

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI GOOGLE ADS UNTUK
MENINGKATKAN BRAND IMAGE DI HOTEL NIKKO BALI
BENOA BEACH**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**NYOMAN LOLAX BAGASKARA
NIM. 1915834114**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023**

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI GOOGLE ADS UNTUK MENINGKATKAN
BRAND IMAGE DI HOTEL NIKKO BALI BENOA BEACH**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**NYOMAN LOLAX BAGASKARA
NIM. 1915834114**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023**

SKRIPSI

IMPLEMENTASI GOOGLE ADS UNTUK MENINGKATKAN BRAND IMAGE DI HOTEL NIKKO BALI BENOA BEACH

Usulan Penelitian ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyusun skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali



POLITEKNIK NEGERI BALI

**NYOMAN LOLAX BAGASKARA
NIM. 1915834114**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023**


LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

IMPLEMENTASI GOOGLE ADS UNTUK MENINGKATKAN BRAND IMAGE DI HOTEL NIKKO BALI BENOA BEACH

Skripsi ini telah disetujui oleh para Dosen Pembimbing dan
Ketua Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali
pada Kamis, 28 Juli 2023

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Dr. I Gede Mudana, M. Si
NIP. 196412021990111001


Dr. Ni Putu Wiwiek Ary Susyarini, SE., MM
NIP. 198009032008122002

Mengetahui,
Ketua Jurusan Pariwisata
Politeknik Negeri Bali



Prof. Ni Made Ernawati, MATM., Ph.D
NIP. 196312281990102001

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul:

IMPLEMENTASI GOOGLE ADS UNTUK MENINGKATKAN BRAND IMAGE DI HOTEL NIKKO BALI BENOA BEACH

yang disusun oleh **Nyoman Lolax Bagaskara (NIM 1915834114)**
telah dipertahankan dalam **Sidang Skripsi** di depan Tim Penguji
pada hari **Senin** tanggal **14 Agustus 2023**

	Nama Tim Penguji	Tanda Tangan
Ketua	Dr. Ni Putu Wiwiek Ary Susyarini, SE., MM NIP. 198009032008122002	
Anggota	Putu Gita Suari Miranti, S. Si, M. Si NIP. 198611292022032004	
Anggota	I Gusti Agung Mas Krisna Komala Sari, S. Si, M. Si NIP. 198809282014042001	

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

Mengetahui,
Ketua Jurusan Pariwisata
Politeknik Negeri Bali,



Prof. Ni Made Ernawati, MATM., Ph.D
NIP. 196312281990102001



POLITEKNIK NEGERI BALI

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI BALI**

Jalan Kampus Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali – 80364
Telp. (0361) 701981 (hunting) Fax. 701128
Laman: www.pnb.ac.id Email: poltek@pnb.ac.id

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nyoman Lolax Bagaskara
NIM : 1915834114
Program Studi : Manajemen Bisnis Pariwisata
Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul:

**“Implementasi Google Ads untuk Meningkatkan Brand Image di Hotel
Nikko Bali Benoa Beach”**

benar bebas dari plagiat. Apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Badung, 14 Agustus 2023
Yang membuat pernyataan,



Nyoman Lolax Bagaskara

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "*Google ads dalam Meningkatkan Brand image pada Hotel Nikko Bali Benoa Beach*". Laporan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada program studi Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi *Google ads* dapat membantu dalam meningkatkan *brand image* pada Hotel Nikko Bali Benoa Beach. Dalam laporan skripsi ini, penulis juga membahas tentang pengertian *brand image* dan pentingnya membangun *brand image* bagi keberlangsungan perusahaan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan baik secara materiil maupun moral selama penyusunan laporan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. I Nyoman Abdi, S.E., M.eCom. selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis untuk melaksanakan perkuliahan di kampus Politeknik Negeri Bali.

2. Prof. Ni Made Ernawati, MATM.,Ph.D selaku Ketua Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan pedoman dan arahan selama penulis melaksanakan perkuliahan.
3. Dra. Ni Nyoman Triyuni, MM selaku Ketua Prodi Manajemen Bisnis Pariwisata yang telah memberikan begitu banyak panduan, dorongan, dan masukan dalam melaksanakan penyusunan Skripsi ini.
4. Dr. I Gede Mudana, M. Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan pandangan, arahan, motivasi dan senantiasa meluangkan waktunya untuk membimbing penulis demi kelancaran penyusunan Usulan Penelitian ini dari tahap awal hingga akhir.
5. Dr. Ni Putu Wiwiek Ary Susyarini, SE., MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan saran, dukungan, dan bimbingan kepada penulis agar dapat menyelesaikan Usulan Penelitian ini dengan baik dan tepat waktu.
6. Seluruh staf Hotel Nikko Bali Benoa Beach khususnya di bagian *Sales and Marketing Department* yang telah bersedia memberikan kesempatan dan informasi yang berkaitan dengan usulan penelitian ini.
7. I Wayan Lanta dan Ni Nyoman Obi Setiti S.pd sebagai kedua orang tua terkasih, yang selalu memberikan dukungan dan motivasi dalam bentuk fisik maupun doa sehingga penelitian ini dapat selesai tepat waktu.
8. A.A Ayu Rai Sukma Dewi, S.E. selaku partner yang selalu membantu dan mendampingi dalam menyelesaikan penelitian ini

9. Semua teman-teman dari Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan inspirasi kepada penulis.

Usulan Penelitian ini masih jauh dari sempurna mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran untuk perbaikan penulisan selanjutnya. Penulis berharap proposal ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih, dan mohon maaf apabila ada kesalahan dalam melakukan penulisan.

Badung, 2 Maret 2023

Nyoman Lolax Bagaskara



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

ABSTRAK

Bagaskara, Nyoman Lolax. (2023). *IMPLEMENTASI GOOGLE ADS UNTUK MENINGKATKAN BRAND IMAGE DI HOTEL NIKKO BALI BENOA BEACH*. Skripsi : Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali.

Skripsi ini telah disetujui dan diperiksda oleh Pembimbing I: Dr. I Gede Mudana, M. Si. dan Pembimbing II: Dr. Ni Putu Wiwiek Ary Susyarini, SE., MM.

Kata Kunci: *Google ads, Brand Image*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh implementasi penerapan *google ads* dalam meningkatkan *brand image* pada Hotel Nikko Bali Benoa Beach dan mengetahui pengaruh implementasi kontribusi *google ads* dalam meningkatkan *brand image* pada Hotel Nikko Bali Benoa Beach. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, observasi, dokumentasi dan wawancara. Populasi menggunakan responden yang pernah melihat iklan *google ads* Hotel Nikko Bali Benoa Beach dan sampel sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuisisioner. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, anaisis regresi linier sederhana, uji koefisien determinasi, dan uji t. Dari hasil penelitian diperoleh hasil yaitu *google ads* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image*, dimana diperoleh nilai t hitung sebesar 10,130 dan nilai sig sebesar 0,000. Saran yang dapat diberikan olah peneliti adalah Nikko Bali Benoa Beach dalam meningkatkan *brand image* diharapkan untuk selalu berupaya mempertahankan dan meningkatkan implementasi *google ads*, dengan membuat konten yang berkualitas dan berisikan informasi yang lengkap serta mudah dipahami, selain itu juga perlu menggunakan desain *template* yang menarik dan mudah diterima oleh konsumen.


POLITEKNIK NEGERI BALI

ABSTRACT

Bagaskara, Nyoman Lolax. (2023). *Google Ads Implementation In Increasing Brand Image At Hotel Nikko Bali Benoa Beach*.

Undergraduate Thesis : Tourism Business Management Study Program, Tourism Department, Bali State Polytechnic

This Undergraduate Thesis has been supervised and approved by Supervisor I: Dr. I Gede Mudana, M. Si and Supervisor II: Dr. Ni Putu Wiwiek Ary Susyarini, SE., MM

Keywords: Google Ads, Brand Image 

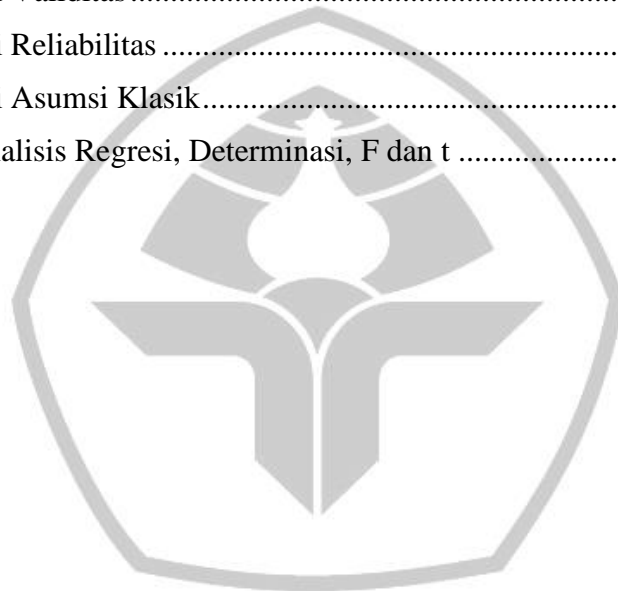
This study aims to determine the effect of implementing google ads in increasing brand image at Hotel Nikko Bali Benoa Beach and to determine the effect of implementing google ads contribution in increasing brand image at Hotel Nikko Bali Benoa Beach. Data collection methods used are questionnaires, observation, documentation and interviews. The population uses respondents who have seen Google ads ads for Hotel Nikko Bali Benoa Beach and a sample of 100 respondents. Methods of data collection using a questionnaire. Data analysis techniques used validity test, reliability test, classic assumption test, simple linear regression analysis, coefficient of determination test, and t test. From the research results, it was found that Google ads had a positive and significant effect on brand image, where the t value was 10.130 and the sig value was 0.000. The advice that can be given by researchers is that Nikko Bali Benoa Beach in improving the brand image is expected to always try to maintain and improve the implementation of Google ads, by creating quality content that contains complete and easy-to-understand information, besides that it is also necessary to use an attractive template design and easily accepted by consumers.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Hotel.....	8
2.1.2 Digital Marketing.....	9
2.1.3 <i>Brand image</i>	12
2.1.4 <i>Google ads</i>	17
2.2 Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya.....	21
2.3 Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Lokasi Penelitian	26
3.2 Objek Penelitian	26
3.3 Identifikasi Variabel	26

3.4 Definisi Operasional Variabel	27
3.5 Jenis dan Sumber data	28
3.5.1 Jenis Data	28
3.5.2 Sumber Data	29
3.6 Metode Penentuan Sampel	30
3.7 Metode pengumpulan data	32
3.8 Teknik Analisis Data	34
3.8.1 Uji Validitas	35
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	35
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	36
3.8.4 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	37
3.8.5 Uji Koefisien Determinasi.....	38
3.8.6 Uji Hipotesis	38
3.8.7 Analisis Deskriptif Kualitatif	40
BAB IV PEMBAHASAN.....	41
4.1 Gambaran Umum	41
4.1.1 Sejarah Hotel Nikko Bali Benoa Beach.....	41
4.1.2 Fasilitas Hotel Nikko Bali Benoa Beach	42
4.1.3 Struktur Organisasi Hotel Nikko Bali Benoa Beach	57
4.2 Hasil Penelitian.....	76
4.2.1 Karakteristik Responden	81
4.2.2 Hasil Uji Kualitas Instrumen Penelitian	84
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	86
4.2.4 Hasil Analisis Regresi Sederhana.....	89
4.2.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi	91
4.2.6 Hasil Uji Hipotesis Uji t	91
4.2.7 Pembahasan Hasil Penelitian	76
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	95
5.1. Simpulan.....	95
5.2. Saran.....	96

DAFTAR PUSTAKA	38
LAMPIRAN.....	42
Lampiran 1. Wawancara.....	42
Lampiran 2. Kuisisioner.....	44
Questionnaire Appendix.....	47
Lampiran 3. Tabulasi Data	50
Lampiran 4. Statistik Deskriptif	56
Lampiran 5. Uji Validitas	57
Lampiran 6. Uji Reliabilitas	59
Lampiran 7. Uji Asumsi Klasik.....	60
Lampiran 8. Analisis Regresi, Determinasi, F dan t	62



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tabel Skala Likert.....	32
Tabel 3. 2 Tabel kalsifikasi daftar pertanyaan wawancara berdasarkan indicator <i>google ads</i>	34
Tabel 4. 1 Tabel Tipe Kamar	43
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	82
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	82
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pengunjung	83
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Kunjungan	83
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas	84
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas	85
Tabel 4. 8 Uji Normalitas Data	86
Tabel 4. 9 Uji Linearitas	87
Tabel 4. 10 Uji Heteroskedastisitas	88
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Regresi Sederhana	90
Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	91
Tabel 4. 13 Hasil Uji t	91



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo Hotel Nikko Bali Benoa Beach (Sumber: company profile Hotel Nikko Bali Benoa Beach).....	41
Gambar 4. 2 Nikko Bali Benoa Beach (Sumber: company profile Hotel Nikko Bali Benoa Beach)	42
Gambar 4. 3 Deluxe Room Hotel Nikko Bali Benoa Beach Sumber: company profile Hotel Nikko Bali Benoa Beach.....	44
Gambar 4. 4 Kamar Deluxe Garden Room Hotel Nikko Bali Benoa Beach (Sumber: company profile Hotel Nikko Bali Benoa Beach)	45
Gambar 4. 5 Kamar Deluxe Ocean Room Hotel Nikko Bali Benoa Beach Sumber: company profile Hotel Nikko Bali Benoa Beach	45
Gambar 4. 6 Kamar Deluxe Family Room Hotel Nikko Bali Benoa Beach Sumber: company profile Hotel Nikko Bali Benoa Beach	46
Gambar 4. 7 Kamar Ocean View Suite Hotel Nikko Bali Benoa Beach	47
Gambar 4. 8 Kamar Ocean View Suite Premier Hotel Nikko Bali Benoa Beach.....	47
Gambar 4. 9 Kamar Family Suite Hotel Nikko Bali Benoa Beach Sumber: company profile Hotel Nikko Bali Benoa Beach	48
Gambar 4. 10 Kamar Ocean Front Suite Hotel Nikko Bali Benoa Beach Sumber: company profile Hotel Nikko Bali Benoa Beach	49
Gambar 4. 11 Kamar Ocean Rooftop Suite Hotel Nikko Bali Benoa Beach	50
Gambar 4. 12 Restaurant Nagisa Izakaya Hotel Nikko Bali Benoa Beach	50
Gambar 4. 13 Restaurant Giorgio Italia Ristorante Pizzeria Hotel Nikko Bali Benoa Beach.....	51
Gambar 4. 14 Aloha bar Hotel Nikko Bali Benoa Beach	52
Gambar 4. 15 Grand Benoa Resto Hotel Nikko Bali Benoa Beach	52
Gambar 4. 16 Restaurant Bali Luna Hotel Nikko Bali Benoa Beach	53
Gambar 4. 17 By the C Beachside Bar Hotel Nikko Bali Benoa Beach	53
Gambar 4. 18 Samudra Lounge Hotel Nikko Bali Benoa Beach.....	54
Gambar 4. 19 Mandalika Meeting Room Hotel Nikko Bali Benoa Beach.....	55
Gambar 4. 20 Winangsia Meeting Room Hotel Nikko Bali Benoa Beach	55
Gambar 4. 21 Penida Meeting Room Hotel Nikko Bali Benoa Beach	56
Gambar 4. 22 The Spa Hotel Nikko Bali Benoa Beach	56
Gambar 4. 23 Organization chart Sales & Marketing	58

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hotel Nikko Bali Benoa Beach merupakan hotel yang berlokasi pada Tanjung Benoa memiliki daya tarik *water sports* yang terkenal di Bali. Hotel ini memiliki beberapa tipe kamar yang ditawarkan antara lain *Deluxe Room, Deluxe Garden Room, Deluxe Ocean Room, Deluxe Family, Ocean View Suite, Ocean View Suite Premiere, Family Suite, Oceanfront Suite, Oceanfront Rooftop Suite*.

Tabel 1. 1 *Occupancy Hotel Nikko Bali Benoa Beach tahun 2022*

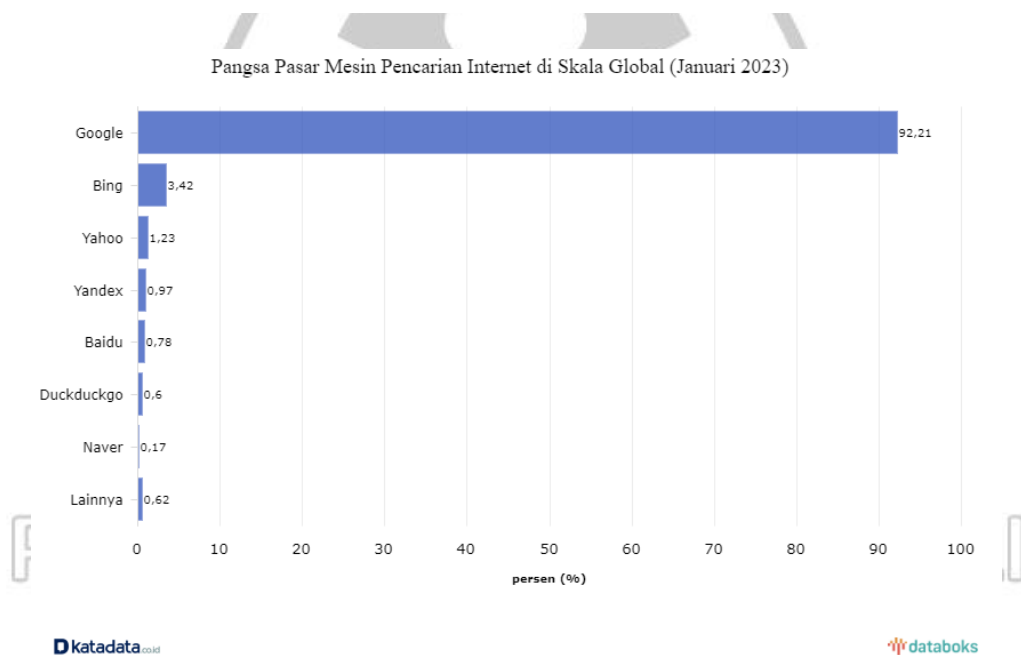
Bulan	Occupancy	Kamar Terjual
Januari	5,63%	328
Februari	5,38%	283
Maret	10,83%	631
April	8,00%	451
Mei	31,91%	1.860
Juni	26,77%	1.510
Juli	37,08%	2.161
Agustus	38,32%	2.233
September	36,22%	2.043
Oktober	29,63%	1.727
November	39,82%	2.246
Desember	54,87%	3.198
Rata-rata	27,21%	18.671

Sumber: Sales and Marketing Department Hotel Nikko Bali Benoa Beach

Dapat dilihat dari tabel 1.1 bahwa kunjungan wisatawan yang menginap pada Hotel Nikko Bali Benoa Beach meningkat. Dari bulan februari dengan jumlah penjualan kamar terkecil dengan angka 283 kamar dan occupancy 5,38% meningkat

dari bulan ke bulan hingga penjualan tertinggi di bulan Desember dengan angka 3.198 kamar dengan 54,87% occupancy.

Mesin pencari atau search engine sangat penting bagi pengguna internet karena merupakan suatu aplikasi yang harus ada, karena pada umumnya internet digunakan untuk mencari sesuatu di dunia maya. Mesin pencari atau search engine adalah aplikasi computer yang dibuat khusus untuk menemukan berkas-berkas yang tersimpan dalam layanan *world wide web* (www). Salah satu mesin pencari populer hingga saat ini adalah google.



We Are Social dan *Hootsuite* mengatakan, Google merupakan mesin pencarian atau search engine terpopuler global. Per Januari 2023, pangsa pasar mesin pencarian milik Alphabet Inc. ini mencapai 92,21%. Selain mendominasi, pangsa pasar

mesin pencarian Google juga meningkat 0,9% dari setahun sebelumnya (*year-on-year/yoy*). Di peringkat kedua ada Bing yang memiliki pangsa pasar mesin pencarian 3,42%. Selanjutnya, ada Yahoo dan Yandex dengan pangsa pasar masing-masing 1,23% dan 0,97%. Kemudian, pangsa pasar mesin pencarian Baidu sebesar 0,78%. Lalu, diikuti oleh mesin pencarian Duckduckgo 0,6% dan Naver 0,17%. Sisanya, pangsa pasar dari mesin pencarian lainnya sebesar 0,62%. Adapun laporan We Are Social juga menunjukkan bahwa jenis situs yang paling banyak dikunjungi pengguna internet adalah situs obrolan dan pesan, jejaring sosial, mesin pencari dan portal situs, *marketplace*, e-mail, hingga musik.

Tabel 1. 2 Best Value Hotel di Benoa 2023

No	Nama Hotel
1	Grand Mirage Hotel Resort & Thalasso Spa Bali
2	Conrad Bali
3	The Sakala Resort Bali
4	Novotel Bali Benoa
5	Sol by Melia Benoa Bali
6	Hotel Nikko Bali Benoa Beach

Sumber: TripAdvisor

Google *AdWords* dapat memudahkan para wisatawan untuk mencari hotel yang sesuai dengan kategori yang diinginkan oleh wisatawan, akan tetapi dari pihak hotel harus mampu mencari kata kunci yang akan digunakan agar nama Hotel Nikko Bali Benoa Beach muncul paling atas pada saat pencarian di google. Seperti yang terlihat pada Tabel 1.1 merupakan keyword *google ads* yang di mana terdapat 6 hotel bintang 5 yang masuk dalam kategori. Dengan urutan nomor 1 yaitu Grand Mirage Hotel Resort

& Thalasso Spa Bali dan di urutan nomor 6 terdapat Hotel Nikko Bali Benoa Beach yang memperoleh kategori dalam pencarian SEO dalam keyword the best value hotel in Benoa.

Model pemasaran konvensional beralih ke model pemasaran modern yaitu digital marketing. Irma (2021) menjelaskan bahwa pada dasarnya digital marketing adalah sebuah kegiatan mempromosikan produk atau jasa (branding) yang dilakukan lewat website maupun media sosial. Lebih 4 terincinya digital marketing adalah kegiatan pemasaran dengan menggunakan teknologi yang ada sekarang atau lewat digital. Pentingnya peran Sales and Marketing Department dalam rangka membangun maupun mengembangkan brand awareness yang positif merupakan salah satu tujuan perusahaan, maka Sales and Marketing Department harus melakukan kegiatan promosi melalui media sosial yang diharapkan dapat menjadi faktor utama dalam meningkatkan serta mempertahankan *brand image*.

Google ads atau disebut juga sebagai *Google AdWords* merupakan sebuah program periklanan yang memungkinkan pengiklan untuk memunculkan informasi dan tautan (link) menuju situs si pengiklan. Informasi dan tautan ini dimunculkan pada laman hasil pencarian di Google (Google Search Engine Result Page/SERP).

Meningkatnya persaingan di zaman yang modern ini membuat para pengusaha berusaha lebih lagi dalam mendapatkan konsumen tidak hanya terbatas pada kegunaan produk saja tetapi juga berkaitan dengan merek yang mampu memberikan citra khusus bagi konsumen (Pujiadi, 2010). Perusahaan harus menciptakan strategi pemasaran yang lebih kreatif dan inovatif agar produk dan jasa tersebut memiliki citra merek

(brand image) bagi konsumen. Konsumen dengan citra positif terhadap suatu merek, lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian (Setiadi, 2013).

Tabel 1.3 Hotel bintang 5 dengan ulasan terbaik di tanjong benoa 2023

No	Nama Hotel
1	The Sakala Resort Bali
2	Grand Mirage Resort & Thalasso Spa - Bali
3	The Nest Hotel Nusa Dua
4	Hotel Nikko Bali Benoa Beach
5	Novotel Bali Benoa
6	Sol by Melia Benoa Bali

Sumber: TripAdvisor

Ulasan merupakan hal penting bagi Hotel Nikko Bali Benoa Beach untuk menjaga brand image, dapat dilihat pada tabel 1.3 dimana Hotel Nikko Bali Benoa Beach berada di urutan nomor 4 dengan klasifikasi hotel bintang 5 dengan ulasan terbaik di tanjong benoa.

Berdasarkan fenomena yang diuraikan di atas, dapat dilihat pada tabel 1.2 total occupancy di tahun 2022 pada Hotel Nikko Bali Benoa Beach hanya sebesar 27,21% dan kamar terjual sejumlah 18.671. Dengan adanya *google ads* diharapkan dapat menarik keinginan wisatawan untuk berkunjung ke Hotel Nikko Bali Benoa Beach karena hampir semua orang saat ini menggunakan mesin pencarian google untuk mencari informasi yang diharapkan dapat memberikan sebuah strategi pemasaran dengan kata kunci ataupun media lainnya, sehingga para wisatawan dapat dengan mudah menemukan klasifikasi hotel yang diinginkan. Hal ini juga dapat membantu meningkatkan penjualan pada Hotel Nikko Bali Benoa Beach karena wisatawan dapat dengan mudah mencari di pencarian google terutama pada wisatawan mancanegara

yang baru pertama kali ke Bali, para wisatawan dapat lebih mudah mencari tahu hotel sesuai keinginan wisatawan karena *google ads* akan mencantumkan deskripsi pada hotel Hotel Nikko Bali Benoa Beach dan juga dapat melihat hotel yang akan dikunjungi tersebut memiliki brand image yang bagus atau tidak melalui komentar atau ulasan dari pengunjung sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan oleh penulis, penulis tertarik untuk mengangkat judul **“IMPLEMENTASI GOOGLE ADS UNTUK MENINGKATKAN BRAND IMAGE DI HOTEL NIKKO BALI BENOA BEACH”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Implementasi Google Ads di Hotel Nikko Bali Benoa Beach.
2. Bagaimana pengaruh Implementasi Google Ads di Hotel Nikko Bali Benoa Beach.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis implementasi penerapan *google ads* untuk meningkatkan *brand image* pada Hotel Nikko Bali Benoa Beach.

2. Untuk menganalisis pengaruh implementasi *google ads* untuk meningkatkan *brand image* pada Hotel Nikko Bali Benoa Beach.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi serta wawasan bagi penulis, serta dapat menjadi pengalaman peneliti dalam mengaplikasikan ilmu dan teori yang telah diperoleh di kampus selama perkuliahan.

2. Bagi Politeknik Negeri Bali

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi terhadap penelitian selanjutnya.

3. Bagi Hotel Nikko Bali Benoa Beach

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi informasi tambahan dan masukan yang objektif serta dapat menjadi bahan masukan mengenai implementasi *google ads* dalam meningkatkan *brand image* pada

hotel.BAB II

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang dilakukan, maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

Implementasi *google ads* di Hotel Nikko Bali Benoa Beach sudah dilaksanakan dan mampu memberikan dampak positif terhadap *brand image* seperti membangkitkan keinginan konsumen untuk mengetahui lebih lanjut mengenai hotel, menyampaikan keunggulan produk untuk menarik perhatian konsumen, mempertahankan attention/ perhatian konsumen terhadap produk, meningkatkan keinginan konsumen untuk memiliki produk atau jasa yang ditawarkan, serta mengukur tingkat keberhasilan atau efektivitas strategi promosi *Sales and Marketing Department* setelah mengimplementasikan *google ads* untuk meningkatkan *brand image* pada Hotel Nikko Bali Benoa Beach.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil bahwa implementasi marketing *google ads* berpengaruh positif signifikan terhadap peningkatan *brand image* Pada Hotel Nikko Bali Benoa Beach. Dan diperoleh juga bahwa implementasi *google ads* dapat meningkatkan *brand image* sebesar 50,7 persen, sisanya sebesar $(100\% - 50,7\%) = 49,3$ persen dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

5.2. Saran

Berdasarkan simpulan diatas maka dalam penelitian ini dapat diajukan saran- saran sebagai berikut:

Bagi pihak Nikko Bali Benoa Beach dalam meningkatkan *brand image* diharapkan untuk selalu berupaya mempertahankan dan meningkatkan implementasi marketing *google ads*, dengan membuat konten yang berkualitas dan berisikan informasi yang lengkap serta mudah dipahami, selain itu juga perlu menggunakan desain *template* yang menarik dan mudah diterima oleh konsumen.

Bagi Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengkaji faktor-faktor lainnya yang dapat mempengaruhi *brand image* selain marketing *google ads*, untuk meningkatkan *brand image* selain *google ads*. Serta itu perlu adanya penambaham jumlah sampel dan memperluas ruang lingkup penelitian pada perusahaan yang sejenis



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

- Ajjah, J. H., & Selvi, E. (2021). Pengaruh kompetensi dan komunikasi terhadap kinerja perangkat desa. *Jurnal Manajemen*, 232-236.
- Ariska, M., Fahru, M., & Kusuma, J. (2014-2019). Leverage, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas dan Pengaruhnya Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Sektor Pertambangan di Bursa Efek Indonesia. *Revenue: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 133-142.
- Baguna, S., & Lambey. (2018). Ipteks Kebijakan Pemberian Fasilitas Kredit Di Hotel Four Points By Sheraton Manado. *Baguna, Stacy Englyn & Lambey*, 43-47. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/294166-ipteks-kebijakan-pemberian-fasilitas-kre-1c1fcb40.pdf>
- Bilgin, Y. (2018). The Effect of Social mediaMarketing Activities on Brand Awareness, Brand Image and Brand Loyalty. *Business & Management Studies: an International Journal*, 128–148.
- Candra Dewi, L. k., Widagdo, S., Martini, L. B., & Suardana, I. R. (2022). Pengaruh Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Keputusan Wisatawan Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 1-28.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS "Edisi Sembilan". Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hartini, S. (2020). Pengaruh Google AdWords Terhadap Brand Image Pada Industri Pariwisata: Studi Kasus Pada Hotel Novotel Solo. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 128-138.
- Imron. (2019, Juni 1). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV Meubele Berkah Tangerang. *IJSE – Indonesian Journal on Software Engineering*, 5, 19-28. Retrieved from ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ijse
- Irma, N. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing and Decision to Patronize of Muslim Friendly Hotel. *Journal of Management & Muamalah*, 1-17.
- lestari, i. r., meidiyustiani, r., & natalia, d. (2021, juli-agustus). Pemanfaatan *Google ads* Sebagai Penunjang Bisnis Umkm Dimasa Pandemi Covid-19. *Jurnal PKM: Pengabdian kepada Masyarakat*, 4, 376-383.
- Lina, R. &. (2018). Pengaruh Google AdWords terhadap Brand Image Perusahaan: Studi Kasus Restoran Sushi Hiro. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 22-33.
- Lomboan, S. (2013). The Impact Of Celebrity Endorsement On Brand Image. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1-8.
- Mabkhot, H. A. (2017). The Influence of Brand Image and Brand Personality on Brand Loyalty, Mediating by Brand Trust: An Empirical Study. *Jurnal Pengurusan*, 1-12.

Putra, M. I., Suharyono, & Abdillah, Y. (2014, juli). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 12, 1-10.

Putra, M. K. (2018). Manfaat Google AdWords Sebagai Media Periklanan Produk Berbasis Daring Terhadap Masyarakat Generasi Z. *Jurusan Teknik Informatika, Universitas Komputer Indonesia*, 1-7.

Rakhmawati, N., & Hadi, W. (2015). Peranan Higiene dan Sanitasi dalam Proses Pengolahan Makanan di Hotel Brongto Yogyakarta. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 79-87. Retrieved from <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/khasanah/article/view/527/419>

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *Bandung: Alfabeta.*

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta.

Sugiyono, & Susanto, A. (2015). Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel. *CV Alfabeta.*

Tong, X., & Hawley, J. (2018). The impact of Google AdWords on brand equity. *Journal of Interactive Advertising*. 139-149.

wijaya, J. A., & hendrawan, e. (2022). Pengaruh Promosi, Fitur, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pemilihan *Google ads* Sebagai Digital Marketing. *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, 1-10.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI