

## ABSTRAK

**Juniar Murpratiwi, 1950210075, Pengaruh *Search engine optimization (SEO)*, *Content marketing*, dan *Social media* terhadap Volume Peningkatan Penjualan Pada Produk Hijup.com, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Kudus 2024.**

Fakta meningkatnya jumlah pengguna internet di dunia saat ini berdampak pada pola konsumsi atau gaya belanja oleh masyarakat. Dulu sebelum adanya internet setiap orang yang ingin berbelanja suatu barang harus pergi ke toko atau ke gerai penjual. Namun sekarang budaya masyarakat sudah berbeda, dengan adanya internet pola konsumsi masyarakat sudah berubah yaitu dengan membeli barang melalui *website* penjual/*marketplace* tanpa perlu pergi ke toko sehingga transaksi pembelian lebih mudah dan praktis bahkan bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui masing-masing pengaruh variabel yang diuji yaitu *variable search engine optimization (SEO)*, *content marketing*, dan *social media* berpengaruh terhadap volume peningkatan penjualan pada produk Hijup.com baik secara simultan ataupun parsial.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan data primer dan sekunder. Penelitian ini berfokus pada pengambilan data seberapa pengaruh *search engine optimization*, *content marketing*, *social media* terhadap volume peningkatan penjualan. Pada penelitian ini dalam jenis penelitian yang digunakan adalah berupa *field research* dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Adapun sampel pada penelitian ini yaitu *non probability sampling* dengan pendekatan pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik yang digunakan untuk melakukan analisis yaitu dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan analisis Regresi Linier Berganda dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS 26.

**Kata Kunci : *SEO*, *Content marketing*, dan *Social media* , *Volume Penjualan***