

# ***The Influence of Search Engine Optimization, Online Customer Review, and Free Alternative on Purchase Intention of Books on Gramedia Online Platform***

**By Mirsya Rosida**

## ***Abstract***

*This research uses quantitative method with the aim of proving the influence of search engine optimization, online customer review, and free alternative on purchase intention of books on Gramedia online platform. The study sample consists of 100 active college students in DKI Jakarta in 2023 and have visited or made book purchases on the Gramedia mobile application or website. Data were collected using purposive sampling techniques and analyzed using descriptive and inferential analysis techniques with the help of SmartPLS 3.29 software. This research obtained results that (1) search engine optimization has a positive and significant influence on purchase interest with an original sample value of 0.743; (2) online customer review has a positive and significant influence on purchase interest with an original sample value of 0.177; (3) free alternative do not influence purchase interest with an original sample value of 0.032. The Adjusted R Square result for purchase interest is 0.841, meaning that search engine optimization, online customer review, and free alternative together have a significant contribution to the purchase interest in books on the Gramedia online platform, amounting to 84.1%. Meanwhile, the remaining value of Adjusted R Square indicates that there is an influence of variables other than the three mentioned variables that is correlated with the purchase interest variable, amounting to the remaining value of 15.9%.*

**Keywords:** *search engine optimization, online customer review, free alternative, and purchase intention*

# **Pengaruh *Search Engine Optimization*, *Online Customer Review*, dan *Free Alternative* Terhadap Minat Pembelian Buku di Gramedia *Online Platform***

**Oleh Mirsya Rosida**

## **Abstrak**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tujuan untuk membuktikan adanya pengaruh *search engine optimization*, *online customer review*, dan *free alternative* terhadap minat pembelian buku di Gramedia *online platform*. Sampel dari penelitian ini menggunakan 100 responden yang merupakan mahasiswa aktif di DKI Jakarta pada tahun 2023 yang pernah mengunjungi atau melakukan pembelian buku di aplikasi atau *website* Gramedia. Pengambilan data menggunakan teknik *purposive sampling* dan dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif dan inferensial dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 3.29. Penelitian ini memperoleh hasil bahwa (1) *search engine optimization* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat pembelian dengan nilai *original sample* sebesar 0.743; (2) *online customer review* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat pembelian dengan nilai *original sample* sebesar 0.177; (3) *free alternative* tidak berpengaruh terhadap minat pembelian dengan nilai *original sample* sebesar 0.032. Hasil *R Square Adjusted* minat pembelian adalah 0.841 yang berarti bahwa *search engine optimization*, *online customer review*, dan *free alternative* secara bersama-sama memiliki kontribusi nyata terhadap minat pembelian buku di Gramedia *online platform* sebesar 84,1%. Sementara itu, sisa nilai dari *R Square Adjusted* mengindikasikan bahwa adanya pengaruh variabel lain selain dari ketiga variabel tersebut yang memiliki keterkaitan dengan variabel minat pembelian sebesar sisa nilai 15,9%.

**Kata kunci:** *search engine optimization*, *online customer review*, *free alternative*, dan minat pembelian