

OPTIMALISASI *KEYWORD* GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK *FASHION* DENGAN METODE *WEIGHTED PRODUCT* STUDI KASUS : NM STYLE

Anantaya Putri Kinaryoshi¹, Aris Wahyu Murdiyanto², Ulfi Saidata Aesy³

INTISARI

Latar Belakang: NM Style merupakan bisnis fashion menengah keatas yang brandingnya melekat pada public figure Nabila Maharani. Dalam beberapa waktu terakhir mengalami penurunan penjualan yang disebabkan oleh kurang tepatnya target pasar yang dilakukan dalam pemasaran digital. Dibutuhkan bantuan keyword guna untuk menargetkan pelanggan potensial terhadap meningkatkan konversi penjualan produk NM Style dalam proses pemasarannya melalui sosial media.

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan rekomendasi alternatif *keyword* yang akan dipergunakan sebagai *point focus digital marketing* pada proses bisnis NM Style. Dengan *keyword* yang direkomendasikan diharapkan akan memperluas target pasar potensial dan meningkatkan penjualan produk *fashion* NM Style.

Metode Penelitian: Metode *weighted product* digunakan karena merupakan metode yang akan menghasilkan alternatif dengan menggunakan perhitungan perkalian disetiap bobot atribut yang sudah ditentukan.

Hasil: Penggunaan metode *weighted product* dalam menentukan keyword yang akan dipakai NM Style dalam memasarkan produknya dalam pemasaran digital berhasil menjangkau 3kali lipat pelanggan potensial dengan perbandingan bulan sebelumnya. Meningkatkan konversi penjualan produk dan menjangkau lebih banyak pelanggan potensial dengan target yang tepat.

Kesimpulan: Optimalisasi keyword dengan *weighted product* sangat dianjurkan untuk menentukan keyword apa saja yang akan digunakan untuk *point focus* pemasaran digital kedepannya.

Kata-kunci: *Keyword, Digital Marketing, Weighted Product, Product Fashion*

¹ Mahasiswa Program Studi (S-1) Sistem Informasi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

² Dosen Program Studi (S-1) Sistem Informasi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

³ Dosen Program Studi (S-1) Sistem Informasi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

OPTIMALISASI *KEYWORD* GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK *FASHION* DENGAN METODE *WEIGHTED PRODUCT* STUDI KASUS : NM STYLE

Anantaya Putri Kinaryoshi¹, Aris Wahyu Murdiyanto², Ulfi Saidata Aesy³

ABSTRACT

Background: *NM Style is an upper-middle-class fashion business that is branded with the public figure Nabila Maharani. In recent times, the business has experienced a decline in sales due to the lack of accuracy in targeting the market through digital marketing. The assistance of keywords is needed to target potential customers and increase the conversion of NM Style's product sales through social media marketing.*

Objective: *This research aims to generate alternative keyword recommendations to be used as a focal point in NM Style's digital marketing process. With the recommended keywords, it is expected to expand the potential target market and increase the sales of NM Style's fashion products.*

Method: *The weighted product method is used because it calculates the multiplication of predetermined attribute weights to generate alternatives*

Result: *The Implementation of the weighted product method in determining the keywords to be used by NM Style in their digital product marketing has resulted in a threefold increase in reaching potential customers compared to the previous month. Additionally, it has enhanced product sales conversion and effectively reached a larger number of potential customers with precise targeting.*

Conclusion: *Optimization of keywords through the weighted product method is strongly recommended for identifying the most effective keywords to be utilized in future digital marketing campaigns.*

Keywords: *Keyword, Digital Marketing, Weighted Product, Product Fashion*

¹ Mahasiswa Program Studi (S-1) Sistem Informasi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

² Dosen Program Studi (S-1) Sistem Informasi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

³ Dosen Program Studi (S-1) Sistem Informasi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.