

**STRATEGI PENINGKATAN *TRAFFIC* PENJUALAN PADA WEBSITE BISNIS
MELALUI *TARGETING SEARCH NETWORK CAMPAIGN*
IKLAN *GOOGLE ADSENSE*
STUDI PADA KLIEN PERIKLANAN M-ONETECH JOMBANG**

SKRIPSI



**Oleh:
Femilia Nur Laili
NIM: 3118024**

**PROGRAM STUDI S-1 ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS BISNIS DAN BAHASA
UNIVERSITAS PESANTREN TINGGI DARUL 'ULUM
JOMBANG**

2022

**STRATEGI PENINGKATAN *TRAFFIC* PENJUALAN PADA WEBSITE
BISNIS MELALUI *TARGETING SEARCH NETWORK CAMPAIGN* IKLAN
GOOGLE *ADSENSE* STUDI PADA KLIEN PERIKLANAN M-ONETECH
JOMBANG**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan

Program Studi Ilmu Administrasi Niaga (S1) dan mencapai gelar

Sarjana Administrasi Bisnis



Oleh:
Femia Nur Laili
NIM: 3118024

PROGRAM STUDI S-1 ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS BISNIS DAN BAHASA

UNIVERSITAS PESANTREN TINGGI DARUL 'ULUM

JOMBANG

2022

ii

LEMBAR PERSETUJUAN

**STRATEGI PENINGKATAN TRAFFIC PENJUALAN PADA WEBSITE
BISNIS MELALUI TARGETING SEARCH NETWORK CAMPAIGN IKLAN
GOOGLE ADSENSE STUDI PADA KLIEN PERIKLAMAN M-ONETECH
JOMBANG**

Oleh
Pemilia Nur Laili
NIM : 3118024

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing :

Dosen Pembimbing I,


H.M. Zahrul Jihad S.H M.Si
M.Si
Tanggal :

Dosen Pembimbing II,


Abid Datul Mukhoyroh, S.Sos.
Tanggal:

Mengetahui,
Ketua Program Studi :

Abid Datul Mukhoyroh, S.Sos., M.Si

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI PENINGKATAN *TRAFFIC* PENJUALAN PADA WEBSITE
BISNIS MELALUI *TARGETING SEARCH NETWORK CAMPAIGN* IKLAN
GOOGLE *ADSENSE* STUDI PADA KLIEN PERIKLAMAN M-ONETECH
JOMBANG

SKRIPSI

Oleh :

Fermilia Nur Laili

NIM :3118024

Telah diuji dan dipertahankan dalam sidang skripsi pada tanggal 29 bulan Juni 2022
dan dinyatakan LULUS

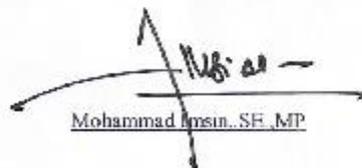
Majelis Penguji :

Ketua Penguji



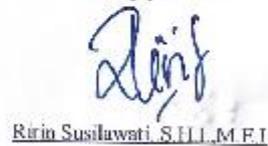
ILM Zahrul Jihad, S.H., M.Si

Penguji I



Mohammad Imsin, SE, MP

Penguji II



Ririn Susilawati, S.H.I., M.P.I

Mengetahui,

Dean Fakultas Bisnis Dan Bahasa:



Y. Mohamad Imsin, SE, MP

iv

LEMBAR PERNYATAAN

Nama : Femilia Nur Laili
NIM : 3118024

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul Strategi peningkatan *traffic* penjualan pada website bisnis melalui *targeting search network campaign* iklan google *adsense* studi pada klien periklanan M-Onetech Jombang adalah benar karya sendiri. Hal-hal ini yang bukan karya saya didalam proposal tersebut diberi tanda dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jombang, 13 Agustus 2022

Yang Menyatakan



Femilia Nur Laili
NEM 3118024

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan ucapan Bismillahirrahmanirrahim,

Skripsi ini saya persembahkan kepada orang-orang terdekat saya, yang berjasa dalam penulisan skripsi ini dan yang sudah memberikan doa, semangat, serta motivasi sehingga saya menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Penulis menyampaikan ucapan terima kasih setinggi-tinggi yaitu kepada yang terhormat:

1. Kedua Orang tua yang sangat saya cintai yang tidak hetinya memberikan dukungan dan doa untuk keberhasilan penelitian saya
2. Bapak Mohammad Imsin, SE., MP. Selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Bahasa, Universitas Tinggi Darul Ulum
3. Ibu Abid Datul Mukhoyaroh, S.Sos, M.Si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Bisnis dan Bahasa Universitas Tinggi Darul Ulum Jombang.
4. Bapak H.M Zahrul Jihad, S.H M.Si Selaku dosen pembimbing 1 skripsi
5. Ibu Abid Datul Mukhoyaroh, S.Sos, M.Si Selaku dosen pembimbing 2 Skripsi.
6. Sahabat-sahabat tercinta yang mana telah mendukung, memberi semangat dalam proses penulisan skripsi.
7. Saudara saya yang selalu memberikan support materi dan berbagai motivasi yang diberikan.
8. Panji setiawan yang memberikan semangat disaat *down*, mensupport

diberbagai keadaan.

9. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for, for never quitting.*

Dalam penulisan Proposal Skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan baik dari segi susunan serta cara penulisan proposal ini, karenanya saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaan proposal skripsi ini sangat penulis harapkan.

Demikian pengantar dari Proposal Skripsi ini, semoga bisa bermanfaat bagi para pembaca pada umumnya dan juga bagi para penyusun pada khususnya.

Jombang, 8 April 2022

Penulis

HALAMAN MOTTO

“Periklanan merupakan pesan penjualan paling persuasive dengan biaya paling ekonomis, ditunjukkan kepada (Calon) konsumen yang paling potensial atas produk, barang, atau jasa tertentu”

(Frank Jefkians)

¹ Frank Jefkians. 1997. Periklanan/Frank Jefkians, penerjemah: Haris Munandar; editor: Singgih Agung, Yati Sumiharti. Cet. 2, Jakarta : Erlangga.

PRAKATA

Puji syukur kami ucapkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penyusunan Proposal Skripsi dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktu yang telah ditentukan. Sholawat serta salam kami haturkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW dan para sahabatnya, yang telah memberikan tauladan baik sehingga akal dan fikiran penyusun mampu menyelesaikan Proposal Skripsi dengan judul “Strategi peningkatan *traffic* penjualan pada website bisnis melalui *targeting search network campaign* iklan google *adsense* studi pada klien periklanan M-Onetech Jombang” semoga kita termasuk umatnya yang kelak mendapatkan syafaat dalam menuntut ilmu.

Saya mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantudan memberikan motivasi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Saya sebagai penulis merupakan manusia biasa yang tidak pernah luputdari lupa dan kesalahan.

Oleh karena itu saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna sehingga saya sangat mengharap kritik dan saran yang sifatnya membangun dari para pembaca sekalian, khususnya kepada Dosen Pembimbing.

Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dikemudian hari.

Jombang,.... 2022

Penulis

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Diera industry 4.0 ssat ini internet tidak hanya digunakan untuk mencari informasi yang dibutuhkan sehari-hari tetapi internet bisa digunakan oleh para pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya didunia digital. Karena, dari tahun ketahun pengguna internet mengalami peningkatan dan tentunya itu bagus untuk mengembangkan usaha secara online. Berdasarkan data yang diungkapkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pada tahun 2018 penetrasi pengguna internet mancapai 171,17jt orang atau 64,8% dari total populasi penduduk di indonesia 246,16jt orang dan kemudian mengalami peningkatan pada tahun 2019-2020 menjadi 196,71jt jiwa atau setara dengan 73,7% dari total penduduk indonesia yaitu 266,91jt jiwa.

Peningkatan pengguna internet menjadi peluang untuk para pelaku usaha memaksimalkan digital marketing melalui website bisnis. Karena, dengan semakin banyaknya pengguna internet pemilik website bisa dengan mudah menjangkau konsumen dari luar daerah. Para pelaku usaha saat ini sudah banyak yang memahami bahwa website bisa dijadikan sarana untuk berbisnis, apalagi selama pandemic covid-19 yang tidak memungkinkan bagi semua orang untuk berbelanja secara offline dan lebih memilih untuk berbelanja secara online disamping meminimalisir penyebaran virus harga yang

ditawarkan juga cukup terjangkau dan barang bisa sampai dirumah dengan aman. Berdasarkan data yang disampaikan dari niaga hoster selaku penyedia hosting dan domain terbesar di Indonesia yang dimana domain dan hosting digunakan untuk finishing pembuatan website menyampaikan “Dari data kami, lebih dari 70% pemilik bisnis pada kuartal kedua 2020 memiliki website untuk mengembangkan usaha mereka,” kata Yogi Maulana, Senior Data Analyst Niagahoster.

Digital marketing mempermudah pelaku bisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, di sisi lain calon konsumen bisa mencari dan mendapatkan produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya (Dedi, Rahmi, & Shandy, 2018). Dari digital marketing dapat dilihat apa yang paling dicari oleh para pengguna internet dan pebisnis bisa memanfaatkan hal tersebut untuk mengoptimalkan yang paling sesuai dengan segi harga dan kualitas.

Trend digital marketing dimanfaatkan oleh m-onetech jombang sebagai penyedia jasa pembuatan website dan periklanan. Awal mula berdirinya m-onetech hanya menyediakan jasa pembuatan website pada tahun 2017, kemudian dengan berjalannya waktu pemilik m-onetech juga menemukan solusi bagaimana agar website bisnis ini bisa optimal atau bisa muncul di halaman pertama google Ketika diketik kata kunci tertentu. Pada akhir tahun 2018 pemilik m-onetech kemudian mencoba mencari tahu dan memahami bagaimana cara website bisnis bisa muncul di halaman pertama google Ketika diketik kata kunci tertentu yaitu dengan memasang iklan google adsense pada

website bisnis. Pemahaman mengenai google adsense sudah mencukupi, kemudian pemilik m-onetech memulai strategi marketingnya dengan cara saat pelaku usaha membuat website bisnis di m-onetech maka akan ditawarkan yang dimaksud google adsense untuk pengoptimalan website bisnis agar lebih dikenal banyak orang. Dari edukasi yang diberikan banyak yang memahami bagaimana cara kerja google adsense, awalnya banyak yg keberatan mengenai biaya yang dikeluarkan karena terbilang cukup mahal. Namun, pada nyatanya para pelaku bisnis tetap Kembali memakai iklan google adsense karena penayangkan iklan yg relative lebih cepat yaitu 1-2 hari kerja.

Pemasangan iklan google adsense pada website bisnis dapat meningkatkan traffic pada website bisnis, dengan pemasangan iklan website bisa muncul dihalaman pertama google berdasarkan kata kunci yang telah diketik. Jadi saat pengguna internet mengetik sesuatu yang dibutuhkan mengenai barang dan jasa maka website bisnis yang di iklankan akan muncul dihalaman pertama sesuai dengan yang dicari. Pihak google akan menampilkan website yang paling relefan dengan apa yang dibutuhkan oleh pengguna internet.

Pada saat memasang iklan google adsense pada website didalam akun google adsense akan membutuhkan strategi agar memenangkan persaingan pada halaman pertama google karena, di beberapa wilayah indonesia para pelaku bisnis juga sudah memahami tentang digital marketing menggunakan website dan periklanan di google adsense. Ada beberapa strategi yang bisa dipakai yaitu menggunakan targeting search network campaign atau targeting display campaign. Namun, yang paling cocok digunakan untuk pelaku bisnis

yang ingin menjangkau konsumen lebih tepat adalah targeting search network campaign karena website akan di tampilkan dihalaman pertama google Ketika diketik kata kunci tertentu sesuai bisnis atau kata kunci terpilih.

Pihak google bisa mengetahui atau memunculkan apa yang dibutuhkan berdasarkan penyedia barang atau jasa tersebut berada dekat dengan wilayah pengguna google, jadi bisa memastikan apakah penyedia barang/jasa tersebut benar adanya. Bisa dengan bertemu langsung dengan pemilik bisnis tersebut atau bisa melalui telepon.dengan jarak terdekat tentu saja menguntungkan karena barang bisa cepat sampai dan ketika membutuhkan jasa yang dibutuhkan bisa segera teratasi. Hal-hal tersebut bisa muncul karena pemilik usaha mengiklankan situs usahanya agar tampil dihalaman pertama. Karena Ketika muncul dihalaman pertama tentu saja itu berpengaruh pada eksistensi usaha yang di iklankan. Tetapi Ketika muncul dihalaman pertama google tentu saja pengiklan harus membayar sesuai tagihan yang diberikan pihak google.

Digoogle *adsense* akan ada beberapa hal yang harus disesuaikan, bisa dari wilayah yang akan dituju untuk menayangkan situs *onlinenya*, budget yang akan di pasang, lalu kata kunci apa saja yang di inginkan agar ketika seseorang mencari sesuatu yang berhubungan dengan kata kunci tersebut situs pengiklan akan muncul dihalaman pertama. Dan banyak lagi yang diatur atau disesuaikan agar iklan yang ditayangkan bisa sesuai dengan keinginan pihak pengiklan.

Pengaturan mengenai kata kunci, wilayah, target usia dan sebagainya diatur dalam *targeting search campaign* di *google adsense* jadi, ketika pengiklan menginginkan trafik website atau situs *online* yang dimiliki jadi *google adsense* bisa menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan trafik website. Dari peningkatan trafik tersebut bisa meningkatkan penjualan karena dirasa target konsumen yang di inginkan sudah sesuai.

Para pelaku usaha tidak hanya memiliki satu website melainkan satu usaha dapat memiliki 2-3 website dan berharap dapat menguasai persaingan di era digital tetapi nyatanya website yang tidak di iklankan atau di SEO peringkatnya tidak akan di halaman google. Maka Iklan google adense ini tentu saja bisa dijadikan sebagai referensi jika ingin memilih periklanan apa yang cocok untuk meningkatkan traffic website bisnisnya, bisa sebagai pengenalan usaha bagi orang-orang yang belum mengetahui bisnisnya atau untuk meningkatkan penjualan barang/jasanya saat ini tergantung dengan keinginan masing-masing. Customer pemasangan google *adsense* di kantor M-Onetech memakai sarana iklan google *adsense* untuk meningkatkan traffic website bisnisnya karena dirasa target marketnya lebih tercapai dan lebih terlihat

hasilnya dan dapat dipantau, dilihat dari kata kunci yang dimasukkan dalam kampanye iklan nanti akan muncul *report* atau laporan dari pihak google berapa saja orang yang mengklik kata kunci tersebut. Dari hal itu nanti akan terlihat kata kunci apa yang paling banyak dicari oleh orang yang berada dikawasan tersebut dan bisa dijadikan pertimbangan untuk lebih dimaksimalkan lagi agar hasil atau *impact* yang diterima dari google *adsense* tersebut lebih optimal.

Pemilik website yang mengiklankan website usahanya mengatakan bahwa Ketika iklan berhenti maka dihari tersebut orderan yang masuk akan menurun drastis, karena bagaimanapun di era industri yang serba cepat ini Ketika membutuhkan sesuatu akan langsung mencari di google dan yang di klik pertama pasti yang di halaman pertama. Tidak mungkin Ketika membutuhkan sesuatu yang cepat tetapi menghabiskan waktu untuk *scroll* sampai halaman terakhir google yang tentunya menghabiskan waktu.

Dengan ditampilkannya website di halaman pertama google maka pengiklan harus membayar sejumlah uang kepada pihak google *adsense*. Banyaknya uang yang dibayar tergantung pada seberapa luas wilayah yang dituju, seberapa banyak kata kunci yang ingin ditampilkan, dan berapa lama iklan akan ditampilkan. Jadi semisal pengiklan membayar 1,5jt perbulan untuk usaha papan bunganya maka wilayah yang dapat dituju dengan estimasi 1,5jt sebulan adalah wilayah Jakarta selatan karena penduduk didaerah Jakarta selatan sudah banyak maka Ketika ditambah wilayah yang tuju untuk

penayangan iklan maka iklan tidak akan berjalan optimal. Kata kunci yang didapat juga maksimal 3 atau 5 untuk hasil yang optimal.

Strategi yang digunakan oleh pengiklan google menggunakan target wilayah dan target kata kunci. Dimana pengiklan akan mengoptimalkan kata kunci yang akan digunakan acuan Ketika pengguna google mencari apa yang dibutuhkan. Karena yang ditampilkan dihalaman pertama google adalah yang mengandung kata kunci yang ditargetkan di dalam pengaturan iklan google *adsense*. Jadi Ketika pengguna google mencari toko bunga bandung, dan yang dimasukkan di pengaturan penargetan kata kunci adalah toko bunga saja maka situs website akan tetap muncul dengan catatan pengguna google tersebut masih dalam jangkauan penetapan wilayah yang dituju iklan. Penargetan wilayah yang diatur pada *targeting search network campaign* iklan google *adsense* optimalnya adalah dengan menggunakan target wilayah tertentu jadi harus menentukan wilayah yang berpotensi besar dalam peningkatan *traffic* website. Ketika memilih untuk ditargetkan keseluruhan wilayah indonesia tentu saja bisa tapi membutuhkan biaya yang sangat besar seperti iklan yang dipasang oleh perusahaan besar seperti Traveloka, tiket.com dan sebagainya. Sebagai pengusaha *start up* lebih baik mengoptimalkan iklan pada wilayah tertentu dan kata kunci tertentu untuk peningkatan *traffic* website yang optimal sesuai keinginan.

Dengan mengklik saja situs website yang muncul dihalaman pertama, pengiklan harus membayar biaya per klik kata kunci tersebut. Jadi terdapat banyak resiko jika para pesaing meng klik iklan agar rating iklan turun ke

halaman selanjutnya tetapi, pihak google juga mengantisipasi dengan tidak menayangkan iklan pada satu perangkat mencurigakan yang selalu mengklik iklan dengan sengaja.

Pelanggan M-Onetech yang menggunakan jasa google *adsense* dan sudah mengetahui strategi apa yang dilakukan agar hasil yang didapat lebih optimal akan terus memperpanjang durasi tayang iklannya dengan cara mengisi ulang saldo secara rutin karena mereka sudah mengetahui begitu saldo habis maka iklan otomatis akan berhenti tayang dihalaman pertama google. Hal tersebut tentu saja berpengaruh pada penurunan penjualan produk atau jasa, karena rata-rata pelanggan yang didapat berasal dari iklan google *adsense* yang telah dipasang diwebsite. Mereka bisa mengetahui pelanggan tersebut dari iklan google *adsense* atau tidak adalah dengan langsung bertanya kepada pelanggan bagaimana mereka bisa menghubungi pemilik bisnis dan mereka menjawab mendapat no telepon dari website bisnis yang telah di iklankan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk mempelajari lebih dalam tentang masalah tersebut. Oleh karena itu peneliti mengambil judul **“STRATEGI PENINGKATAN TRAFFIC PENJUALAN PADA WEBSITE BISNIS MELALUI TARGETING SEARCH NETWORK CAMPAIGN IKLAN GOOGLE ADSENSE STUDI PADA M-ONETECH JOMBANG”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah strategi peningkatan *traffic* penjualan pada website bisnis melalui *targeting search network campaign* iklan google *adsense* studi pada M-Onetech Jombang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian tersebut adalah :

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi peningkatan *traffic* penjualan pada website bisnis melalui *targeting search network campaign* iklan google adsense studi pada m-onetech jombang

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memperbanyak ilmu pengetahuan khususnya pada bidang strategi pemasaran.
2. Untuk tambahan pengetahuan bagi penelitian selanjutnya dimasa yang akan datang.
3. Untuk meningkatkan, memperluass, dan mengembangkan pengetahuan keilmuan peneliti.
4. Untuk memberikan wawasan dan pengetahuan tentang strategi peningkatan traffic penjualan pada website bisnis melalui targeting search network campaign studi pada m-onetech jombang.

1.4.2 Manfaat ³ Teoritis

1. Untuk dijadikan masukan bagi semua pihak yang berkepentingan dalam bidang pemasaran karena peningkatan traffic website juga termasuk dalam pemasaran.
2. Agar bisa dijadikan masukan bagi pemilik website bisnis agar traffic websitenya meningkat melalui *google adsense*.
3. Untuk dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin melakukan penelitian serupa.

1.4.3 Manfaat Praktis

1. Bagi perusahaan, diharapkan bisa dijadikan untuk meningkatkan pelayanan dan pemahaman kepada *customer* tentang strategi peningkatan traffic penjualan pada website bisnis melalui targeting search network campaign iklan google adsense studi pada m-onetech jombang.
2. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk suatu penelitian yang sama dengan pembahasan mengenai strategi peningkatan traffic penjualan pada website bisnis melalui targeting search network campaign iklan google adsense studi pada m-onetech jombang.
3. Bagi penulis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta meningkatkan kemampuan dan pedalaman mengenai strategi pemasaran.

1.5 Sistematika Pembahasan.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang uraian latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi tentang pembahasan teori terdahulu serta uraian penjelasan mengenai teori-teori yang digunakan sebagai landasan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang metode penelitian dan ruang lingkup penelitian, penjelasan lokasi penelitian, Teknik pengumpulan data dan Teknik Analisa data

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam melaksanakan penyusunan penelitian ini, peneliti memerlukan beberapa konsep dari penelitian-penelitian terdahulu dan sebelumnya sudah dipublikasikan. Tujuan untuk pengambilan penelitian terdahulu antara lain dapat dijadikan sebagai acuan dan tumpuan serta perbandingan dalam penelitian saat ini. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu sebagai acuan yang digunakan dan terdapat didalam table sebagai berikut :

No	Nama/tahun	Judul penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1.	Bertinus Sijabat (2021)	Analisis keputusan membeli berbasis brand awareness sebagai impak google ads dan	Terdapat persamaan yaitu menggunakan google adsense sebagai sarana periklanan produk/jasa	Terdapat perbedaan yaitu topik mengenai google ads yang diambil peneliti tidak menjelaskan secara detail bagaimana	Google adsense terbukti berpengaruh dan signifikan terhadap brand awareness

		facebook ads (kajian pelanggan Lazada)		pengoptimalan iklan google adsense agar mencapai tujuan/target.	
--	--	--	--	---	--

2.	Indah Rahayu Lestari, Rinny Meidiyustiani, Desi Natalia. (2021)	Pemanfaatan google ads sebagai penunjang bisnis UMKM dimasa pandemic covid-19	Terhadap persamaan yakni menggunakan metode kualitatif	Penelitian masih pada tahap pengenalan google adsense dan peralihan dari offline ke penjualan online.	Meningkatnya kemampuan UMKM menggunakan google ads sebagai salah satu aplikasi yang digunakan untuk menunjang bisnis.
3.	Yopi Hidayatul Akbar (2017)	Implementasi Teknik remarketing menggunakan tools google analytics untuk melakukan promosi PMB targeter	Peneliti menjelaskan beberapa istilah di google ads yang berpengaruh pada pengoptimalan website seperti	Menggunakan goole analytics untuk mengetahui impac dari google ads terhadap peningkatan pengunjung website.	Teknik remarketing yang juga di damping dengan periklanan google ads/facebook ads dapat meningkatkan trafik

			system CPM dan CPC.		pengunjung website.
4.	M K W Putra (2018)	Manfaat google adwords sebagai media periklanan produk berbasis daring terhadap masyarakat generasi Z	Peneliti menjelaskan strategi pengoptimalan pada iklan google adwords.		Periklanan pada google adsense berguna untuk menaikkan traffic website bisnis karena akan muncul dihalaman pertama google
5.	Tricahyadinata, Saida Zainurossalamia Za(2017)	Analisis penggunaan google adwords untuk meningkatkan penjualan e-commerce	Peneliti menjelaskan mengenai pengoptimalan situs web dengan iklan google adwords		

Pada jurnal Bertinus Sijabat (2021) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis keputusan membeli berbasis brand awareness sebagai dampak google ads dan facebook ads (kajian pelanggan Lazada)” penelitian ini mengeksplorasi tentang bagaimana dampak dari google ads dan facebook ads terhadap keputusan pembelian dengan mediasi oleh variable brand awareness meningkat 15% sampai 20%.

Pada jurnal Indah Rahayu Lestari, Rinny Meidiyustiani, Desi Natalia (2021) dalam penelitiannya yang berjudul “Pemanfaatan google ads sebagai penunjang bisnis UMKM dimasa pandemic covid-19” penelitian ini menggunakan metode pendampingan dimana peneliti memberikan pembekalan dan pelatihan bagi para pemilik UMKM yang terkena dampak pandemic mengenai bagaimana dampak dari periklanan untuk meningkatkan penjualan di era pandemic ini.

Yopi Hidayatul Akbar (2017) dalam penelitiannya yang berjudul “Implementasi Teknik remarketing menggunakan tools google analytics untuk melakukan promosi PMB targeter” penelitian ini mengeksplorasi mengenai bagaimana tools google analytic dapat dijadikan sebagai alat untuk mengetahui seberapa optimal penargetan yang dilakukan google ads maupun *search engine* lain terhadap peningkatan kunjungan website.

M K W Putra (2017) dalam penelitiannya yang berjudul “Manfaat google adwords sebagai media periklanan produk berbasis daring terhadap masyarakat generasi Z” dalam penelitian ini menjelaskan tentang benefit menggunakan iklan

google adwords dan cara-cara pengoptimalan iklan google adwords agar tayang dihalaman pertama google.

Pada jurnal Saida Zainurossalamia Za, Tricahyadinata (2017) dengan judul “ Analisis penggunaan iklan google adwords untuk meningkatkan penjualan e-commerce” penelitian ini mengeksplorasi bisnis yang di pasang iklan google adwords dapat dilihat banyak orang dari berbagai daerah dengan kata kunci yang telah diterapkan dan dapat meningkatkan jumlah konsumen dari pemasangan iklan adwords tersebut.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Komunikasi Pemasaran

Komunikasi pemasaran menurut Dr, M. Anang firmansyah (2020) adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan meningkatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual. Berawal dari menginformasikan tentang produk yang memiliki kualitas yang bagus maka akan menarik perhatian dari calon konsumen, dengan begitu perusahaan bisa melanjutkan dengan memberikan beberapa kalimat membujuk seperti manfaat apa saja yang didapat. Desain produk dan pemilihan jargon pada saat promosi juga bisa dijadikan perusahaan sebagai *brand awareness* jadi Ketika konsumen melihat desain produk atau jargon perusahaan langsung mengingat brand tersebut.

Unsur komunikasi pemasaran dalam buku “komunikasi pemasaran Agus Hermawan (2012) dibagi menjadi 6 yaitu

1. Periklanan

Semua bentuk penyajian nonpersonal dan promosi ide, barang atau jasa yang dibayar oleh suatu sponsor tertentu.

2. Promosi Penjualan

3. Hubungan Masyarakat dan Publisitas

4. Acara & Pengalaman

5. Penjualan Personal

6. Pemasaran Langsung

2.2.2 Periklanan

Periklanan menurut Menurut Lee dan Johson (2011:3) “Periklanan adalah komunikasi komersil dan nonpersonal tentang sebuah organisasi dan produk-produknya yang ditranmisikan ke suatu khalayak target melalui media bersifat masal seperti televisi, radio, koran, majalah, direct mail (pengeposan langsung), reklame luar ruang, atau kendaraan umum.”

Iklan menurut priansa (2017) dalam Dian Prajarini, S.T., M.Eng. (2020) merupakan informasi yang diberikan kepada pelanggan secara terus menerus sehingga memungkinkan mereka memahami produk dan membandingkannya dengan produk lain

competitor. Dalam Sri Jamarnis, Febri Susanti (2019) Periklanan adalah komunikasi persuasif dalam kegiatan pemasaran, dengan tujuan untuk membujuk penonton (calon konsumen), digunakan untuk memperkenalkan, beri tahu menggunakan atau mengkonsumsi barang atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan atau instansi. Selain iklan juga digunakan sebagai bentuk citra perusahaan melalui barang atau jasanya.

Iklan menurut Gilson dan berk (1980) dalam Didit Darmawan, Rahayu Mardikaningsih, Samsul Arifin, Mila Hariani (2019) mengatakan bahwa “iklan merupakan media komunikasi antar masyarakat dan perusahaan yang sudah dirancang untuk dapat menghasilkan respon dan opini masyarakat untuk membantu tercapainya tujuan pemasaran dari suatu perusahaan”.

Pemilik website bisnis menggunakan iklan yang bisa muncul dihalaman pertama google Ketika diketik kata kunci tertentu, periklanan tersebut merupakan iklan goole adsense. Pada saat pemasangan iklan google adsense yang dipilih harus yang search network campaign bukan display campaign. Search network atau Jaringan Penelusuran Google adalah iklan teks pada hasil penelusuran yang memungkinkan Anda menjangkau orang saat mereka menelusuri produk dan layanan yang Anda tawarkan di Google. Kampanye ini cocok untuk mendorong penjualan, prospek, atau traffic ke situs Anda, karena iklan dapat ditampilkan kepada

orang yang secara aktif menelusuri produk dan layanan Anda. Ketika beriklan di Jaringan Penelusuran Google, iklan Anda dapat ditampilkan di dekat hasil penelusuran saat seseorang menelusuri istilah yang berkaitan dengan salah satu kata kunci Anda. Kemudian yang di maksud dengan campaign atau kampanye adalah kumpulan grup iklan (iklan, kata kunci, dan tawaran) yang berbagi anggaran, penargetan lokasi, dan setelan lainnya. Kampanye sering digunakan untuk mengatur kategori produk atau layanan yang Anda tawarkan. Akun Google Ads Anda dapat berisi 1 atau beberapa kampanye iklan yang berjalan (Support.google.com)

² Beberapa tips untuk membuat iklan Google ads memiliki tinggi konversi yang tinggi dengan biaya Cost-per-Click (CPC) yang rendah (Digimind.id, 2022) :

² 1. Mulai Beriklan dengan Metode “Search Network Only”

Google adwords menawarkan banyak variasi kampanye periklanan, namun kebanyakan pengiklan memilih metode kampanye Search Network atau Display Network.

Search Network adalah sekumpulan website berbasis pencarian dimana iklan anda akan ditampilkan pada Hasil pencarian (SERPs), termasuk Search Engine Google maupun situs lainnya yang bermitra dengan google.

Lalu untuk Display network, menampilkan iklan anda pada yang ada pada atau menjadi bagian dari Google seperti Gmail, Google Finance, Youtube, maupun Blogger. Untuk membuat kampanye iklan baru pilih tab setting dan tombol merah Campaign

2. Bid Hanya pada Keyword yang Relevan

Keyword atau kata kunci pada Google Adwords layaknya Pisau bermata dua, disatu sisi bisa mendongkrak bisnis kamu, tapi disisi lain akan menjatuhkan bisnis kamu jika tidak digunakan secara tepat.

Sangat direkomendasikan untuk menggunakan Adwords Key Planner untuk menemukan kata kunci terkait.

2. 3. Jadwalkan Penayangan Iklan Google Ads yang tepat

Mirip seperti Bid pada keyword yang relevan, menjadwalkan iklan kamu hanya pada waktu-waktu tertentu saja akan memberikan manfaat yang besar. Contohnya jika bisnis kamu beroperasi dari jam 8 pagi hingga 5 sore, jangan menayangkan iklan kamu diluar jam tersebut karena tidak akan efektif hasilnya.

2. 4. Adword Extension

Extension berguna untuk membuat iklan anda agar tampil lebih baik, menarik lebih banyak audience, dan memberikan anda fitur yang lebih banyak lagi serta mendatangkan manfaat besar.

² Ada banyak jenis adwords extensions tetapi ada 2 yang paling sering digunakan :

-Call Extension

-Location Extension

2.2.4 Pengertian Iklan Google AdSense

Google AdWords adalah iklan ⁴ online dari Google yang menggunakan sistem penawaran sehingga iklan yang dibuat oleh pemilik e-commerce muncul di pencarian halaman web Google. Tampilan iklan akan muncul di bagian atas atau kanan hasil pencarian. Saat pengguna mengetikkan kata kunci atau frasa di pencarian Google, Google akan menampilkan iklan terkait. Pengguna Google AdWords akan membayar jika ada pelanggan yang mengklik iklan yang ditampilkan. Iklan yang diklik mengarahkan pelanggan ke situs web pemilik e-commerce (Irelandia, 2012).

Menurut Alcouffe (2013) dalam Irsan Tricahyadinata (2017) Ada 10 aspek yang harus diperhatikan dalam menggunakan Google AdWords. Aspek-aspek tersebut penting untuk meningkatkan pendapatan dan memenangkan persaingan penjualan. Kesepuluh aspek tersebut dijabarkan sebagai berikut:

- a) Pastikan untuk memilih dan mengatur kata kunci dengan baik. Kata kunci dan kueri yang dipilih harus relevan dan mencakup semua pencarian kata kunci potensial.
- b) Pastikan untuk mengatur jenis pencocokan dan pemantauan istilah pencarian untuk istilah pencarian harus dilakukan secara teratur untuk menambah atau mengurangi kata kunci yang relevan di akun.
- c) Meningkatkan peringkat Iklan dengan merancang dan mengatur grup kata kunci.
- d) Membuat iklan yang menarik. Iklan yang menarik adalah iklan yang menunjukkan keuntungan yang akan diperoleh pelanggan sehingga mereka tertarik untuk melihat iklan tersebut.
- e) Coba gunakan Kampanye RLSA. Penggunaan kampanye RLSA dapat meningkatkan volume konversi dan rasio konversi.
- f) Tetapkan tawaran untuk mengalahkan pesaing.
- g) Ambil keuntungan dari lalu lintas seluler di AdWords. h) Biarkan AdWords secara otomatis menetapkan tawaran untuk meningkatkan konversi untuk mencapai sasaran yang ditetapkan.
- i) Buat tampilan semenarik mungkin untuk membuat akun.
- j) Tingkatkan kinerja dengan mengatur kampanye dengan pengaturan pribadi.

Menurut (Chris, 2019) dalam Bertinus Sijabat (2021)
4 indikator pengukuran variabel Google Ads adalah:

1. Click Through Rate (CTR)
2. Quality Score
3. Conversion Rate (CR)
4. Cost Per Conversion (CPC).
5. Search Impression Share

2.2.5 Pengertian Website Bisnis

Website adalah suatu halaman web yang dapat diakses melalui Internet. Dalam sebuah web biasanya akan tersedia sebuah informasi yang disediakan secara perorangan, kelompok, ataupun organisasi. Morissan (2010:320) menjelaskan bahwa “situs web telah dikelola dengan cara yang jauh lebih kreatif, tidak saja sekedar informasi tetapi juga didukung berbagai fasilitas lain, seperti :tampilan grafis, ruang dialog(*chat rooms*), suara(audio), animasi, video, dan bahkan transaksi penjualan barang dan jasa secara online.

1 Menurut Global Web Index, 62% pelanggan mengunjungi website hanya untuk mencari informasi mengenai merek maupun produk. Jadi, sebagai se orang pengusaha, ada baiknya Anda mulai mempertimbangkan untuk membuat website sebagai media branding maupun promosi bisnis.

Manfaat Penggunaan Website untuk Perkembangan Bisnis Anda :

1. Branding

Branding adalah salah satu hal penting yang tidak boleh dilewatkan dalam membangun sebuah bisnis.

Dengan memiliki website, Anda dapat secara langsung menyajikan informasi yang membantu Anda dalam memperkenalkan merek atau produk yang dipasarkan atau dijual.

Bukan hanya itu, dengan website, pelanggan juga dapat lebih percaya dengan bisnis yang sedang Anda jalankan, dan tentunya Anda dapat melakukan komunikasi dua arah melalui website.

2. Media Promosi

Website bukanlah sebuah toko yang bisa tutup dan buka, semua orang dapat mengaksesnya di mana pun dan kapan pun.

Website adalah media promosi yang paling murah, efektif, dan efisien. Dengan website, Anda dapat memberikan informasi mengenai produk, potongan harga, dan lain sebagainya.

Dengan begitu, pelanggan Anda dapat menerima informasi dengan cepat dan tepat.

3. Pengenalan Produk atau Merek

Dengan mengunjungi website, pelanggan dapat dengan mudah mengetahui segala hal tentang produk dan merek yang Anda pasarkan.

Dengan mengetahui berbagai informasi tersebut, pelanggan dapat segera mengambil keputusan untuk melakukan pembelian jika tertarik, atau mencari produk lain yang mereka butuhkan melalui situs.

Bukan hanya informasi produk, Anda juga dapat menambahkan sedikit informasi tentang perusahaan.

Dengan begitu, Anda tak perlu repot lagi menjawab pertanyaan pelanggan satu per satu, karena dengan website, semua informasi yang dibutuhkan pelanggan telah tersedia di dalamnya.

4. Meningkatkan Penjualan

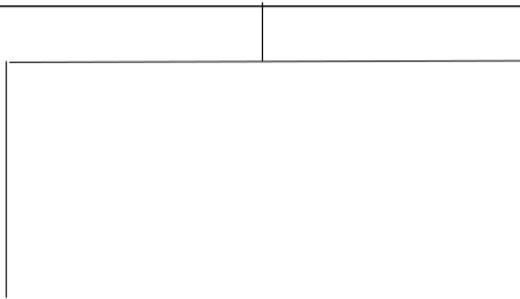
Seperti yang telah Anda ketahui, situs dapat membantu calon pelanggan atau pelanggan Anda mendapatkan informasi mengenai produk yang Anda jual.

Ketika pelanggan tertarik, mereka akan melakukan transaksi penjualan di dalam website.

Dengan begitu, penghasilan bisnis Anda akan ikut meningkat. Jadi, cobalah mulai membuat situs dengan fitur penjualan online di dalamnya (Jurnal.id, 2017)

2.3 Kerangka Pemikiran

MUNCULNYA FENOMENA PENINGKATAN PENGGUNA INTERNET DARI TAHUN 2018 YANG HANYA 171,17JT Jiwa menjadi 196,71JT Jiwa di tahun 2019-2020, hal tersebut di manfaatkan para pelaku usaha untuk mengoptimalkan digital marketing melalui website bisnis dan memasang iklan Google AdSense pada website agar hasil yang didapat lebih optimal.



STUDI EMPIRIS

1. Bertinus Sijabat (2017). Analisis keputusan membeli berbasis brand awareness sebagai dampak google ads dan facebook ads (kajian pelanggan Lazada)
2. Indah Rahayu Lestari, Rinny Meidiyustiani, Desi Natalia (2021). Pemanfaatan google ads sebagai penunjang bisnis UMKM dimasa pandemic covid-19
3. Yopi Hidayatul Akbar (2017) Implementasi Teknik remarketing menggunakan tools google analytic untuk melakukan promosi PMB targeter.
4. M K W Putra (2017) Manfaat google adwords sebagai media periklanan produk berbasis daring terhadap masyarakat generasi Z
5. Pada jurnal Saida Zainurossalamia Za, Tricahyadinata (2017) Analisis penggunaan iklan google adwords untuk meningkatkan penjualan e-commerce

STUDI TEORITIS

Fandy Tjiptono (2015) Strategi Pemasaran.

Dewi Untari dan Endah Fajariana (2018) Strategi Pemasaran melalui sosial media

Irsan Tricahyadi (2017) Analisis Penggunaan Google AdWords untuk Meningkatkan Penjualan E-Commerce.

Bertinus Sijabat (2017) Analisis keputusan membeli berbasis brand awareness sebagai dampak google ads dan facebook ads.

Morissan (2010) Periklanan.

Analisis Deskriptif

Kualitatif

Hasil

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Menurut sugiyono (2016:6) metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemu, dikembangkan, dan dibuktikan suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah dalam bidang pendidikan.

Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kualitatif karena ingin mengetahui dan memahami secara detail fenomena yang terjadi dan menjelaskan dengan Bahasa peneliti agar mudah dipahami dan tersampaikan tujuan penelitian.

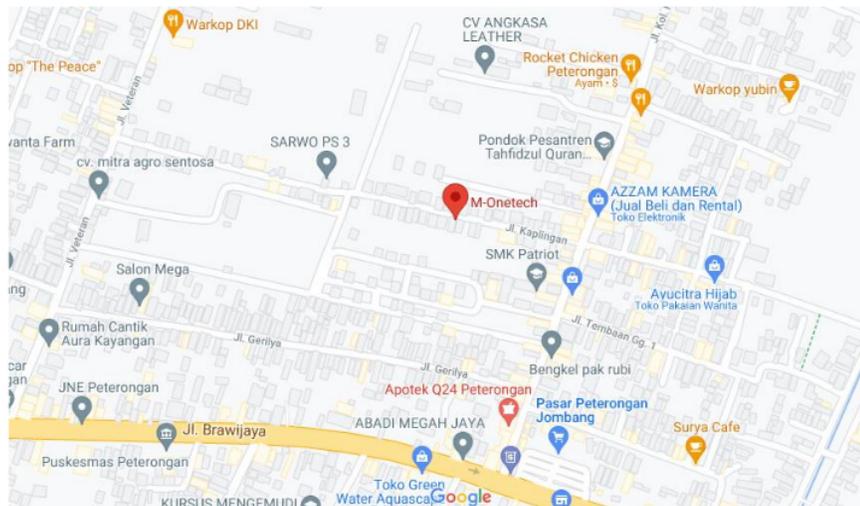
Menurut Sugiyono (2017:9) menyatakan bahwa “Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme atau enterpretatif, digunakan untuk meneliti kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan observasi, wawancara, dokumentasi), data yang diperoleh cenderung kualitatif, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian bersifat untuk memahami makna, memahami keunikan, mengkonstruksi fenomena, dan menemukan hipotesis”.

⁷ Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah, Moleong (2017:6). Penelitian kualitatif menurut Hendryadi, et. al, (2019:218) merupakan proses penyelidikan naturalistik yang mencari pemahaman mendalam tentang fenomena sosial secara alami.

3.2 Penetapan Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti memilih lokasi di kantor M-onetech yang berlatarkan di Jl. Kaplingan No.2, Mancarmalang, Mancar, Kec. Peterongan, Kabupaten Jombang, Jawa Timur 61481. Lokasi tersebut akan digunakan peneliti untuk memperoleh data dari narasumber yang akan dijadikan sebagai data penelitian.

Peneliti memilih m-onetech sebagai lokasi penelitian karena m-onetech memiliki pelanggan tetap lebih dari 5 orang yang selalu memakai jasa periklanan dan m-onetech merupakan pihak jasa periklanan yang memberikan jaminan iklan tayang dihalaman pertama sesuai yang di inginkan oleh pihak *customer*.



Gambar 3.1 Peta Lokasi M-Onetech

3.3 Waktu Penelitian

Waktu penelitian merupakan gambaran umum untuk menjelaskan waktu yang digunakan dalam teknik pengambilan data dalam sebuah riset atau penelitian. Pada penelitian tersebut, waktu yang dilaksanakan oleh peneliti dalam pengambilan data terhadap objek penelitian yakni pada bulan Desember 2021- Februari 2022.

3.4 Fokus Penelitian

Fokus penelitian berisi pernyataan perihal indikator serta faktor-faktor yg akan diteliti secara lebih lebih jelasnya. Rincian aspek yang akan diteliti tersebut bermanfaat memberikan arah serta memperjelas kenyataan yang diteliti. Pada penelitian ini, focus penelitiannya adalah untuk mengetahui strategi peningkatan traffic penjualan pada website bisnis melalui targeting search network campaign iklan google adsense studi pada klien periklanan m-onetech.

3.5 Pemilihan Informan

Informan penelitian adalah orang yang di manfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian dan merupakan orang yang benar-benar mengetahui permasalahan yang akan di teliti (Moleong 2015;163).

Dalam penelitian ini peneliti menyimpulkan bahwa yg bisa dijadikan narasumber atau informan antara lain :

1. Key informan (informan kunci)

Peneliti memilih informan kunci karena dianggap memiliki informasi yang akurat yang dapat dijadikan bahan penelitian yang dibutuhkan peneliti. Informan kunci yang dipilih peneliti adalah pemilik kantor M-Onetech,

Nama : Abdul Mahfud Wachid

Umur : 28 tahun

Jabatan : Owner M-Onetech

Lama jabatan : 4 Tahun

Topik : Strategi *targeting search network campaign* iklan google adsense dalam meningkatkan *traffic* penjualan pada website bisnis

2. Informan Tambahan

1. Nama : Bapak Nanang Laksono

Umur : 38 tahun

Jabatan : Pemilik website <https://gunamandirinusantara.com/>

Topik : Pengaruh iklan google adsense dalam meningkatkan traffic website bisnis.

2. Nama : Bapak Totok Karniawan

Umur : 45 Tahun

Jabatan : Pemilik website <https://borsumurjakartadki.com/>

Topik : Pemilihan kata kunci yang akan digunakan di google adsense agar iklan google adsense berjalan optimal

3. Nama : Ibu Dewi

Umur : 40 Tahun

Jabatan : Pemilik website elenafloristmedan.com,
petimatimurahmedan.com, dekorasirumahdukamedan.com

Topik : Bagaimana mengetahui ke efektifan iklan google adsense
terhadap peningkatan telepon dari customer pemesan dari website.

4. Nama : Bapak Edi

Umur : 38 tahun

Jabatan : Pemilik website plafonpvcbekasi.com

Topik : Pemilihan google adsense sebagai pengoptimalan website
bisnis

5. Nama : Bapak Kusnan

Umur : 42 Tahun

Jabatan : pemilik website kontrakkolamrenang.com

Topik : Perbedaan website bisnis Ketika di iklankan di google
adsense dengan website bisnis Ketika tidak di iklankan.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data artinya langkah strategis yg digunakan peneliti bertujuan buat mendapatkan data dalam penelitian. pada penelitian ini peneliti menentukan jenis penelitian kualitatif yang harus membutuhkan data yang jelas serta spesifik.

1. Observasi

Menurut Sugiyono (2014:145) “observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis”.

Observasi merupakan suatu proses pengamatan serta pencatatan secara sistematis, logis, objektif, serta rasional dari banyak sekali fenomena, baik pada situasi yang sebenarnya juga di pada situasi buatan buat mencapai tujuan tertentu. Fungsi berasal observasi adalah buat mengetahui kesesuaian pelaksanaan tindakan dengan rencana tindakan yang disusun sebelumnya serta mengetahui aplikasi tindakan yang sedang berlangsung, sehingga bisa diperlukan membuat perubahan yang dibutuhkan, Zainal Arifin (2013, hlm.153)

Berdasarkan pengertian observasi menurut para ahli diatas, bahwa observasi adalah proses Panjang yg melalui pencatatan baik biologis dan psikologis untuk mengetahui Tindakan yang berlangsung dari banyak sekali fenomena.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi pada kantor M-Onetech dimana M-Onetech adalah penyedia jasa pembuatan website dan periklanan.

2. Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiono (2013, hlm. 231) menyatakan bahwa wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

Wawancara dapat menghasilkan bahan yang dapat dijadikan pertimbangan dalam olah data dalam penelitian kualitatif, karena dari obrolan yang mengalir namun tetap dalam alur pertanyaan mengenai topik maka akan muncul gagasan-gagasan baru yang lebih menarik mengenai fenomena yang sedang terjadi.

Pemilihan informan yang akan diwawancara juga sangat penting untuk validitas mengenai topik yang akan di perbincangan, maka dari itu peneliti memilih para pemilik website yang memakai jasa periklanan google adsense agar lebih mengetahui seberapa besar dampak iklan google adsense ini untuk meningkatkan traffic website bisnis yang dimiliki.

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (life histories), ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif, Sugiyono (2013, hlm. 240).

Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah data pengiklan website bisnis yang ada di M-Onetech, foto-foto mengenai *targeting search network campaign*, dan hasil dari strategi *targeting search network campaign* yg sudah diterapkan.

4. Triangulasi

⁶ Hamid Darmadi (2014:295) Berpendapat bahwa triangulasi adalah keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut.

⁶ Dalam penelitian ini keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi yang biasa dikenal dengan istilah cek dan ricek yaitu pengecekan data menggunakan beragam sumber, teknik, dan waktu. Beragam sumber maksudnya digunakan lebih dari satu sumber untuk memastikan apakah datanya benar atau tidak. Nusa Putra (2012:189)

Dalam triangulasi nanti akan terlihat jika ada perbedaan yang signifikan karena di triangulasi memakai berbagi sumber data yang telah diterima untuk mengetahui hasil yang di dapatkan oleh peneliti. Dalam penelitian ini peneliti menetapkan triangulator sebagai berikut :

1. Nama : Yustika Aini

Umur : 22 tahun

Jabatan : Staff periklanan M-Onetech

Lama Jabatan : 1 Tahun

Topik : Strategi *targeting search network campaign* iklan google adsense dalam meningkatkan *traffic* penjualan pada website bisnis.

3.7 Analisis Data

Metode analisis data dari penelitian tersebut berdasarkan data atau informasi yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan oleh peneliti dengan pola hubungan tertentu atau menjadi sebuah hipotesis. Teknik analisis data diperlukan agar data mudah dipahami serta peneliti dapat solusi dari permasalahan penelitian.

Menurut Spradley 1980 dalam Sugiyono (2018:255) Analisis Domain atau (*Domain Analysis*) adalah memperoleh gambaran yang umum dan menyeluruh dari obyek/penelitian atau situasi sosial. Ditemukan berbagai domain atau kategori, diperoleh dengan pertanyaan *grand* dan *minitour*. Peneliti menetapkan domain tertentu sebagai pijakan untuk penelitian selanjutnya. Makin banyak domain yang dipilih, maka akan semakin banyak waktu yang diperlukan untuk penelitian.

³ Analisis domain pada umumnya dilakukan untuk memperoleh gambaran yang umum dan menyeluruh tentang situasi sosial yang diteliti atau obyek penelitian. Data yang diperoleh berasal dari *grand tour* dan *mini tour question* yang hasilnya berupa gambaran umum tentang obyek yang diteliti, yang sebelumnya belum pernah diketahui. Dalam analisis ini informasi yang diperoleh belum mendalam, masih dipermukaan namun sudah menemukan domain-domain atau kategori dari situasi yang diteliti.

Teknik Analisis Data yang dilakukan pada penelitian ini adalah menggunakan model analisis domain dan model analisis taksonomi. Analisis domain adalah langkah pertama dalam penelitian kualitatif langkah selanjutnya adalah analisis taksonomi yang aktivitasnya adalah mencari bagaimana domain yang dipilih itu dijabarkan menjadi lebih rinci.

Analisis taksonomi adalah analisis terhadap keseluruhan data yang terkumpul berdasarkan domain yang sudah ditetapkan Sugiyono (2018:261), pada analisis ini fokus penelitian ditetapkan terbatas pada domain tertentu yang berguna dalam upaya mendeskripsikan atau menjelaskan fenomena/fokus yang menjadi sasaran penelitian.

Analisis model taksonomi adalah analisis terhadap keseluruhan data yang terkumpul berdasarkan domain yang telah ditetapkan. dengan demikian domain yang telah ditetapkan akan menjadi *cover term* dan oleh peneliti dapat diuraikan lebih rinci dan secara mendalam melalui analisis taksonomi ini dan hasilnya dapat disajikan dengan bentuk diagram kotak, diagram garis dan simpul serta *outline*.

3.7.1 Analisis Domain

Model Analisis Domain

No	Domain	Hubungan Sistematis	Pertanyaan Struktural
1.	Gambaran Umum M-onetech Jombang	Gambaran umum mengenai m-onetech tentang Latar belakang, visi misi, struktur organisasi di m-onetech dan juga lokasinya.	Bagaimana gambaran umum tentang m-onetech jombang

Model Analisis Taksonomi

No	Bidang	Bentuk	Deskripsi	Hasil
----	--------	--------	-----------	-------

1.	strategi peningkatan <i>traffic</i> penjualan pada website bisnis melalui <i>targeting search network campaign</i> iklan google <i>adsense</i> .	strategi peningkatan <i>traffic</i> penjualan pada website bisnis melalui <i>targeting search network campaign</i> iklan google <i>adsense</i> studi pada m-onetech jombang	Targeting search network campaign adalah strategi pada periklanan google adsense yang digunakan pemilik website bisnis untuk meningkatkan <i>traffic</i> penjualan	Untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi peningkatan <i>traffic</i> penjualan pada website bisnis melalui <i>targeting search network campaign</i> iklan google adsense studi pada m-onetech jombang
----	--	---	--	---