

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Peran *Search Engine Optimization* (SEO) Sebagai Media Promosi Dalam Menentukan *Brand Positioning* Di UD. Bintang Antik Sejahtera Marmer Tulungagung” ini ditulis oleh Arita Noviyanti, NIM. 126405201073, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas ekonomi dan bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, dibimbing oleh Dr. Refki Rusyadi, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan teknologi informasi dan internet yang telah mengubah cara bisnis beroperasi dan berinteraksi dengan pelanggan secara signifikan. Salah satu aspek penting dari perubahan ini adalah pergeseran dalam strategi promosi dan pemasaran dari metode konvensional ke metode digital. *Search Engine Optimization* (SEO) telah muncul sebagai salah satu strategi digital yang paling efektif dalam meningkatkan visibilitas online dan daya saing bisnis.

Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui implementasi strategi *search engine optimization* (SEO) dapat membantu dalam memperkuat *brand positioning* UD. Bintang Antik Sejahtera Marmer (2) untuk mengetahui cara optimalisasi *search engine optimization* (SEO) dalam menentukan *brand positioning* (3) untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas *search engine optimization* (SEO) dalam menentukan *brand positioning*.

Penelitian menggunakan penelitian kualitatif dengan penekatan studi deskriptif. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Penyajian dan analisis data berupa kata-kata atau penjelasan tertulis. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi.

Hasil penelitian ini adalah (1) Peranan implementasi strategi *search engine optimization* (SEO) melalui *Keyword Research* dan *optimasi On-off Page* dan sangat membantu perusahaan melakukan *brand positioning* (2) Optimalisasi *Search Engine Optimization* (SEO) Dalam Menentukan *Brand Positioning* menggunakan 3 tahapan seperti *Page Speed*, *Backlink* dan *Internalink*. (3) Faktor yang mempengaruhi efektivitas *Search Engine Optimization* (SEO) dalam menentukan *brand positioning* menggunakan 4 tahapan seperti konten kualitas, teknologi desain situs web, strategi kata kunci dan analisis dan penyesuaian.

Kata Kunci : Peran *Search Engine Optimization* (SEO), Media Promosi, *Brand Positioning*

ABSTRACT

The thesis under the title "The Role of Search Engine Optimization (SEO) as a Promotional Media in Determining Brand Positioning at UD. Bintang Antik Sejahtera Marmer Tulungagung". Written by Arita Noviyanti, NIM. 126405201073, Department of Sharia Business Management, Faculty of Islamic economics and business, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung, supervised by Dr. Refki Rusyadi, M.Pd.I.

The background of this research is the development of information technology and the internet which has changed the way of businesses operate and interact with customers significantly. One important aspect of this change is the shift in promotional and marketing strategies from conventional to digital methods. Search Engine Optimization (SEO) has emerged as one of the most effective digital strategies in increasing online visibility and business competitiveness.

The purpose of this research are (1) To know the implementation of search engine optimization (SEO) strategies can help strengthen UD's brand positioning. Bintang Antik Sejahtera Marmer (2) To know the way of optimizing search engine optimization (SEO) in determining brand positioning (3) To know the factors that influence the effectiveness of search engine optimization (SEO) in determining brand positioning.

The research uses qualitative research with descriptive study approach. Data collection in this research are interview, observation and documentation methods. Presentation and analysis of data in the form of words or written explanations. The data analysis technique used in this research uses triangulation techniques.

The results of this research are (1) The role of implementing search engine optimization (SEO) strategies through Keyword Research and On-off Page optimization and really helps companies carry out brand positioning (2) Optimizing Search Engine Optimization (SEO) in determining brand positioning using 3 stages such as Page Speed, Backlinks and Internallinks. (3) Factors that influence the effectiveness of Search Engine Optimization (SEO) in determining brand positioning using 4 stages such as quality content, website design technology, keyword strategy and analysis and adjustments.

Keywords: Role of Search Engine Optimization (SEO), Promotional Media, Brand Positioning