

**PENERAPAN SEO MENGGUNAKAN METODE *ON-PAGE* DAN
OFF-PAGE DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
(STUDI KASUS PADA *BLOG ARTICLE VOCASIA*)**

SKRIPSI

**Oleh:
Jhonatan Sinaga
201910325360**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Penerapan SEO Menggunakan Metode *On-Page* dan
Off-Page Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*
(Studi Kasus Pada Blog Article Vocasia)

Nama Mahasiswa : Jhonatan Sinaga

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325360

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Juli 2023

Jakarta, 24 Juli 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II



Agus Dharmanto, SE., MM
NIDN. 0305087310



Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, ST., MM
NIDN. 0329017202

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Penerapan SEO Menggunakan Metode *On-Page* dan
Off-Page Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*
(Studi Kasus Pada Blog Article Vocasia)
Nama Mahasiswa : Jhonatan Sinaga
Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325360
Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Juli 2023

Jakarta, 24 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Widi Winarso, SE., MM.
NIDN. 0319067606

Sekretaris Tim : Dr. Dewi Sri Woelandari P.G., S.E., M.Sc.
Penguji NIDN. 0303017106

Penguji : Agus Dharmanto, SE., MM.
NIDN. 0305087310

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dr. Hadita, S.Pd., M.M
NIDN. 0329048302

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA.
NIDN. 0310036407

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Penerapan SEO Menggunakan Metode *On-Page* dan *Off-Page* Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* (Studi Kasus Pada Blog Article Vocasia)” merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 21 Juli 2023
Yang membuat pernyataan,



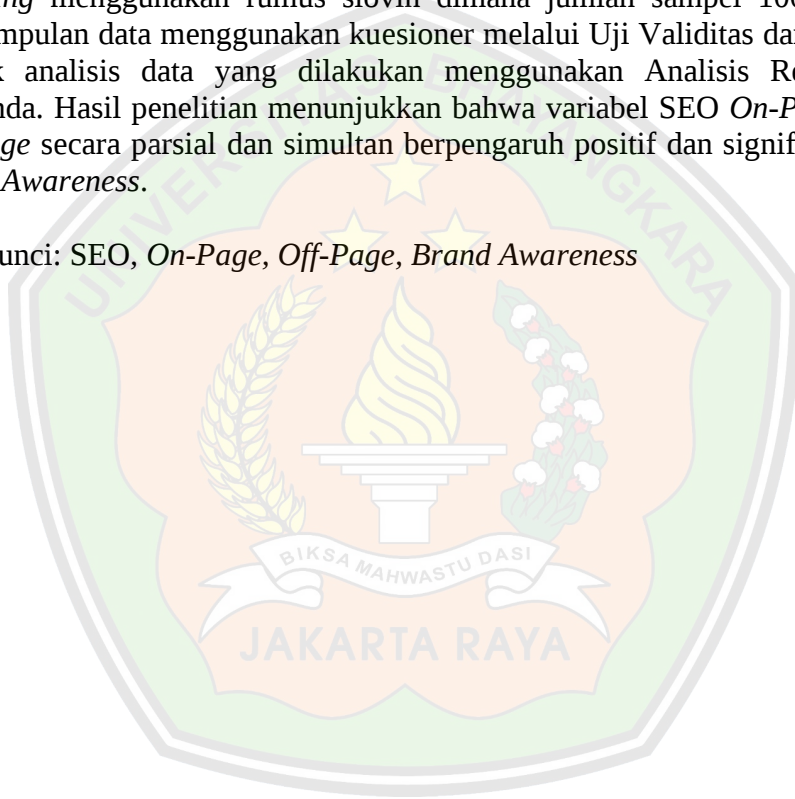
Jhonatan Sinaga
201910325360

ABSTRAK

Jhonatan Sinaga (201910325360). Penerapan SEO menggunakan Metode *On-Page* dan *Off-Page* Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* (Studi Kasus Pada Blog Article Vocasia).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Penerapan SEO *On-Page* dan *Off-Page* secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap *Brand Awareness*. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik yang digunakan adalah *Purposive Sampling* menggunakan rumus slovin dimana jumlah sampel 100 Responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui Uji Validitas dan Reliabilitas. Teknik analisis data yang dilakukan menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel SEO *On-Page* dan SEO *Off-Page* secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Awareness*.

Kata kunci: SEO, *On-Page*, *Off-Page*, *Brand Awareness*



ABSTRACT

Jhonatan Sinaga (201910325360). Implementation of SEO using On-Page and Off-Page Methods to Increase Brand Awareness (Case Study in the Article Vocasias Blog).

This study aims to determine whether the implementation of On-Page and Off-Page SEO partially and simultaneously affects Brand Awareness. This type of research is quantitative. The technique used is purposive sampling using the Slovin formula, where the number of samples is 100 respondents. Collecting data using a questionnaire through the Validity and Reliability test The data analysis technique used was multiple linear regression analysis. The results showed that the On-Page SEO and Off-Page SEO variables partially and simultaneously had a positive and significant effect on Brand Awareness.

Keywords: SEO, On-page, Off-Page, Brand Awareness



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas semua limpahan rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Penerapan SEO menggunakan Metode *On-Page* dan *Off-Page* Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* (Studi Kasus Pada Blog Article Vocasia)” dengan baik. Tujuan penulisan Laporan Tugas Akhir sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I Manajemen Program Studi Manajemen di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir, penulis memperoleh banyak dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Bambang Karsono, Drs., S.H., M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Hadita, S.Pd., MM, selaku Kaprodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Milda Handayani, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing Akademik kelas A5 Manajemen yang telah memberikan bimbingan selama masa perkuliahan.
5. Agus Dharmanto, SE., MM dan Fransciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, ST., MM, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah menyetujui dan membimbing materi skripsi penulis.
6. Widi Winarso, SE., MM dan Dr. Dewi Sri Woelandari P.G., S.E., M.Sc, yang telah menguji dan memberikan kritik serta saran yang membangun selama proses sidang skripsi.
7. PT Vocasia Eduka Technology yang telah memberikan izin riset penelitian untuk memenuhi tugas akhir bagi penulis.
8. Ilham Aulia Fahmy, Julian Nugroho, Dias Marendra yang telah menjadi narasumber sebagai pendukung dalam penulisan skripsi penulis.
9. Seluruh Bapak, Ibu, dan Saudara selaku Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta seluruh Staff Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah mendoakan dan mendukung para Mahasiswa/I selama proses penyusunan skripsi penulis.
10. Seluruh keluarga terutama Papa, Mama, dan Saudara/I kandung saya yang selalu memberikan kasih sayang, nasihat, doa, dukungan, serta semangat.
11. Teman – teman dan sahabat saya, yaitu Kezia Kartika Kahyono, Yehudha Rianto, Yose Christian, Louis Tambunan, serta seluruh teman – teman youth GBI Tambun City yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat.

12. Teman – teman seperjuangan dan bimbingan saya, yaitu Billy, Omar, Lulu, Fahmi, Anisa, Kelly serta teman – teman skripsi warrior ada rafi, taufik, mirza, ilham, dan tegar yang selalu bersama dalam proses bimbingan dan pengerjaan kepada dospem serta memberikan dukungan dan semangat.
13. Serta Teman – teman kelas Manajemen A5 yang telah memberikan doa, dukungan, dan semangat serta berjuang bersama dalam proses pengerjaan tahap akhir skripsi.
14. Dan tidak lupa, terima kasih kepada diri sendiri karena tak pernah menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini.

Terima kasih banyak atas semua yang terlibat sehingga tidak dapat disebutkan satu persatu dan akhirnya tugas akhir ini dapat selesai. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi, Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 27 Juni 2023

Penulis



Jhonatan Sinaga



DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Tugas Akhir.....	13
BAB II TELAAH PUSTAKA	15
2.1 Telaah Teoritis	15
2.1.1 Pemasaran	15
2.1.2 Blog Article.....	16
2.1.3 <i>Brand Awareness</i>	16
2.1.4 <i>SEO (Search Engine Optimization)</i>	21
2.2 Telaah Empiris	26
2.2.1 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Konseptual.....	35
2.3.1 Model Konseptual.....	36
2.4 Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Desain Penelitian	39
3.2 Populasi dan Sampel.....	40
3.2.1 Populasi.....	40
3.2.2 Sampel	40

3.3 Jenis dan Sumber Data.....	42
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya	43
3.4.1 Definisi Operasional Variabel	43
3.4.2 Skala Pengukuran	53
3.5 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	54
3.5.1 Metode Analisis Data	54
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	55
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda	56
3.5.4 Pengujian Hipotesis	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Profil Perusahaan	59
4.2 Visi Perusahaan.....	63
4.3 Misi Perusahaan.....	63
4.4 Hasil Penelitian	63
4.4.1 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner.....	63
4.5 Uji Kualitas Data	67
4.5.1 Uji Validitas.....	67
4.5.2 Uji Reliabilitas	69
4.6 Uji Asumsi Klasik	70
4.6.1 Uji Normalitas.....	70
4.6.2 Uji Multikolinieritas	71
4.6.3 Uji Heteroskedastisitas	72
4.7 Analisis Regresi Linear Berganda	73
4.8 Uji Hipotesis	75
4.8.1 Uji T (Parsial)	75
4.8.2 Uji F (Simultan).....	76
4.8.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	77
4.9 Hasil dan Pembahasan Penelitian	78
4.9.1 Pengaruh SEO <i>On-Page</i> terhadap <i>Brand Awareness</i>	78
4.9.2 Pengaruh SEO <i>Off-Page</i> terhadap <i>Brand Awareness</i>	79
4.9.3 Pengaruh SEO <i>On-Page</i> dan SEO <i>Off-Page</i> terhadap <i>Brand Awareness</i>	79
BAB V PENUTUP.....	81
5.1 Kesimpulan	81

5.2 Implikasi Manajerial	81
REFERENSI.....	83
LAMPIRAN.....	90



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Kategorisasi Skor DA & PA	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 3. 2 Skala Likert	54
Tabel 4. 1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner	63
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	65
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Akses Blog Article Vocasia.....	66
Tabel 4. 7 Uji Validitas	67
Tabel 4. 8 Uji Realibilitas	69
Tabel 4. 9 Uji Normalitas.....	71
Tabel 4. 10 Uji Multikolinieritas.....	72
Tabel 4. 11 Hasil Uji Linear Berganda	73
Tabel 4. 12 Hasil Uji T (Parsial)	75
Tabel 4. 13 Hasil Uji F (Simultan).....	76
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	77



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Data Pengguna Search Engine di Indonesia.....	1
Gambar 1. 2 Data startup edukasi yang populer di Indonesia.....	2
Gambar 1. 3 Duplikat Konten Artikel.....	6
Gambar 1. 4 Slug URL 404	7
Gambar 1. 5 Perbandingan DA & PA.....	8
Gambar 2. 1 Piramida Brand Awareness	18
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual	36
Gambar 2. 3 Model Konseptual	37
Gambar 3. 1 Data PT Vocasia.....	40
Gambar 4. 1 Logo Vocasia.....	60
Gambar 4. 2 Perusahaan Vocasia.....	61
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi Vocasia.....	62
Gambar 4. 4 Grafik Normal P-P Plot.....	70
Gambar 4. 5 Grafik Scatterplot	73



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Surat Konfirmasi Riset	91
Lampiran 2 Uji Plagiarisme	92
Lampiran 3 Uji Turnitin	93
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian.....	94
Lampiran 5 Tabulasi Data.....	101
Lampiran 6 Hasil Uji Olah Data SPSS 26	112
Lampiran 7 Tabel r.....	125
Lampiran 8 Tabel t.....	126
Lampiran 9 Tabel f.....	127
Lampiran 10 Uji Referensi Skripsi	128
Lampiran 11 Buku Bimbingan.....	136
Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup.....	137

