukan keputusan pembelian. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka solusi yang tepat untuk mempengaruhi keputusan pembelian pada website adalah *search engine optimization*. Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *search engine optimization* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Niamara Hijab Kabupaten Tasikmalaya. Objek dari penelitian ini adalah perusahaan Niamara Hijab yang bergerak di bidang fashion khususnya hijab yang berlokasi di Cimadin, Desa Cibatuireng, Kecamatan Karangnunggal, Kabupaten Tasikmalaya, Provinsi Jawa Barat. Penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu *search engine optimization* dan variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Adapun metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Output dari penelitian ini yaitu *search engine optimization* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada konsumen Niamara Hijab Kabupaten Tasikmalaya.

**Kata kunci:** keputusan pembelian, *search engine optimization*, website.

## ABSTRACT

The existence of the internet encourages human development in carrying out business activities, including digital marketing activities. One company that utilizes digital media is the Niamara Hijab company, which markets hijab products through its website. Product marketing through the website is very effective and able to increase sales. However, Niamara Hijab's website is rarely visited by consumers so that only a few consumers make purchase decisions. Based on this explanation, the right solution to influence purchasing decisions on the websites was search engine optimization. The goal to be achieved in this study, to find out the influence of search engine optimization on purchasing decisions in consumers of Niamara Hijab Tasikmalaya Regency. The object of this study is the Niamara Hijab Company which is engaged in fashion, especially hijab located in Cimadin, Cibatuireng Village, Karangnunggal District, Tasikmalaya Regency, West Java Province. This study used independent variable, namely search engine optimization and dependent variable, namely purchasing decisions. As for the method used, it is quantitative with a descriptive and verification approach. The output of this study is search engine optimization has a positive effect on purchasing decisions for Niamara Hijab consumers in Tasikmalaya Regency.

**Keywords: consumer purchase decision, search engine optimization, website.**

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Search Engine Optimization* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Niamara Hijab Kabupaten Tasikmalaya” dengan baik. Penulis berharap para pembaca yang membutuhkan informasi tambahan ini akan menemukan manfaat skripsi ini. Shalawat dan salam kami panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca. Walaupun struktur skripsi ini tidak sempurna, penulis mengakui bahwa isi dan penyusunannya masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun tetap diperlukan. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan mohon maaf atas segala kesalahan.

Tasikmalaya, 28 Maret 2023



Santi Nurazizah

NIM. 1901109

## UCAPAN TERIMA KASIH

Rasa syukur peneliti ungkapkan kepada orang-orang yang telah membantu membimbing, mengayomi, dan memotivasi. Berkat bantuan tersebut peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Search Engine Optimization Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Niamara Hijab Kabupaten Tasikmalaya” disusun untuk memperoleh gelar S.Bns prodi kewirausahaan fakultas kampus daerah Tasikmalaya. Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Solehuddin, M.Pd.,M.A selaku rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Prof. Dr. Nandang Rusmana, M.Pd selaku direktur Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Azizah Fauziah, S.Pd.,M.Pd sebagai ketua Program Studi Kewirausahaan.
4. Dr. Nandang, S.A.P.,M.A.P dan Arief Budiman, S.S.,S.Sos.,IMSMEs sebagai dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing peneliti .
5. Ghia Ghaida Kanita, SE.,MSM sebagai dosen pembimbing akademik.
6. Kemala Dina Fitria, S.Si sebagai pengadministrasi akademik.
7. Dede Anwar Sanusi, S.H selaku pemilik perusahaan Niamara yang telah mengizinkan peneliti untuk meneliti perusahaan Niamara.
8. Terima kasih kepada yang teristimewa yaitu ayah Wawan Gunawan, dan ibu Aat Nurlaeni, serta adik saya bernama Sarah Nursaidah yang senantiasa telah memberikan dukungan moril dan material, motivasi, doa yang tulus, serta bantuan.
9. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini.

Diharapkan temuan penelitian skripsi ini akan berguna bagi perusahaan yang diteliti dan dapat digunakan untuk perkembangan ilmu pengetahuan terutama ilmu tentang kewirausahaan. Diharapkan temuan penelitian ini akan berguna baik bagi penulis maupun perusahaan yang diteliti. Selain itu, hasil penelitian ini dapat digunakan untuk membantu penelitian serupa.

Oleh karena itu, penulis mohon maaf atas segala kekurangan dan penulis mengucapkan terimakasih banyak.

Tasikmalaya, 28 Maret 2023



Santi Nurazizah

NIM. 1901109



## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....                            | i    |
| LEMBAR PENGESAHAN .....                                   | ii   |
| ABSTRAK .....   | iii  |
| KATA PENGANTAR .....                                      | v    |
| UCAPAN TERIMA KASIH.....                                  | vi   |
| DAFTAR ISI.....   | viii |
| DAFTAR TABEL.....   | x    |
| DAFTAR GAMBAR .....                                       | xi   |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                                      | xii  |
| BAB I PENDAHULUAN .....                                   | 1    |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian.....                        | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                 | 4    |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                                | 4    |
| 1.4 Kegunaan Penelitian.....                              | 4    |
| BAB 2 KAJIAN PUSTAKA.....                                 | 6    |
| 2.1 Kajian Pustaka .....                                  | 6    |
| 2.2 Penelitian Terdahulu.....                             | 16   |
| 2.3 Kerangka Pemikiran .....                              | 24   |
| 2.4 Hipotesis .....                                       | 27   |
| BAB III METODE PENELITIAN.....                            | 28   |
| 3.1 Objek Penelitian .....                                | 28   |
| 3.2 Metode dan Desain Penelitian .....                    | 28   |
| 3.3 Waktu dan Tempat Penelitian .....                     | 31   |
| 3.4 Operasional Variabel.....                             | 31   |
| 3.5 Sumber Data dan Alat Pengumpulan Data.....            | 36   |
| 3.6 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel ..... | 38   |
| 3.7 Uji Instrumen Penelitian.....                         | 39   |
| 3.8 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis.....        | 39   |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....               | 43   |
| 4.1 Hasil Penelitian.....                                 | 43   |

|   |                                  |    |
|---|----------------------------------|----|
| 4.2   | Uji Instrumen Penelitian.....    | 45 |
| 4.3   | Uji Asumsi Klasik .....          | 47 |
| 4.4   | Pembahasan Hasil Penelitian..... | 56 |
| BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI ..... |                                  | 59 |
| 5.1   | Simpulan.....                    | 59 |
| 5.2   | Implikasi .....                  | 59 |
| 5.3   | Rekomendasi .....                | 60 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                            |                                  | 61 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN.....                          |                                  | 65 |
| RIWAYAT HIDUP.....                              |                                  | 80 |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....                               | 16 |
| Tabel 3.1 Operasional Variabel .....                               | 32 |
| Tabel 3.2 Klasifikasi TCR .....                                    | 40 |
| Tabel 4.1 Job Description Perusahaan Niamara .....                 | 45 |
| Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas .....                                | 46 |
| Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas .....                             | 46 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden .....                            | 47 |
| Tabel 4.5 Deskripsi Data Statistik .....                           | 48 |
| Tabel 4.6 persentase Skor Dimensi Search Engine Optimization ..... | 49 |
| Tabel 4.7 persentase Skor Dimensi Keputusan Pembelian.....         | 49 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov .....     | 51 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Linearitas .....                               | 52 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                     | 53 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....                 | 53 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji T .....                                       | 55 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....                   | 55 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1.1 Jumlah Pembeli Hijab Niamara Periode 2021-2022 ..... | 2  |
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....                             | 26 |
| Gambar 2.2 Paradigma Penelitian .....                           | 27 |
| Gambar 3.1 Alur Penelitian.....                                 | 29 |
| Gambar 4.1 Logo Perusahaan Niamara Hijab.....                   | 43 |
| Gambar 4.2 Struktur Organisasi .....                            | 44 |
| Gambar 4.3 Grafik P-Plot Uji Normalitas .....                   | 51 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|   |    |
|---|----|
| 1. Daftar Pertanyaan Wawancara .....        | 65 |
| 2. Kuisisioner Penelitian .....             | 65 |
| 3. Tabulasi Angket .....                    | 68 |
| 4. Karakteristik Responden .....            | 70 |
| 5. Uji Validitas .....                      | 70 |
| 6. Uji Reliabilitas .....                   | 73 |
| 7. Uji Asumsi Klasik .....                  | 74 |
| 8. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana ..... | 77 |
| 9. Tabel Nilai $r_{tabel}$ .....            | 78 |
| 10. Dokumentasi .....                       | 79 |

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdjul, F., Massie, J. D. D., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh content marketing, search engine optimization, and social media marketing terhadap keputusan pembelian mahasiswa FEB UNSRAT di e-commerce sociolla. *Jurnal EMBA*, 10 (3), 225-236.
- Akbar, M. A., & Alam S. N. (2020). *E-commerce dasar teori dalam bisnis digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Alimudin, A, & Purwantoro, G. (2022). *Digital marketing untuk UMKM*. Narotama University Press.
- Alwi, Rahmatsyah, H. W, & Hermina, N. (2022). Pengaruh search engine optimization, dan media sosial terhadap minat beli melalui e-service quality di e-commerce pada masa pandemic covid-19. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 24 (2), 346-354.
- Ayesha, I., Pratama, I.W.A., Hasan, S., Amaliyah., Effendi, N.I., Yusnanto, T., Diwyarthi, N.D.M.S., Utami, R.D., Firdaus, A., Mulyana, M., Fitriana., Norhidayati., & Egin, A.S. (2022). *Digital marketing (Tinjauan konseptual)*. PT Global Eksekutif Teknologi.
- Azhar, A.W., & Nasrun, H. (2020). *Menulis laporan penelitian bagi peneliti pemula*. CV Insan Cendikia Mandiri.
- Batjo. N. (2018). Penerapan komunikasi pemasaran terhadap perilaku dan putusan pembelian. *Journal Of Islamic Management and Bussines*, 1 (2), 9-40.
- Fadjarajani, S., Rosali, E. S., Patimah, S., Liriwati, F. Y., Nasrullah, Sriekaningsih, A., Daengs, A., Pinem, R. J., Harini, H., Sudirman, A., Ramlan., Falimu., Safriadi., Nurdiyani, N., Lamangida, T., Butarbutar, M., Wati, N. M. N., Rahmat, A., Citriadin, Y., Widiastutu, I., Efendi., & Nugraha, M. S. (2020). *Metodologi penelitian pendekatan multidisipliner*. Ideas Publishing.
- Fauzi., Nungsiyati., Renaldo, R., Muslihudin, M., Setiawan, P., Orlando, D., Wulandari, P., Hardiyumna, A. C., & Kurnia. (2022). *Konsep dasar memahami electronic bussines*. CV Adanu Abimata.

- Helsa, Y., & Arlis, S. 2020. *Seminar ke SD-an (Dalam pendidikan tinggi untuk penulisan skripsi dan tesis)*. Deepublish.
- Hutagalung, R. E. P. (2019). *Perbudakan modern anak buah kapal ikan (ABKI) asal Indonesia: Penanganan tindak pidana perdagangan orang dalam perspektif kepolisian*. LKPS.
- Indrasari. M. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- Kabani, S. H. (2012). *The zen of social media marketing*. Ben Bella Books.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2011). *Marketing an introduction*. Pearson.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., Kartajaya. H., & Setiawan. I. (2019). *Marketing 4.0 bergerak dari tradisional ke digital*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen pemasaran*. PT Indeks.
- Mahmudin, M., & Rahma, R. A. (2022). Penerapan teknik search engine optimization (SEO) pada website company (Studi kasus: www.sargentrack.com). *Jurnal Teknik Informatika Unis*, 10 (2), 144- 149.
- Matulesy, E. R., & Killian, V. (2023). Statistika deskriptif implementasi program imunisasi dasar lengkap di wilayah kerja dinas kesehatan Manokwari tahun 2022. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 5 (1), 3492-3499.
- Maula. Z. (2017). Pengaruh search engine optimization, media sosial, dan iklan berbasis internet terhadap keputusan pembelian online pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Samudra. [Tesis Magister, Universitas Sumatra Utara]. Universitas Sumatra Utara. <http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/6886>.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (1998). *Consumer behavior fifth edition*. Prentice Hall, Inc.
- Nisa, M. M., & W. M. A. D. I. (2022). Search engine optimization, integrated marketing communication, dan perceived value terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 1 (1), 49-58.

- Nurbawani, A. (2018). Pengaruh pemanfaatan teknologi search engine optimization (SEO) dan promosi penjualan terhadap jumlah penjualan buku secara online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Kewirausahaan Bisnis dan Manajemen*, 2 (1), 61-74.
- Pakpahan, A. F., Prasetyo, A., Gurning, E. S. N. K., Situmorang, R. F. R., Sipayung, T. P. D., Sesilia, A. P., Purba, P. P. R. B., Chaerul, M., Siagian, I. Y. V., & Rantung, G. A. J. (2021). *Metode penelitian ilmiah*. Yayasan Kita Menulis.
- Pambudi, A. S. (2018). Pengaruh pelatihan search engine optimization terhadap penjualan produk dengan penerapan search engine optimization sebagai variabel intervening. [Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta]. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/30202>.
- Pramudita, Y. D., Huzaini, & Solihin, F. (2019). Penerapan metode SEO on page pada web penjualan online untuk meningkatkan ranking SERP. *Jurnal Ilmiah NERO*, 4 (2), 125-133.
- Pratama, D. R. (2019). Analisis pengaruh brand image, country of origin, dan perceived value terhadap keputusan pembelian mobil Wuling Confero S (Studi pada dealers Wuling Motors di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 7 (2).
- Priati., Nurkumalawati, I., & Pangestu, A. P. P. (2022). Implementasi metode search engine optimization (SEO) pada situs web imigrasi Wonosobo. *INFOTECH Journal*, 8 (1), 41-52.
- Purnamasari, I., & Raharyani, A. E. (2020). Tingkat pengetahuan dan perilaku masyarakat Kabupaten Wonosobo tentang covid-19. *Jurnal Ilmiah Kesehatan*, 10 (1), 33-42.
- Putra, B. P. S. S. (2022). Pengaruh search engine optimization (SEO) on page terhadap jumlah traffic kunjungan website. [Skripsi, Universitas Bakrie Jakarta]. Universitas Bakrie. <http://repository.bakrie.ac.id/id/eprint/6334>.
- Rahman, S. (2020). *Jago membuat website dan SEO*. PT Alex Media Komputindo.



- Reynaldi. (2018). Pengaruh kinerja teknik search engine optimization (SEO) pada website PT. Jaya Bersama Saputra Perkasa. [Skripsi, Universitas Buddhi Dharma Tangerang]. Universitas Buddhi Dharma. <http://repository.buddhidharma.ac.id/id/eprint/848>.
- Rizki, M., & Wijaya. Z.R. (2022). Analisis keputusan pembelian kaos merk Welltraf di Cianjur. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2 (3), 177-188.
- Roflin, E., Liberty, I. A., & Pariyana. (2021). *Populasi, sampel, variabel dalam penelitian kedokteran*. PT Nasya Expanding Management.
- Sari, D. K., Pebrianggara, A., & Oetarjo, M. (2021). *Buku ajar digital marketing*. Umsida Press.
- Setyawan, B. B. (2019). Pengembangan sistem blog wisata berbasis panorama 360 dengan penilaian kriteria SEO. [Skripsi, Universitas Negeri Semarang]. UNNES Repository. <http://lib.unnes.ac.id/id/eprint/36811>.
- Silaen, S. (2018). *Metodologi penelitian sosial untuk penulisan skripsi dan tesis*. In Media.
- Siregar, B. G., & Hardana, A. (2021). *Metode penelitian ekonomi dan bisnis*. CV Merdeka Kreasi Group.
- Sofyan, A., Ferdianto, E., Rahmawati, R., & Aldi, R. K. (2019). Pengaruh search engine optimization dan riset kata kunci terhadap pendapatan toko online. *Indonusa Conference on Technology and Social Science*, 351-356.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Veglis, A., & Giomelakis, D. (2021). *Search engine optimization*. Aristotle University Of Thessaloniki.
- Werry, F. A. (2020). Pengaruh pemasaran digital dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. [Skripsi, Universitas Sanata Dharma]. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. <http://repository.usd.ac.id/id/eprint/36547>.
- Winarko. B. (2021). *Komunikasi pemasaran digital terpadu: Buku panduan praktis*. CV Amerta Media.
- Yesputra, R., Hutagalung, J. E, & Saputra, E. (2022). Workshop pemahaman search engine optimization untuk optimalisasi website desa di kabupaten batubara. *Jurnal Bangun Abdimas*, 1 (1), 29-39.