



**SEKOLAH TINGGI TEKNOLOGI TERPADU NURUL FIKRI**

**ANALISIS IMPLEMENTASI *GOOGLE MY BUSINESS* DALAM  
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* BISNIS JUAL BELI  
BARANG BEKAS - YUDAURIN**

**TUGAS AKHIR**

**SITI NURCHOLIS**

**0110120009**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI**

**DEPOK**

**2024**



**STT TERPADU  
NURUL FIKRI**

**SEKOLAH TINGGI TEKNOLOGI TERPADU NURUL FIKRI**

**ANALISIS IMPLEMENTASI *GOOGLE MY BUSINESS* DALAM  
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* BISNIS JUAL BELI  
BARANG BEKAS - YUDAURIN**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer**

**STT - NF**  
**SITI NURCHOLIS**  
**0110120009**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI**

**DEPOK**

**2024**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Skripsi/Tugas Akhir ini adalah hasil karya penulis, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Siti Nurcholis**

**NIM : 0110120009**

Depok, 12 Agustus 2024

Tanda Tangan



Siti Nurcholis

STT - NF

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi/Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Siti Nurcholis.

NIM : 0110120009.

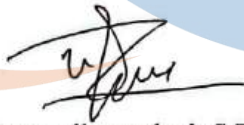
Program Studi : Sistem Informasi.

Judul Skripsi : Analisis Implementasi *Google My Business* dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Bisnis Jual Beli Barang Bekas – Yudaurin.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer pada Program Studi Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri.

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing



Shelly Pramudiawardani, S.T., M.Kom.

Penguji



Laisa Nurin Mentari, S.Kom., M.M.S.I.

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 12 Agustus 2024



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Nurcholis.

NIM : 0110120009.

Program Studi : Sistem Informasi.

Jenis karya : Skripsi/Tugas Akhir.

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada STT-NF Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty - Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Analisis Implementasi *Google My Business* dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Bisnis Jual Beli Barang Bekas - Yudaurin**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini STT-NF berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Depok

Pada tanggal: 12 Agustus 2024

STT - NF

Yang Menyatakan



Siti Nurcholis

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrahiim.

Dengan penuh rasa syukur, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada Allah Swt. atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Tugas akhir ini penulis susun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Komputer pada Program Studi Sistem Informasi di Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri.

Penyusunan tugas akhir ini tentu tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai sekarang ini. Oleh karena itu, penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua dan adik-adik yang menjadi alasan penulis bertahan hingga di titik ini karena tiada henti dan tiada lelah memberikan doa, semangat, dan dukungan penuh baik secara moril maupun materiel selama perkuliahan.
2. Bapak Dr. Lukman Rosyidi, S.T., M.M., M.T. selaku Ketua Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri.
3. Ibu Misna Asqia, S.Kom., M.Kom. selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri.
4. Ibu Dr. Amalia Rahmah, S.T., M.T. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing penulis selama berkuliah di Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri.
5. Ibu Shelly Pramudiawardani, S.T., M.Kom. selaku Dosen Pembimbing tugas akhir penulis yang telah membimbing dari awal hingga akhir penulisan guna membantu menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Ibu Laisa Nurin Mentari, S.Kom., M.M.S.I. selaku Dosen Penguji tugas akhir penulis yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Seluruh Dosen di lingkungan Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri yang telah membimbing penulis dalam menuntut ilmu selama perkuliahan.
8. Teman-teman seperjuangan yang telah memberi dukungan dan semangat untuk penulis agar bisa menyelesaikan tugas akhir ini.

9. Teman-teman seangkatan yang lebih dulu lulus yang secara tidak langsung memberikan dorongan untuk penulis agar segera menyelesaikan tugas akhir ini.

10. Sahabat-sahabat (Nur, Elis, Arfah) yang secara tidak langsung memberikan semangat untuk penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini masih banyak terdapat kekurangan yang mungkin disebabkan oleh keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Namun demikian, penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu, untuk kekurangan di dalam penulisan tugas akhir ini, dengan rendah hati penulis menerima kritik dan saran dari pembaca demi perbaikan tugas akhir ini di masa depan.

Akhir kata, penulis berharap Allah Swt. membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang *Digital Marketing*.

Depok, 12 Agustus 2024

Penulis

STT - NF

## ABSTRAK

Nama : Siti Nurcholis.

NIM : 0110120009.

Program Studi: Sistem Informasi.

Judul : Analisis Implementasi *Google My Business* dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Bisnis Jual Beli Barang Bekas – Yudaurin.

Sampah di Indonesia adalah masalah kompleks yang memerlukan perhatian penuh dan upaya dari semua pihak. KLHK melalui SIPSN menjelaskan bahwa masih banyak sampah yang tidak terkelola meskipun sudah ada upaya pemerintah seperti program bank sampah. Yudaurin, sebagai salah satu pengepul yang mendukung program tersebut, memiliki kendala dalam meningkatkan visibilitas bisnisnya di dunia digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan pemasaran digital Yudaurin menggunakan *Google My Business*. Metode kuantitatif digunakan dengan data primer yang diperoleh dari kuesioner dan data sekunder dari *Google My Business*. Hasil uji validitas menunjukkan semua variabel valid dan signifikan dengan nilai *Cronbach's Alpha* 0,925, menunjukkan reliabilitas sangat tinggi. Pemanfaatan *Google My Business* dilakukan dengan memperbarui dan menambahkan informasi pada fitur edit profil, produk, layanan, dan foto. Hasilnya, 75% responden mengetahui Yudaurin melalui *Google My Business*, 80% setuju informasi profil mudah dipahami, dan mayoritas responden melihat ulasan, foto, dan berkomunikasi melalui *WhatsApp*. Evaluasi menunjukkan 83% responden setuju pelayanan Yudaurin baik, 81% setuju harga kompetitif, 81% setuju produk bervariasi, dan 85% merekomendasikan Yudaurin. Penelitian ini juga memberikan saran untuk memeriksa profil bisnis secara berkala, memanfaatkan fitur pengiriman, penjemputan, dan beriklan, serta menerapkan *A/B testing* untuk strategi optimasi yang lebih efektif.

Kata kunci: Barang Bekas, *Brand Awareness*, *Digital Marketing*, *Google My Business*, Yudaurin.

## **ABSTRACT**

*Name* : Siti Nurcholis.

*NIM* : 0110120009.

*Study Program*: Information System.

*Title* : *Analysis of Google My Business Implementation in Increasing Brand Awareness of Used Goods Buying and Selling Business – Yudaurin.*

*Waste in Indonesia is a complex problem that requires full attention and effort from all parties. KLHK through SIPSN explained that there is still a lot of unmanaged waste despite government efforts such as the waste bank program. Yudaurin, as one of the collectors who supports the program, has obstacles in increasing its business visibility in the digital world. This research aims to optimize Yudaurin's digital marketing using Google My Business. Quantitative methods were used with primary data obtained from questionnaires and secondary data from Google My Business. The validity test results show all variables are valid and significant with a Cronbach's Alpha value of 0.925, indicating very high reliability. Utilization of Google My Business is done by updating and adding information to the profile, product, service, and photo editing features. As a result, 75% of respondents know Yudaurin through Google My Business, 80% agree that profile information is easy to understand, and the majority of respondents see reviews, and photos, and communicate via WhatsApp. The evaluation shows that 83% of respondents agree that Yudaurin's service is good, 81% agree that the price is competitive, 81% agree that the products are varied, and 85% recommend Yudaurin. This research also provides suggestions for checking business profiles regularly, utilizing delivery, pick-up, and advertising features, and implementing A/B testing for more effective optimization strategies.*

*Keywords*: *Used Goods, Brand Awareness, Digital Marketing, Google My Business, Yudaurin.*



## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR RUMUS .....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	3
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	3
1.4. Batasan Masalah.....	4
1.5. Sistematika Penulisan.....	4
BAB II KAJIAN LITERATUR .....	6
2.1. Profil Yudaurin.....	6
2.2. Pemanfaatan <i>Google My Business</i> .....	7
2.3. <i>Brand Awareness</i> .....	9
2.4. <i>Digital Marketing</i> .....	9
2.5. Metode Kuantitatif .....	10
2.6. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	10
2.7. Skala <i>Likert</i> .....	10
2.8. <i>Google Form</i> .....	11
2.9. <i>Google Sheet</i> .....	11
2.10. Populasi dan Sampel.....	12
2.11. Rumus <i>Lemeshow</i> .....	12
2.12. Penelitian Terkait.....	13

2.12.1.	Implementasi <i>Google My Business</i> sebagai <i>Media Digital Marketing</i> .....	13
2.12.2.	Transformasi Pemasaran di Era Digital: Optimalisasi <i>Landing Page</i> untuk Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> pada Jasa Pengepul Sampah - Karung Sampah .....	13
2.12.3.	Pemanfaatan <i>Google My Business</i> sebagai Alat promosi UMKM pada Pembuatan Tempe di Desa Paya Gambar .....	14
2.12.4.	Perbandingan Penelitian .....	16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....		18
3.1.	Tahapan Penelitian .....	18
3.2.	Rancangan Penelitian .....	19
3.2.1	Jenis Penelitian .....	19
3.2.2	Metode Analisis Data .....	20
3.2.3	Metode Pengumpulan Data .....	20
3.2.4	Metode Pengujian .....	22
3.2.5	Metode Implementasi dan Evaluasi.....	23
3.2.6	Lingkungan Pengembangan .....	23
BAB IV IMPLEMENTASI DAN EVALUASI.....		25
4.1.	Optimalisasi Pemanfaatan <i>Google My Business</i> .....	26
4.1.1.	Melengkapi dan Memperbarui Informasi Bisnis Yudaaurin.....	26
4.1.2.	Menambahkan Produk dan Layanan Yudaaurin .....	36
4.1.3.	Menambahkan Foto dan Video .....	40
4.2.	Pengaruh Pemanfaatan <i>Google My Business</i> .....	41
4.2.1.	Pengumpulan dan Pengolahan Data .....	41
4.2.2.	Pengujian Pemanfaatan <i>Google My Business</i> .....	47
4.3.	Evaluasi Pemanfaatan <i>Google My Business</i> .....	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		64
5.1.	Kesimpulan.....	65
5.2.	Saran .....	66
DAFTAR PUSTAKA .....		67
LAMPIRAN.....		71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Yudaurin. ....	6
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian. ....	18
Gambar 4.1 Alur Implementasi Penelitian. ....	25
Gambar 4.2 Informasi Tentang sebelum diperbarui. ....	27
Gambar 4.3 Informasi Tentang setelah diperbarui. ....	28
Gambar 4.4 Informasi Kontak sebelum diperbarui. ....	29
Gambar 4.5 Informasi Kontak setelah diperbarui. ....	29
Gambar 4.6 Informasi Lokasi sebelum diperbarui. ....	30
Gambar 4.7 Informasi Lokasi setelah diperbarui. ....	31
Gambar 4.8 Informasi Jam Buka sebelum diperbarui. ....	32
Gambar 4.9 Informasi Jam Buka setelah diperbarui. ....	33
Gambar 4.10 Informasi Lainnya sebelum diperbarui. ....	34
Gambar 4.11 Informasi Lainnya setelah diperbarui. ....	35
Gambar 4.12 Sebelum Menambahkan Produk. ....	36
Gambar 4.13 Produk dengan Kategori Lain-Lain. ....	37
Gambar 4.14 Produk dengan Kategori Plastik. ....	37
Gambar 4.15 Produk dengan Kategori Kertas. ....	38
Gambar 4.16 Produk dengan Kategori Besi. ....	38
Gambar 4.17 Sebelum Menambahkan Layanan. ....	39
Gambar 4.18 Layanan Yudaurin. ....	39
Gambar 4.19 Setelah ditambahkan Foto dan Video Terbaru. ....	40
Gambar 4.20 Data Hasil Kuesioner yang disalin ke <i>Spss</i> . ....	42
Gambar 4.21 Menu <i>Analyze</i> untuk Uji Validitas. ....	43
Gambar 4.22 Menu <i>Bivariate Correlation</i> . ....	43
Gambar 4.23 Menu <i>Analyze</i> untuk Uji Reliabilitas. ....	45
Gambar 4.24 Menu <i>Reliability Analysis</i> . ....	46
Gambar 4.25 Jawaban Kuesioner Pernyataan P01. ....	47
Gambar 4.26 Jawaban Kuesioner Pernyataan P02. ....	48
Gambar 4.27 Jawaban Kuesioner Pernyataan P03. ....	48
Gambar 4.28 Jawaban Kuesioner Pernyataan P04. ....	49



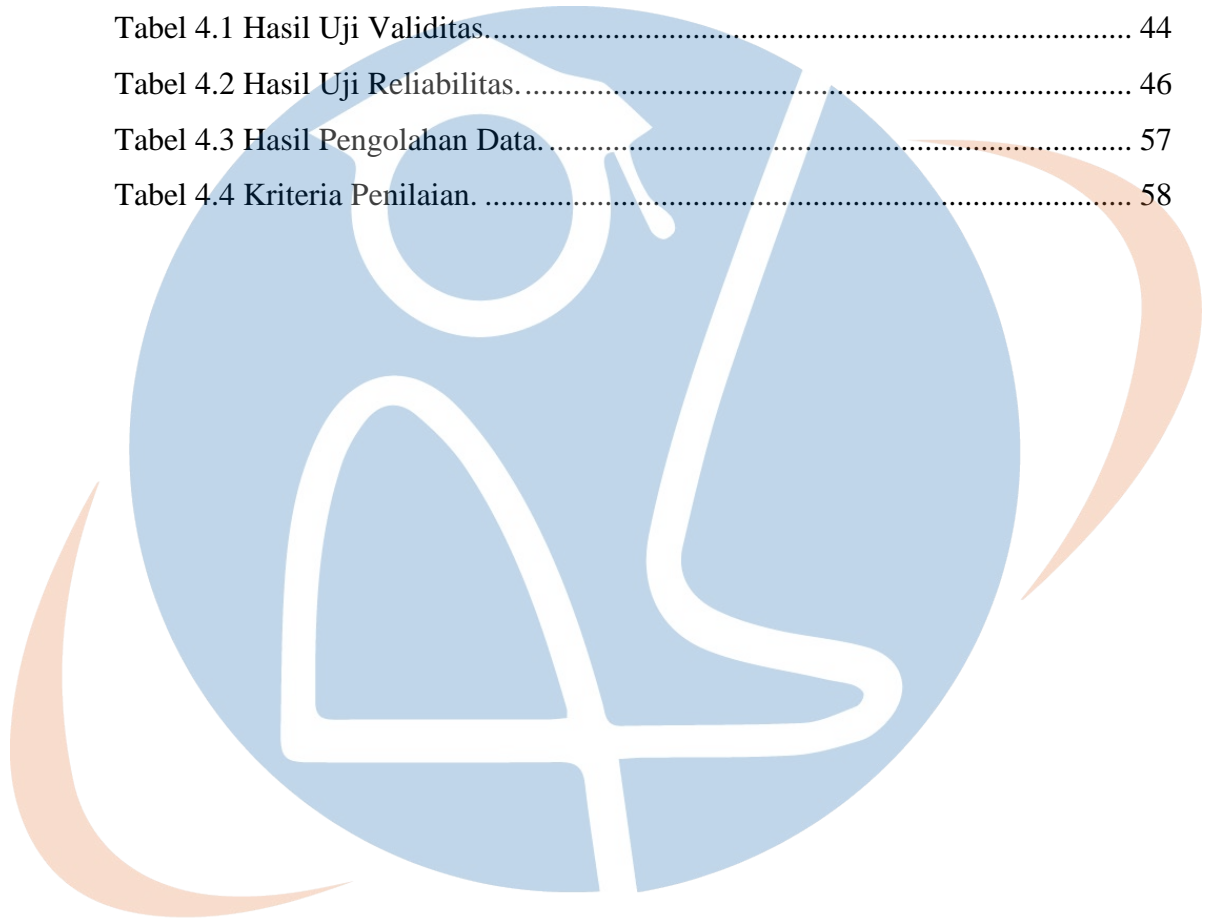
Gambar 4.29 Jawaban Kuesioner Pernyataan P05.....	49
Gambar 4.30 Jawaban Kuesioner Pernyataan P06.....	50
Gambar 4.31 Jawaban Kuesioner Pernyataan P07.....	50
Gambar 4.32 Jawaban Kuesioner Pernyataan P08.....	51
Gambar 4.33 Jawaban Kuesioner Pernyataan P09.....	51
Gambar 4.34 Jawaban Kuesioner Pernyataan P10.....	52
Gambar 4.35 Jawaban Kuesioner Pernyataan P11.....	52
Gambar 4.36 Jawaban Kuesioner Pernyataan P12.....	53
Gambar 4.37 Jawaban Kuesioner Pernyataan P13.....	53
Gambar 4.38 Jawaban Kuesioner Pernyataan P14.....	54
Gambar 4.39 Jawaban Kuesioner Pernyataan P15.....	54
Gambar 4.40 Jawaban Kuesioner Pernyataan P16.....	55
Gambar 4.41 Jawaban Kuesioner Pernyataan P17.....	55
Gambar 4.42 Jawaban Kuesioner Pernyataan P18.....	56
Gambar 4.43 Jawaban Kuesioner Pernyataan P19.....	56



STT - NF

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Skala <i>Likert</i> .....	11
Tabel 2.2 Penelitian Terkait .....	15
Tabel 2.3 Perbandingan Penelitian.....	16
Tabel 3.1 Daftar Pernyataan.....	21
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	44
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4.3 Hasil Pengolahan Data.....	57
Tabel 4.4 Kriteria Penilaian.....	58



STT - NF

## DAFTAR RUMUS

Rumus 2.1 Rumus <i>Lemeshow</i> .....	12
Rumus 4.1 Rumus indeks persentase.....	57



STT - NF

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar belakang

Sampah di Indonesia merupakan masalah kompleks yang membutuhkan perhatian dan kesadaran penuh, serta upaya dari semua pihak untuk mengatasi masalah ini. Tumpukan sampah yang tidak dikelola dengan baik dapat mengancam kebersihan lingkungan dan menyebabkan berbagai penyakit [1]. Sayangnya, kesadaran masyarakat tentang bahaya ini masih rendah. Banyak masyarakat yang masih sembarangan membuang sampah, dan limbah industri yang dibuang pabrik-pabrik juga dapat merusak ekosistem [1]. Sebagai contoh kasus di Cimahi Jawa Barat, sebanyak 200 warga yang membuang sampah sembarangan [2]. Oleh karena itu, meningkatkan kesadaran akan pengelolaan sampah sangat penting agar dampak negatif dapat dihindari.

Berdasarkan data dari *website* SIPSN (Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional) pada tahun 2023 Indonesia menghasilkan 17,44 juta ton sampah dan sebanyak 33,53% atau 5,8 juta ton sampah tidak terkelola yang mana 18,3% di antaranya adalah sampah plastik [3]. Namun, kondisi tersebut sudah lebih baik dari tahun-tahun sebelumnya yang mana terjadi pengurangan sampah sebesar 15,99% per tahun [3]. Pengurangan dimulai dari upaya pemerintah yang menetapkan kebijakan tentang pengelolaan sampah, termasuk menyediakan fasilitas pengelolaan sampah seperti program bank sampah untuk mengurangi masalah sampah yang ada. Regulasinya tertuang dalam Peraturan Menteri Lingkungan Hidup RI Nomor 13 Tahun 2012 [4].

Dari program yang dibuat pemerintah tersebut, wilayah tempat tinggal penulis di daerah Citeureup Kabupaten Bogor pun turut mendirikan bank sampah di tiap RW. Namun demikian, kurangnya pengepul sampah yang dapat menampung hasil bank sampah yang ada di lingkungan RW, Yudaurin hadir sebagai pengepul sampah yang membantu bank sampah untuk mengumpulkan dan menjual sampah. Berawal dari 1 mitra yang dimiliki Yudaurin, kini Yudaurin telah memiliki 4 mitra bank sampah dan 1 mitra dari instansi pemerintahan. Berdiri dengan nama Maulana Jaya, Yudaurin tidak hanya menjadi pengepul sampah dan melayani penjemputan

sampah, tapi juga terbuka terhadap masyarakat yang ingin menjadi mitra bank sampah.

Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2024 ada 221,56 juta pengguna internet di Indonesia dari total populasi 278,69 juta jiwa penduduk Indonesia di tahun 2023 [5]. Hal itu membuat tingkat penetrasi internet di Indonesia naik 1,4%, yaitu menjadi 79,5% [5]. Melihat tingkat pengguna internet menjadikan peluang yang tepat untuk Yudaurin turut merambah ke dunia *digital marketing*. Selain itu terdapat dua aspek permasalahan lain yang dialami usaha ini. Pertama, lokasi yang kurang spesifik menyulitkan calon pelanggan untuk menemukan usaha ini. Kedua, keterbatasan dalam pemasaran disebabkan oleh minimnya pemahaman pemilik usaha mengenai pentingnya digitalisasi dalam mengembangkan bisnis.

Dari permasalahan di atas, penulis ingin melakukan optimasi *digital marketing* untuk Yudaurin menggunakan *tool digital marketing*. Salah satu *tool* yang digunakan adalah *Google My Business*. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Tsalis Kurniawan Husain, dkk. untuk pemilik usaha pembuatan batu bata, *Google My Business* adalah media *digital marketing* yang mudah dan terjangkau untuk UMKM yang ingin memperluas jangkauan pasar secara *online* [23].

Penelitian ini hanya berfokus pada penerapan *Google My Business* dalam pembuatan titik *maps digital* dan melengkapi informasi yang dibutuhkan untuk membuat akun bisnis Yudaurin di *Google My Business*. Untuk mengoptimalkan penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan mengambil data primer melalui kuesioner yang diisi oleh pelanggan dan calon pelanggan Yudaurin serta data sekunder dari fitur performa dan ulasan yang disediakan oleh *Google My Business*.

Dalam implementasinya, pengguna/calon pelanggan dapat menemukan usaha jual beli barang bekas dengan memasukkan kata kunci di kolom pencarian *Google*. Dari hasil pencarian tersebut dapat dianalisis perilaku pengguna/calon pelanggan melalui fitur performa yang mana dari fitur tersebut dapat diketahui bagaimana pengguna/calon pelanggan menemukan informasi dari usaha jual beli barang bekas Yudaurin. Selain melalui fitur performa, *insight* juga diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada para pelanggan Yudaurin. Dari *insight* yang diperoleh, dapat

disimpulkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan *Google My Business* untuk usaha jual beli barang bekas Yudaurin dan dampaknya terhadap *brand awareness*. Dengan demikian, diharapkan Yudaurin dapat memperkuat keberadaannya dalam dunia digital dan memperluas jangkauan bisnisnya.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, didapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pemanfaatan *Google My Business* untuk dapat meningkatkan *brand awareness* pada bisnis jual beli barang bekas Yudaurin?
2. Bagaimana pengaruh serta evaluasi yang dihasilkan melalui pemanfaatan *Google My Business* terhadap bisnis jual beli barang bekas?

## **1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, didapat tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan *Google My Business* untuk bisnis jual beli barang bekas.
2. Untuk mengetahui pengaruh serta evaluasi yang dihasilkan melalui pemanfaatan *Google My Business* terhadap bisnis jual beli barang bekas.

Selain tujuan di atas, manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan pemahaman terkait potensi *Google My Business* sebagai *tool* untuk meningkatkan *brand awareness* terhadap usaha khususnya jual beli barang bekas Yudaurin.
2. Meningkatkan *brand awareness* Yudaurin untuk memperkuat jaringan bisnis.
3. Memberikan pengetahuan baru bagi peneliti, praktisi bisnis, dan pihak-pihak terkait pentingnya *brand awareness* untuk usaha atau bisnis serupa.

#### 1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah penelitian ini mencakup:

1. Penelitian berlangsung selama 3 bulan, mulai dari April hingga Juni 2024.
2. Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang terjadi jika usaha jual beli barang bekas Yudaurin menggunakan *Google My Business* sebagai *tool* untuk mengetahui *brand awareness*.
3. Penelitian juga akan mengevaluasi *insight* yang diperoleh dari fitur performa yang disediakan oleh *Google My Business* dan hasil kuesioner.
4. Penelitian tidak mencakup pemanfaatan situs web, media sosial Yudaurin, serta fitur tambahan info baru karena tidak ada penjadwalan dan pengunggahan konten secara berkala.
5. Fitur penawaran serta fitur berbayar seperti *Google Ads* dan *e-mail* khusus bisnis juga tidak termasuk dalam penelitian ini.
6. Fitur pengambilan dan pengiriman tidak digunakan dalam penelitian ini karena usaha belum mampu melakukan pengambilan atau jemput barang ke pelanggan di luar wilayah usaha Yudaurin.
7. Banyaknya responden hanya terbatas pada 70 orang karena kuesioner hanya dibagikan kepada calon pelanggan dan pelanggan yang pernah bertransaksi dengan Yudaurin saja.
8. Pengujian hanya menggunakan skala *Likert*.

#### 1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dan penyusunan tugas akhir ini dengan urutan sebagai berikut:

**BAB I PENDAHULUAN.** Pada bab ini berisi penjelasan terkait hal-hal atau kondisi yang melatarbelakangi suatu masalah. Pada bab ini, tentunya menjelaskan latar belakang penelitian dan identifikasi masalah yang akan diteliti, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan masalah, serta sistematika penulisan.

**BAB II KAJIAN LITERATUR.** Pada bab ini, berisi penjelasan beberapa hal penting dari penelitian yang dilakukan untuk membantu dalam pemahaman tentang konsep-konsep terkait seperti profil Yudaurin, *brand*



*awareness, digital marketing*, metode kuantitatif, metode pengujian dan *tools* penelitian, serta penelitian serupa yang dijadikan bahan perbandingan untuk permasalahan yang diangkat.

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN.** Pada bab ini, berisi penjelasan mengenai tahapan penelitian yang dilakukan, rancangan penelitian yang mencakup jenis penelitian yang digunakan. Pada bagian ini, dijelaskan juga terkait metode analisis dan pengumpulan data, metode pengujian, metode implementasi dan evaluasi penelitian, serta lingkungan pengembangan.

**BAB IV IMPLEMENTASI DAN EVALUASI.** Pada bab ini, berisi penguraian dari rencana yang diimplementasikan, hasil yang diperoleh, serta evaluasi terhadap penelitian yang dilakukan. Bagian ini juga menjelaskan terkait pelaksanaan penelitian dan analisis hasil dari pemanfaatan *Google My Business*.

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.** Pada bab ini, berisi ringkasan atau kesimpulan jawaban dari rumusan masalah yang diperoleh dari hasil implementasi dan evaluasi. Selain itu, dalam bab ini berisi saran dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya berdasarkan temuan kekurangan dalam penelitian.

STT - NF

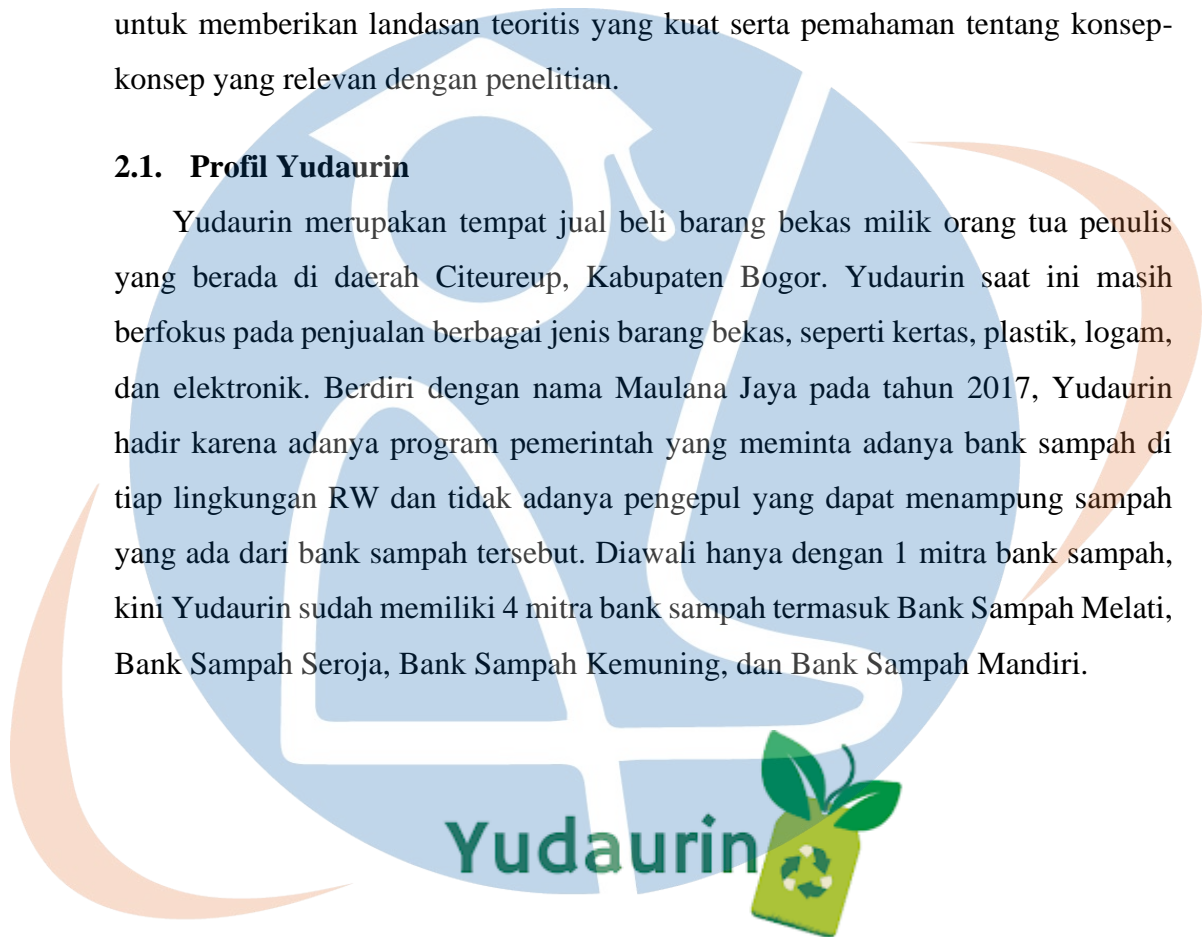


## BAB II KAJIAN LITERATUR

Bab ini berisi dasar-dasar teori yang relevan dengan topik yang akan dibahas, khususnya pada penggunaan *Google My Business* (GMB) untuk meningkatkan *brand awareness* pada bisnis jual beli barang bekas. Tinjauan literatur ini bertujuan untuk memberikan landasan teoritis yang kuat serta pemahaman tentang konsep-konsep yang relevan dengan penelitian.

### 2.1. Profil Yudaurin

Yudaurin merupakan tempat jual beli barang bekas milik orang tua penulis yang berada di daerah Citeureup, Kabupaten Bogor. Yudaurin saat ini masih berfokus pada penjualan berbagai jenis barang bekas, seperti kertas, plastik, logam, dan elektronik. Berdiri dengan nama Maulana Jaya pada tahun 2017, Yudaurin hadir karena adanya program pemerintah yang meminta adanya bank sampah di tiap lingkungan RW dan tidak adanya pengepul yang dapat menampung sampah yang ada dari bank sampah tersebut. Diawali hanya dengan 1 mitra bank sampah, kini Yudaurin sudah memiliki 4 mitra bank sampah termasuk Bank Sampah Melati, Bank Sampah Seroja, Bank Sampah Kemuning, dan Bank Sampah Mandiri.



Gambar 2.1 Logo Yudaurin.

Yudaurin tidak hanya menjadi pengepul sampah dan melayani penjemputan sampah untuk lokasi terdekat, tetapi Yudaurin juga memberikan layanan tabungan sampah dan terbuka bagi masyarakat yang ingin menjadi mitra bank sampah. Melalui layanan tabungan sampah, pelanggan dapat menyimpan sampah atau barang bekas mereka dan menukarnya dengan uang ketika dibutuhkan. Sampah atau barang bekas tersebut akan ditimbang dan diberi harga berdasarkan jenis serta kondisinya.

## 2.2. Pemanfaatan *Google My Business*

*Google My Business* (GMB) merupakan platform yang disediakan oleh *Google* untuk membantu pemilik bisnis dalam mempromosikan dan mengelola bisnis secara *online* [6]. Selain itu, *Google My Business* juga menampilkan bisnis di seluruh produk *Google*, seperti penelusuran *Google* dan *Google Maps*. Melalui *Google My Business*, dapat meningkatkan visibilitas bisnis dan daya saing bisnis *online* [7]. Dengan memanfaatkan platform *Google My Business*, pemilik bisnis dapat mengurangi biaya promosi yang cukup mahal, sehingga dengan menggunakan platform ini mampu membantu biaya operasional serta penggunaannya yang fleksibel karena mudah diakses menggunakan perangkat apa pun [8].

Manfaat yang diperoleh jika bisnis menggunakan *Google My Business* sebagai salah *tool* untuk memasarkan usaha adalah sebagai berikut:

1. Memberikan informasi yang tepat mengenai suatu bisnis dan memastikan data yang tercantum di *Google Maps* selalu diperbarui, sehingga info bisnis yang ada dapat menarik perhatian calon pelanggan dengan informasi yang akurat.
2. Membuka peluang untuk menerima ulasan dan penilaian dari pelanggan agar dapat berinteraksi dengan pelanggan, merespons masukan, dan memperbaiki layanan atau produk berdasarkan umpan balik yang diberikan.
3. Menarik konsumen baru untuk meningkatkan kunjungan serta membantu meningkatkan kepercayaan pelanggan [9].

*Google My Business* merupakan alat yang berguna dalam memasarkan bisnis secara *online* yang memiliki banyak fitur yang menyesuaikan dengan tiap-tiap jenis usaha. Berikut merupakan fitur *Google My Business* yang dapat dimanfaatkan untuk usaha seperti toko atau *store* [14]:

1. **Edit profil.** Pemilik bisnis dapat menambahkan informasi seputar bisnis seperti nama bisnis, kategori bisnis, deskripsi, kontak, lokasi, jam buka, dan lainnya.

2. **Edit produk.** Pemilik bisnis dapat menambahkan dan mengedit produk yang dimiliki secara detail, karena di dalamnya terdapat kolom untuk menambahkan deskripsi produk.
3. **Edit layanan.** Fitur ini dapat digunakan oleh pemilik bisnis untuk menambahkan layanan khusus yang ditawarkan oleh bisnis tersebut.
4. **Baca ulasan.** Melalui fitur ini, pemilik bisnis dapat membaca ulasan yang diberikan oleh pengguna, termasuk dapat melihat rating dan akumulasi dari rating yang diberikan pengguna. Melalui fitur ini juga, pemilik bisnis dapat mengevaluasi bisnisnya karena biasanya pengguna memberikan saran dan masukan dari pengalamannya terhadap bisnis tersebut.
5. **Pesan.** Pesan merupakan fitur yang paling memudahkan pemilik bisnis dan pengguna untuk berinteraksi secara personal, karena melalui fitur ini pengguna dapat langsung berinteraksi tanpa harus melalui platform lain.
6. **Pengambilan dan pengiriman.** Fitur ini memberikan opsi kepada pengguna untuk pengambilan dan pengiriman dengan menambahkan *link* ke situs penyedia layanan.
7. **Foto.** Ini merupakan fitur semacam album foto, di mana pemilik bisnis dapat melihat dan menambahkan foto terkait bisnisnya.
8. **T&J.** T&J atau fitur tanya jawab merupakan fitur yang disediakan untuk para pengguna dapat berinteraksi, baik itu sesama pelanggan atau pelanggan dengan pemilik bisnis. Berbeda dengan fitur pesan, percakapan dalam fitur ini biasanya bersifat umum dengan kata lain dapat dilihat oleh siapa pun.
9. **Performa.** Performa merupakan fitur yang digunakan untuk melihat data analitik yang disediakan oleh *Google*. Data yang ditampilkan pada fitur ini seperti interaksi profil bisnis, performa produk, cara pengguna menemukan bisnis, frekuensi panggilan telepon, dan lain sebagainya.
10. **Tambahkan info baru.** Pada bagian ini, pemilik bisnis dapat menambahkan info terbaru seperti unggahan foto dan video, penawaran, serta acara yang akan diselenggarakan oleh bisnis tersebut.
11. **Beriklan.** Fitur ini membantu pemilik bisnis menjangkau pasar yang lebih luas dengan mengiklankan bisnisnya di *Google* atau *Google Ads*. Melalui

fitur ini, pengguna biasanya dapat menemukan bisnisnya pada tampilan teratas mesin pencarian *Google*.

12. **Minta ulasan.** Dengan fitur ini, pemilik bisnis dapat meminta ulasan kepada siapa pun melalui *e-mail*, *Whatsapp*, *Facebook*, atau platform lain. Pemilik bisnis tinggal mengklik fiturnya, lalu menyalin *link* ulasan dan membagikannya ke platform yang diinginkan.

### 2.3. *Brand Awareness*

*Brand awareness* (Kesadaran merek) adalah kondisi di mana seseorang memiliki kemampuan untuk mengenali dan mengingat suatu merek dalam kategori produk tertentu. Ini muncul ketika calon konsumen merasa familier atau mengenali merek tersebut. Tingkat kesadaran merek dapat bervariasi, tetapi semakin mudah suatu merek dikenali oleh masyarakat, semakin tinggi posisinya [10]. Penting bagi sebuah bisnis untuk memperhatikan tingkat kesadaran merek guna memahami sejauh mana konsumen mengenal dan mengingat merek tersebut [11].

### 2.4. *Digital Marketing*

*Digital marketing* (pemasaran digital) adalah implementasi strategi pemasaran menggunakan platform digital untuk berinteraksi dengan pelanggan atau calon pelanggan [12]. *Digital marketing* adalah upaya memasarkan produk melalui pendekatan yang lebih modern dengan memanfaatkan koneksi internet dan teknologi digital [13]. Pemasaran digital telah terbukti memberikan sejumlah keuntungan yang signifikan, seperti:

1. Meningkatkan volume penjualan.
2. Mengurangi biaya promosi.
3. Memperluas jangkauan pasar.
4. Hasilnya lebih efektif.
5. Keberhasilannya dapat diukur.
6. Menciptakan saluran komunikasi yang efektif dengan konsumen.
7. Memfasilitasi pemantauan perubahan bisnis dengan lebih mudah.
8. Membantu bisnis bersaing dengan perusahaan besar [12][13].

## 2.5. Metode Kuantitatif

Metode kuantitatif merupakan metode yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data dengan angka. Tujuannya adalah untuk menggunakan data kuantitatif yang dapat diukur untuk memberikan pemahaman yang lebih jelas tentang fenomena yang diteliti. Metode ini memungkinkan penulis untuk memberikan gambaran, penjelasan, dan analisis hubungan antar variabel [17]. Penelitian dengan metode kuantitatif biasanya menggunakan sampel representatif dan menerapkan pendekatan yang terstruktur, instrumen pengukuran standar, pengumpulan data numerik, dan analisis statistik untuk memvalidasi dan menguji hipotesis [17]. Pendekatan ini juga bertujuan untuk menggeneralisasi hasil temuan ke populasi yang lebih luas [17].

## 2.6. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Instrumen yang digunakan dalam penelitian dapat dianggap baik atau tidaknya berdasarkan validitas dan reliabilitasnya [18]. Validitas mengacu pada sejauh mana instrumen tersebut mengukur dengan tepat apa yang seharusnya diukur, sementara reliabilitas mengukur seberapa konsisten dan dapat diandalkan instrumen tersebut [18]. Reliabilitas digunakan untuk mengukur seberapa tepat dan konsisten suatu instrumen yang menunjukkan bahwa instrumen tersebut dapat diandalkan [19]. Keduanya penting untuk memastikan bahwa hasil penelitian mencerminkan fenomena yang diteliti dan dapat diulang dengan hasil data yang sebanding [19].

## 2.7. Skala Likert

Skala *Likert* merupakan metode pengukuran yang digunakan untuk mengevaluasi pendapat, sikap, dan persepsi individu atau kelompok [20]. Skala *Likert* biasanya terdiri dari serangkaian pernyataan yang harus dijawab dengan tingkat persetujuan tertentu. Dikembangkan oleh *Rensis Likert* pada 1932, skala ini berguna dalam mengukur tingkat intensitas sikap atau perasaan terhadap suatu objek tertentu [21]. Tabel berikut menggambarkan nilai skala *Likert* setiap jawaban responden:



Tabel 2.1 Skala *Likert*.

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

## 2.8. *Google Form*

*Google Form* merupakan platform yang disediakan oleh *Google* untuk membantu dalam mengumpulkan data dari responden secara *online*. Data yang diperoleh dapat dilakukan analisis respons secara *real time* dan otomatis akan masuk ke dalam *Google Sheet* [15]. Berikut langkah umum dalam menggunakan *Google Form*:

1. **Membuat formulir baru di *Google Form*.** Membuat formulir baru dapat dengan menggunakan formulir kosong atau dengan menggunakan *template* yang telah disediakan. Masukkan pertanyaan yang relevan, serta menentukan format jawaban sesuai dengan pertanyaan yang digunakan, misal jawaban singkat atau panjang, pilihan ganda atau *checkbox*, skala *Likert* atau pertanyaan terbuka [15].
2. **Mengirim formulir yang sudah diedit.** Setelah membuat daftar pertanyaan di *Google Form*, lalu menyesuaikan tampilan, selanjutnya formulir dapat langsung dibagikan ke responden dengan membagikannya melalui tautan langsung, mengirimkan melalui email atau dengan menyematkan di situs web atau blog [15].
3. **Analisis respons.** Setelah mendapatkan tanggapan dari responden, data yang terkumpul dapat dianalisis baik secara langsung melalui diagram yang tersedia secara *real time* atau secara manual melalui *Google Sheet* [15].

## 2.9. *Google Sheet*

*Google Sheet* merupakan salah satu *tool* yang disediakan oleh *Google* secara *real time*, gratis, yang dapat diakses kapan pun dan di mana pun, bahkan tanpa koneksi internet [16]. Pemanfaatan *Google Sheet* pada penelitian ini adalah untuk mengelola dan menganalisis hasil kuesioner. *Google Sheet* membantu memberikan

kemudahan dalam mengumpulkan, mengatur, dan menganalisis data. Selain itu, berbagai *add on* dan fungsi yang tersedia dalam *Google Sheet* membantu pengguna untuk menganalisis data, serta memungkinkan untuk melakukan berbagai jenis analisis statistik dan visualisasi data dengan mudah [16].

## 2.10. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan sekumpulan objek atau subjek dengan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya. Sedangkan, sampel merupakan bagian dari populasi jumlah dan karakteristik spesifik [28]. Untuk menentukan sampel dalam penelitian, dapat menggunakan salah satu dari teknik sampling yang dibagi menjadi 2 macam yaitu *Probability Sampling* dan *Non-Probability Sampling*. *Probability Sampling* adalah teknik yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi, sedangkan *Non-Probability Sampling* hanya memberikan peluang pada anggota populasi tertentu saja [28].

## 2.11. Rumus Lemeshow

Rumus *Lemeshow* merupakan salah satu rumus yang biasa digunakan untuk menghitung ukuran sampel dalam penelitian kuantitatif ketika total populasi tidak diketahui secara pasti [29]. Rumus *Lemeshow*, yang dikenalkan oleh seorang ahli statistik dan epidemiologi Stanley Lemeshow, dibahas dalam jurnal *Adequacy of Sample Size in Health Studies* yang ditulis oleh Stanley Lemeshow, dkk. Jurnal ini membahas metode dan teknik untuk menghitung ukuran sampel untuk berbagai studi epidemiologi dan kesehatan masyarakat, termasuk cara menghitung ukuran sampel ketika populasi tidak diketahui, dan menyesuaikan ukuran sampel berdasarkan tingkat kepercayaan dan *margin of error* yang diinginkan [30]. Rumus yang digunakan dalam metode *Lemeshow* adalah seperti berikut ini.

$$n = \frac{z^2 \cdot P \cdot (1-P)}{d^2}$$

Rumus 2.1 Rumus *Lemeshow*.

Keterangan:

n: jumlah sampel yang dibutuhkan.

Z: nilai Z-skor yang sesuai dengan tingkat kepercayaan yang digunakan.

p: estimasi proporsi populasi yang ingin dihitung.

d: *Margin of error*.

## **2.12. Penelitian Terkait**

Penulis mengambil beberapa penelitian yang terkait dengan topik yang diteliti, dan berikut merupakan penjelasan lebih lengkap tentang penelitian terkait:

### **2.12.1. Implementasi *Google My Business* sebagai *Media Digital Marketing*.**

Penelitian yang ditulis oleh Tsalis Kurniawan Husain, Alam Budiman Thamsi, dan Farizah Dhaifina Amran pada tahun 2022 ini menggunakan metode partisipasi dan pendampingan didukung dengan *tool Google My Business* sebagai *media digital marketing*. Hasil dari penelitian ini adalah terdapatnya usaha mitra pada *Google Maps* dan *Google My Business* yang menunjukkan bahwa selama 1 bulan terakhir sejak diimplementasikan, sebanyak 325 kali calon pelanggan menemukan usaha mitra di internet. Hal ini menunjukkan akun *Google My Business* mitra telah berfungsi dengan baik dan mampu menjadi *media digital marketing* yang mudah dan terjangkau untuk UMKM yang kesulitan memasarkan produknya secara *online* dengan jangkauan pasar yang lebih luas. Korelasi penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan adalah penelitian yang sama-sama membahas tentang membantu usaha dalam mendigitalisasi suatu usaha menggunakan *Google My Business* utamanya dalam meningkatkan *brand awareness* [23].

### **2.12.2. Transformasi Pemasaran di Era Digital: Optimalisasi *Landing Page* untuk Meningkatkan *Brand Awareness* pada Jasa Pengepul Sampah - Karung Sampah.**

Penelitian yang ditulis oleh Erica Trisnawati, dan R. Yuniardi Rusdianto pada tahun 2024 ini menggunakan metode pendekatan kualitatif melalui observasi dan analisis menggunakan *Google Search Console* dan *Google Analytic*. Hasil dari penelitian ini adalah optimasi *landing page* yang mampu mendorong *brand awareness* pada jasa pengepul sampah. Korelasi penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan adalah tentang bagaimana



proses digitalisasi usaha dapat meningkatkan *brand awareness* khususnya pada usaha jual beli barang bekas atau jasa pengepul sampah [24].

### **2.12.3. Pemanfaatan *Google My Business* sebagai Alat promosi UMKM pada Pembuatan Tempe di Desa Paya Gambar.**

Penelitian yang ditulis oleh Sunilfa Maharani Tanjung, M. Oemar Abdillah, M. Jaffar Rayhannur, Laura Melsya, Farhan Rusdy Asyhary Lubis, dan Usiono pada tahun 2023 ini menggunakan metode pendampingan, observasi lapangan, dan wawancara didukung dengan *tool Google My Business* sebagai media *digital marketing*. Hasil dari penelitian ini adalah terdaptarnya usaha mitra pada *Google Maps* dan *Google My Business*, selain itu dapat meningkatkan visibilitas, citra positif dan omset penjualan. Evaluasi dari penelitian ini adalah dengan melakukan pemantauan untuk melihat perkembangan dan performa promosi yang dipantau secara berkala. Korelasi penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan adalah penelitian yang sama-sama membahas tentang membantu usaha dalam mendigitalisasi suatu usaha menggunakan *Google My Business* khususnya dalam meningkatkan *brand awareness* [25].

Sesuai dengan penjelasan sebelumnya, untuk daftar penelitian terkait dapat dilihat pada Tabel 2.2 berikut ini:

STT - NF

Tabel 2.2 Penelitian Terkait.

No	Nama dan Tahun	Judul	Topik	Subjek	Hasil
1	Tsalis Kurniawan Husain, Alam Budiman Thamsi, dan Farizah Dhaifina Amran, 2022.	Implementasi <i>Google My Business</i> sebagai Media <i>Digital Marketing</i> .	<i>Digital Marketing</i> .	<i>Google My Business</i> .	<i>Google My Business</i> berfungsi dengan baik sebagai media <i>digital marketing</i> dibuktikan dengan usaha mitra ditemukan 325 kali dalam 1 bulan.
2	Erica Trisnawati, dan R. Yuniardi Rusdianto, 2024.	Transformasi Pemasaran di Era Digital: Optimalisasi <i>Landing Page</i> untuk Meningkatkan <i>Brand awareness</i> pada Jasa Pengepul Sampah - Karung Sampah.	<i>Digital Marketing</i> .	<i>Landing Page</i> .	Optimasi <i>landing page</i> untuk mendorong <i>brand awareness</i> jasa pengepul sampah.
3	Sunilfa Maharani Tanjung, M. Oemar Abdillah, M. Jaffar Rayhannur, Laura Melsya, Farhan Rusdy Asyhary Lubis, Usiono, 2023.	Pemanfaatan <i>Google My Business</i> Sebagai Alat Promosi UMKM pada Pembuatan Tempe di Desa Paya Gambar.	<i>Digital Marketing</i> .	<i>Google My Business</i> .	<i>Google My Business</i> meningkatkan visibilitas, citra positif, dan omset penjualan untuk para UMKM di Desa Paya Gambar.

STT - NF

#### 2.12.4. Perbandingan Penelitian

Tabel 2.3 Perbandingan Penelitian.

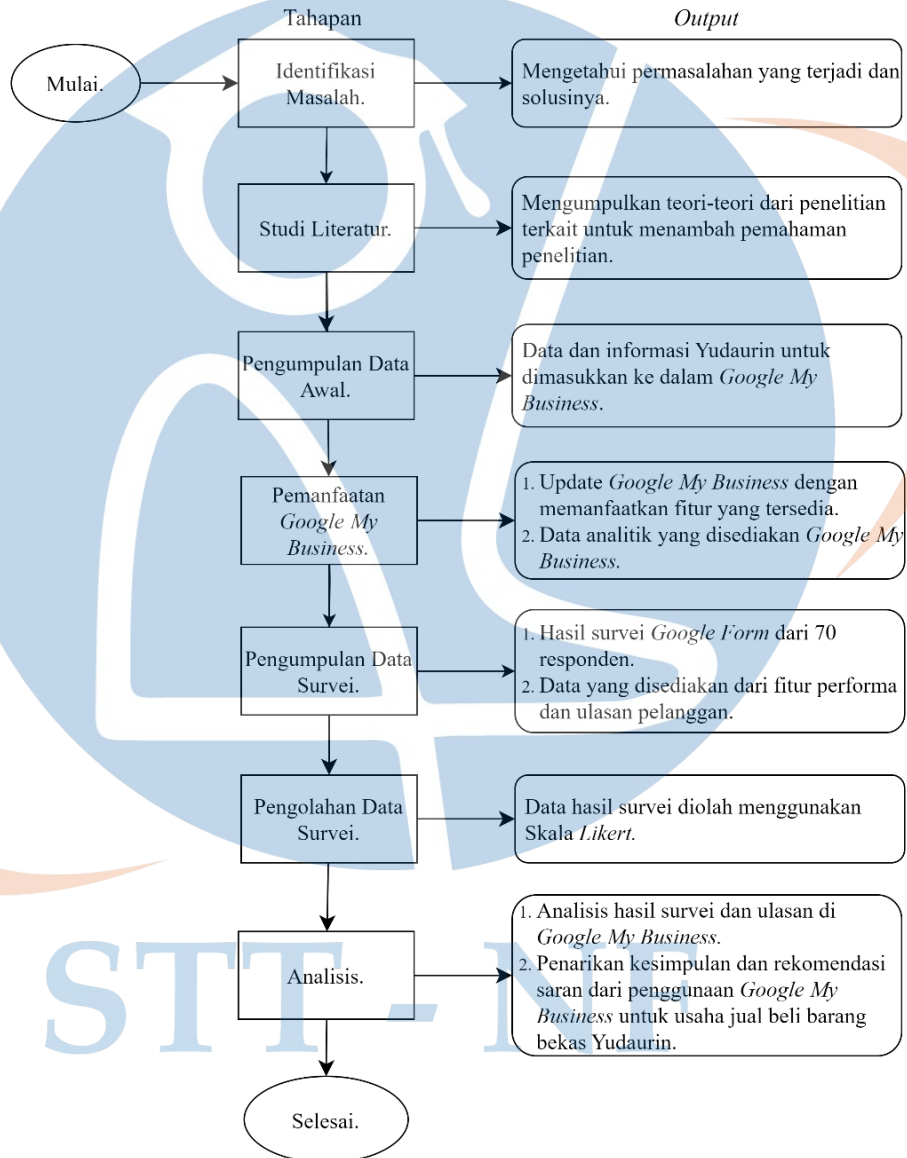
Aspek Perbandingan	Implementasi <i>Google My Business</i> sebagai Media <i>Digital Marketing</i>	Transformasi Pemasaran di Era Digital: Optimalisasi <i>Landing Page</i>	Pemanfaatan <i>Google My Business</i> Sebagai Alat Promosi UMKM	Analisis Implementasi <i>Google My Business</i> dalam Meningkatkan <i>Brand awareness</i> Bisnis Jual Beli Barang Bekas - Yudaurin
Penulis dan Tahun	Tsalis Kurniawan Husain, Alam Budiman Thamsi, dan Farizah Dhaifina Amran, 2022.	Erica Trisnawati, dan R. Yuniardi Rusdianto, 2024.	Sunilfa Maharani Tanjung, M. Oemar Abdillah, M. Jaffar Rayhannur, Laura Melsya, Farhan Rusdy Asyhary Lubis, Usiono, 2023.	Siti Nurcholis, 2024.
Objek Penelitian	<i>Google My Business</i> sebagai media <i>digital marketing</i> .	Optimalisasi <i>landing page</i> untuk meningkatkan <i>brand awareness</i> pada jasa pengepul sampah - Karung Sampah.	<i>Google My Business</i> sebagai alat promosi UMKM pada pembuatan tempe di Desa Paya Gambar.	<i>Google My Business</i> untuk meningkatkan <i>brand awareness</i> pada bisnis jual beli barang bekas – Yudaurin.

Aspek Perbandingan	Implementasi <i>Google My Business</i> sebagai Media <i>Digital Marketing</i>	Transformasi Pemasaran di Era Digital: Optimalisasi <i>Landing Page</i>	Pemanfaatan <i>Google My Business</i> Sebagai Alat Promosi UMKM	Analisis Implementasi <i>Google My Business</i> dalam Meningkatkan <i>Brand awareness</i> Bisnis Jual Beli Barang Bekas - Yudaurin
Fokus Utama	Implementasi <i>Google My Business</i> sebagai strategi <i>digital marketing</i> .	Meningkatkan <i>brand awareness</i> melalui optimalisasi <i>landing page</i> .	Pemanfaatan <i>Google My Business</i> sebagai alat promosi UMKM.	Meningkatkan <i>brand awareness</i> melalui pemanfaatan <i>Google My Business</i> .
Metode Penelitian	Penyuluhan, mediasi, serta monitoring dan evaluasi.	Kualitatif.	Pendekatan pendampingan/ Kualitatif.	Kuantitatif.
Hasil Penelitian	<i>Google My Business</i> berfungsi dengan baik sebagai media <i>digital marketing</i> dibuktikan dengan usaha mitra ditemukan 325 kali dalam 1 bulan.	Optimasi <i>landing page</i> untuk mendorong <i>brand awareness</i> jasa pengepul sampah.	<i>Google My Business</i> meningkatkan visibilitas, citra positif, dan omset penjualan untuk para UMKM di Desa Paya Gambar.	Tingkat <i>brand awareness</i> sebelum dan sesudah memanfaatkan <i>Google My Business</i> .

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1. Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian yang penulis lakukan dapat dilihat pada gambar 3.1 di bawah ini:



Gambar 3.1 Tahapan Penelitian.

Berdasarkan alur pada Gambar 3.1, berikut merupakan penjelasan mengenai tahapan penelitian yang dilakukan penulis:

1. **Identifikasi Masalah.** Mengidentifikasi masalah yang terjadi pada usaha jual beli barang bekas yang dimiliki orang tua. Penulis mengamati dan memahami masalah yang perlu diselesaikan serta menetapkan tujuan penelitian.
2. **Studi Literatur.** Melakukan studi literatur terkait *brand awareness*, pemanfaatan *Google My Business*, kajian teori keilmuan lain yang relevan, kajian teori mengenai *tools* penelitian yang digunakan, serta penelitian terkait.
3. **Pengumpulan Data Awal.** Mengumpulkan data dan informasi Yudaurin untuk dimasukkan ke dalam *Google My Business* agar informasi yang ditampilkan akurat.
4. **Pemanfaatan *Google My Business*.** Memperbarui informasi di akun *Google My Business* milik Yudaurin. Selain itu, penulis juga memanfaatkan fitur seperti edit profil, edit produk, ulasan, foto, pesan, tanya jawab, termasuk data analitik yang disediakan oleh *Google My Business*.
5. **Pengumpulan Data Survei.** Membuat survei menggunakan *Google Form* lalu membagikan kepada 70 responden.
6. **Pengolahan Data Survei.** Data hasil survei yang telah dikumpulkan diolah menggunakan skala *Likert*.
7. **Analisis.** Analisis data ini melibatkan dua sumber utama yaitu survei, data yang diperoleh dari fitur performa, serta ulasan pelanggan untuk dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini.

### 3.2. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian ini disusun sebagai tahap awal yang akan menjelaskan lebih rinci mengenai langkah-langkah yang akan dilakukan pada penelitian ini.

#### 3.2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatif yang menguji pemanfaatan *Google My Business* dalam meningkatkan *brand awareness* (kesadaran merek). Selain itu, penelitian ini melakukan analisis terhadap faktor yang berkaitan dengan *brand awareness* dan bagaimana pemanfaatan *Google My Business* dapat mempengaruhinya. Penelitian ini juga



menganalisis data statistik dari pencarian *Google Maps* dan *Google Search* untuk mengukur peningkatan visibilitas dan keterlibatan *online*.

### 3.2.2 Metode Analisis Data

Metode analisis data dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif, dan dari metode tersebut penulis akan menilai seberapa pengaruh penggunaan *Google My Business* dalam membangun *brand awareness*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer diperoleh dari hasil kuesioner yang dibuat menggunakan *Google Form*. Kuesioner tersebut akan dibagikan kepada calon pelanggan dan pelanggan sebanyak 70 orang melalui *chat Whatsapp*.
2. Data sekunder diperoleh dari ulasan dan data analitik yang disediakan oleh *Google My Business* melalui fitur performa, seperti jumlah tampilan profil, interaksi profil bisnis dari pengguna terhadap profil *Google My Business* Yudaurin, serta cara pengguna menemukan bisnis Yudaurin.

### 3.2.3 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan beberapa metode, seperti:

1. **Kuesioner.** Kuesioner disebarikan secara *online* melalui *Google Form*. Kuesioner dibuat dan diklasifikasikan berdasarkan jenis jawaban, seperti bagian identifikasi responden yang berisi pertanyaan terkait nama, nomor *handphone*, jenis kelamin, usia, domisili, dan pekerjaan. Selain itu, terdapat juga pernyataan yang menggunakan skala *Likert* sebagai jawaban. Tabel 3.1 berikut merupakan daftar pernyataan yang menggunakan bentuk skala *Likert* yang akan dimasukkan ke dalam kuesioner:

Tabel 3.1 Daftar Pernyataan.

No	Kode	Pernyataan
1	P1	Saya pernah mencari informasi tentang jual beli barang bekas di <i>Google</i> .
2	P2	<i>Google My Business</i> memudahkan saya untuk mencari informasi tentang berbagai tempat jual beli barang bekas.
3	P3	Saya pernah melihat profil bisnis usaha jual beli barang bekas di <i>Google My Business</i> .
4	P4	Saya pernah membaca ulasan pada profil usaha jual beli barang bekas di <i>Google My Business</i> .
5	P5	Saya pernah melihat foto-foto pada profil usaha jual beli barang bekas di <i>Google My Business</i> .
6	P6	Saya pernah berinteraksi dengan usaha jual beli barang bekas di <i>Google My Business</i> melalui fitur pesan.
7	P7	Saya pernah berinteraksi dengan usaha jual beli barang bekas di <i>Google My Business</i> melalui fitur tanya jawab (T&J).
8	P8	Saya mengetahui tempat jual beli barang bekas Yudaurin melalui <i>Google My Business</i> .
9	P9	Informasi di <i>Google My Business</i> Yudaurin mudah dipahami.
10	P10	Saya pernah membaca ulasan pada profil Yudaurin di <i>Google My Business</i> .
11	P11	Saya pernah melihat foto-foto pada profil Yudaurin di <i>Google My Business</i> .
12	P12	Saya pernah memberikan ulasan untuk Yudaurin di <i>Google My Business</i> .
13	P13	Saya pernah berinteraksi melalui fitur pesan dengan Yudaurin di <i>Google My Business</i> .
14	P14	Saya pernah berinteraksi melalui fitur tanya jawab (T&J) dengan Yudaurin di <i>Google My Business</i> .
15	P15	Saya pernah berkomunikasi dengan Admin Yudaurin melalui <i>Whatsapp</i> .



No	Kode	Pernyataan
16	P16	Pelayanan Yudaurin dalam proses penjualan barang bekas sudah baik.
17	P17	Harga yang diberikan Yudaurin lebih kompetitif dibandingkan dengan pengepul lain.
18	P18	Produk yang dibeli oleh Yudaurin bervariasi.
19	P19	Saya akan merekomendasikan Yudaurin untuk tempat jual beli barang bekas ke orang sekitar.

2. **Fitur Performa *Google My Business*.** Fitur ini menampilkan data analitik mengenai seberapa sering profil bisnis muncul dalam hasil penelusuran *Google*, berapa kali profil dilihat, dan bagaimana interaksi pengguna dengan profil bisnis [14].
3. **Ulasan.** Data yang diambil dari ulasan pelanggan pada profil bisnis di GMB. Penulis mengumpulkan ulasan yang terkait dengan bisnis jual beli barang bekas, dan dari ulasan tersebut dapat memberikan wawasan tentang bagaimana pelanggan memandang bisnis, dan seberapa puas pelanggan dengan layanan.

#### 3.2.4 Metode Pengujian

Dalam penelitian ini, dilakukan pengujian untuk mengetahui hasil dari pemanfaatan *Google My Business* terhadap *brand awareness* pada usaha jual beli barang bekas. Setelah mengumpulkan hasil kuesioner, pengujian dilakukan menggunakan skala *Likert* melibatkan beberapa langkah sistematis berikut ini:

1. Pertama, data dikumpulkan melalui pengisian angket dengan pertanyaan terkait kondisi atau fenomena yang diteliti.
2. Selanjutnya, data diklasifikasikan berdasarkan jenis jawaban yang diberikan oleh responden, seperti “setuju” atau “tidak setuju”, dan dijumlahkan untuk setiap kategori jawaban.

3. Kemudian, bobot diberikan pada setiap kategori jawaban, misalnya dengan memberikan nilai numerik seperti 4 untuk “setuju” hingga 1 untuk “tidak setuju”. Total skor kemudian dihitung dengan mengalikan jumlah jawaban dengan bobot masing-masing dan menjumlahkannya.
4. Terakhir, hasil penelitian dievaluasi dengan menghitung persentase, di mana indeks persentase diperoleh dengan membagi total skor dengan skor maksimum kemudian dikalikan dengan 100 [22].

### **3.2.5 Metode Implementasi dan Evaluasi**

Metode implementasi yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengoptimalkan profil bisnis di *Google My Business* dengan memanfaatkan fitur edit profil, edit produk, edit layanan, baca ulasan, pesan, foto, T&J, performa, dan minta ulasan.
2. Membuat dan menyebarkan kuesioner kepada responden.
3. Melakukan pengumpulan dan pengolahan data.

Untuk metode evaluasi yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis data melalui hasil kuesioner, ulasan pelanggan, serta data analitik yang disediakan *Google My Business*.
2. Penarikan kesimpulan dan evaluasi terkait pemanfaatan *Google My Business* dan layanan yang diberikan.

### **3.2.6 Lingkungan Pengembangan**

Penelitian ini dilakukan untuk usaha jual beli barang bekas milik orang tua penulis yang berlokasi di Citeureup, Kabupaten Bogor, Jawa Barat.

Adapun alat dan bahan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Laptop Dell *Inspiron 15*.
  - a. *Processor: Intel core i3.*
  - b. *RAM: 4GB.*

c. *System Type: 64-bit Operating System.*

Ini merupakan perangkat utama penulis yang digunakan untuk mendokumentasikan penelitian.

2. *Microsoft Office 2016.*

Produk *Microsoft Office 2016* yang digunakan untuk menyusun penelitian tugas akhir ini yaitu *Microsoft Word*.

3. *Browser.*

Menggunakan *browser* seperti *Chrome* dan *Microsoft Edge* untuk mengakses berbagai data dan informasi yang diperlukan untuk menunjang penelitian. Selain itu, menggunakan *browser* untuk mengakses *Google Drive* tempat menyimpan dokumentasi penelitian serta *Google Form* dan *Google Sheet* untuk keperluan pengumpulan data.

4. *Tool Sitasi.*

Untuk sitasi, penulis menggunakan ekstensi yang disediakan oleh *Google Docs* yaitu *Bibcitation Bibliography & Citation Generator*.

5. *Software SPSS.*

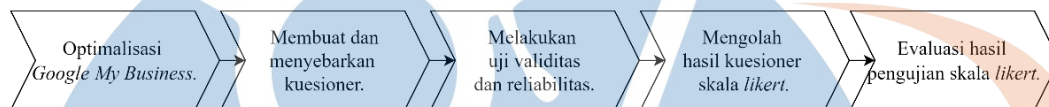
*Software* yang digunakan penulis untuk melakukan uji validitas dan uji reliabilitas.



STT - NF

## BAB IV IMPLEMENTASI DAN EVALUASI

Pada bab ini menjelaskan optimalisasi pemanfaatan *Google My Business* sebagai *tool* untuk meningkatkan *brand awareness* usaha jual beli barang bekas Yudaurin. Selain itu, pada bab ini juga akan ada lampiran hasil pengujian dan evaluasi dari implementasi yang telah dilakukan. Berikut *flowchart* atau alur yang diimplementasikan penulis dalam penelitian ini:



Gambar 4.1 Alur Implementasi Penelitian.

Pada Gambar 4.1 menggambarkan tahapan dari rancangan yang akan diimplementasikan, dan berikut ringkasan penjelasan dari tahapan yang akan diimplementasikan:

1. **Optimalisasi *Google My Business*.** Melakukan pemanfaatan melalui beberapa fitur pada *Google My Business* dengan melengkapi dan memperbarui informasi pada akun *Google My Business* Yudaurin.
2. **Membuat dan menyebarkan kuesioner.** Membuat kuesioner yang berisi pertanyaan terkait data diri dan pernyataan yang diukur dengan skala *Likert* dan menyebarkannya ke pelanggan dan calon pelanggan.
3. **Melakukan uji validitas dan reliabilitas.** Data yang diperoleh kemudian diuji untuk memastikan validitas dan reliabilitas instrumen (kuesioner). Penelitian ini melakukan uji validitas dan reliabilitas menggunakan *software SPSS*.
4. **Mengolah hasil kuesioner skala *Likert*.** Data dari kuesioner yang menggunakan skala *Likert* diolah dan dianalisis dengan menghitung skor total dan indeks persentase.
5. **Evaluasi hasil pengujian skala *Likert*.** Hasil analisis kuesioner dievaluasi untuk menarik kesimpulan mengenai pengaruh pemanfaatan *Google My Business* serta memberikan rekomendasi perbaikan.

#### **4.1. Optimalisasi Pemanfaatan *Google My Business***

Meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap bisnis *online* di *Google My Business* dapat dicapai dengan melengkapi informasi yang dimiliki suatu bisnis pada akun *Google My Business*. Oleh karena itu, penulis melakukan optimalisasi pemanfaatan *Google My Business* dengan cara sebagai berikut:

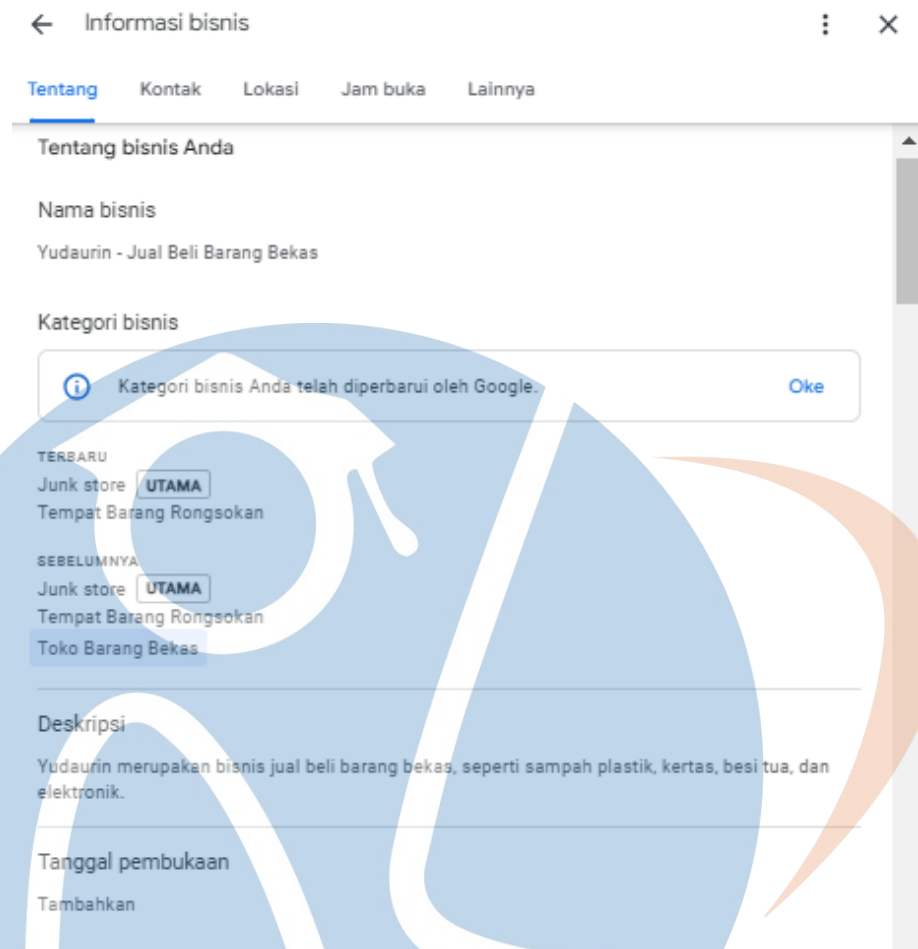
##### **4.1.1. Melengkapi dan Memperbarui Informasi Bisnis Yudaurin**

Langkah pertama dalam mengoptimalkan pemanfaatan *Google My Business* adalah dengan melengkapi dan memperbarui informasi pada akun bisnis Yudaurin. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa informasi yang ditampilkan di *Google My Business* Yudaurin akurat dan terkini. Untuk melengkapi dan memperbarui informasi bisnis, penulis memanfaatkan fitur edit profil. Pada fitur edit profil ada beberapa kategori informasi yang dapat dilengkapi dan diperbarui menyesuaikan dengan bisnis yang dijalankan, seperti informasi tentang bisnis, kontak, lokasi, jam buka, dan informasi lainnya.

##### **1. Informasi Tentang Bisnis**

Informasi yang pertama diubah adalah informasi tentang bisnis. Bagian ini berisi informasi seperti nama bisnis, kategori bisnis, deskripsi, dan tanggal pembukaan. Gambar 4.2 berikut menampilkan informasi tentang bisnis sebelum diperbarui.

STT - NF

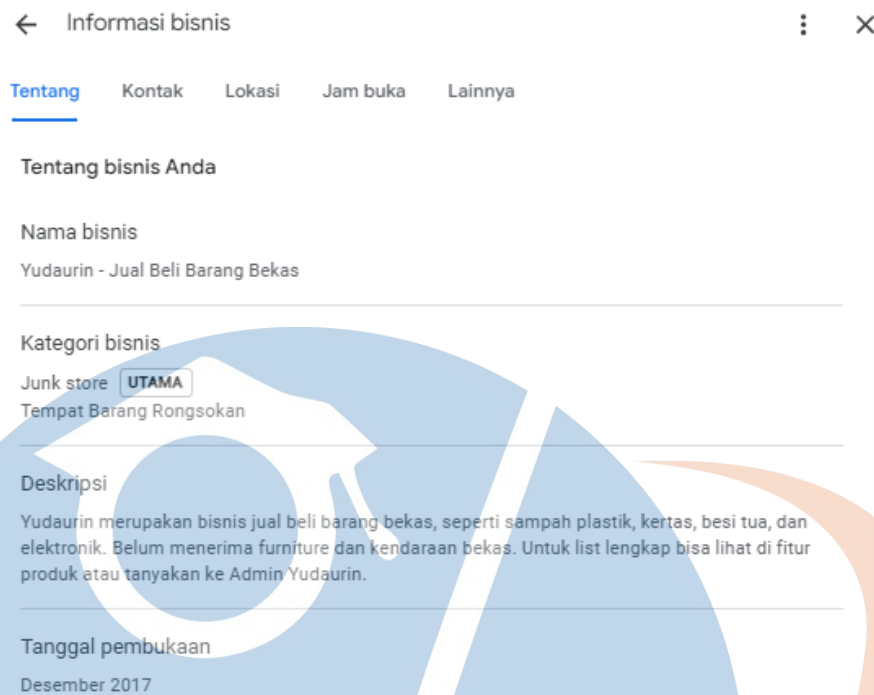


Gambar 4.2 Informasi Tentang sebelum diperbarui.

Gambar 4.2 menjelaskan kondisi sebelum ditambahkan informasi tentang bisnis yang mana deskripsi belum lengkap dan belum ada tanggal pembukaan. Adapun perubahan setelah dilakukan pembaruan dapat dilihat pada Gambar 4.3.

STT - NF



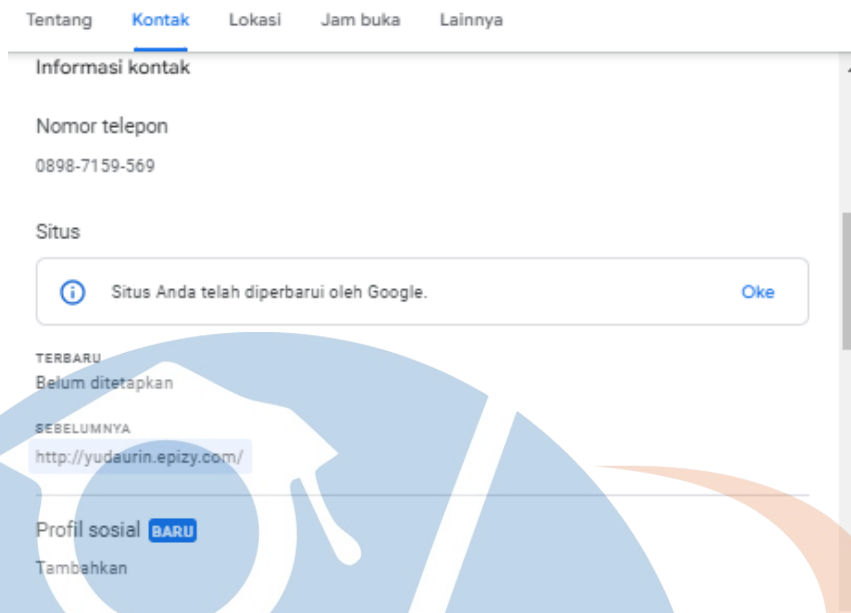


Gambar 4.3 Informasi Tentang setelah diperbarui.

Pada bagian kategori bisa dilakukan pembaruan manual oleh pemilik bisnis, dan bisa juga dilakukan pembaruan otomatis oleh *Google*, dan pada penelitian kali ini tidak dilakukan perubahan kategori. Untuk bagian deskripsi ditambahkan sekilas tentang apa saja yang diterima atau dibeli oleh Yudaurin. Selain itu, ditambahkan juga tanggal pembukaan atau tanggal didirikannya Yudaurin.

## 2. Informasi Kontak

Informasi berikutnya yang diperbarui adalah informasi kontak yang berisi nomor telepon, situs, dan profil sosial. Gambar 4.4 berikut menjelaskan informasi kontak sebelum diperbarui.



Gambar 4.4 Informasi Kontak sebelum diperbarui.

Gambar 4.4 menjelaskan kondisi sebelum ditambahkan informasi kontak yang mana belum ada kontak pemilik, dan *link* yang tertera masih *link website* yang lama. Adapun perubahan setelah dilakukan pembaruan dapat dilihat pada Gambar 4.5.

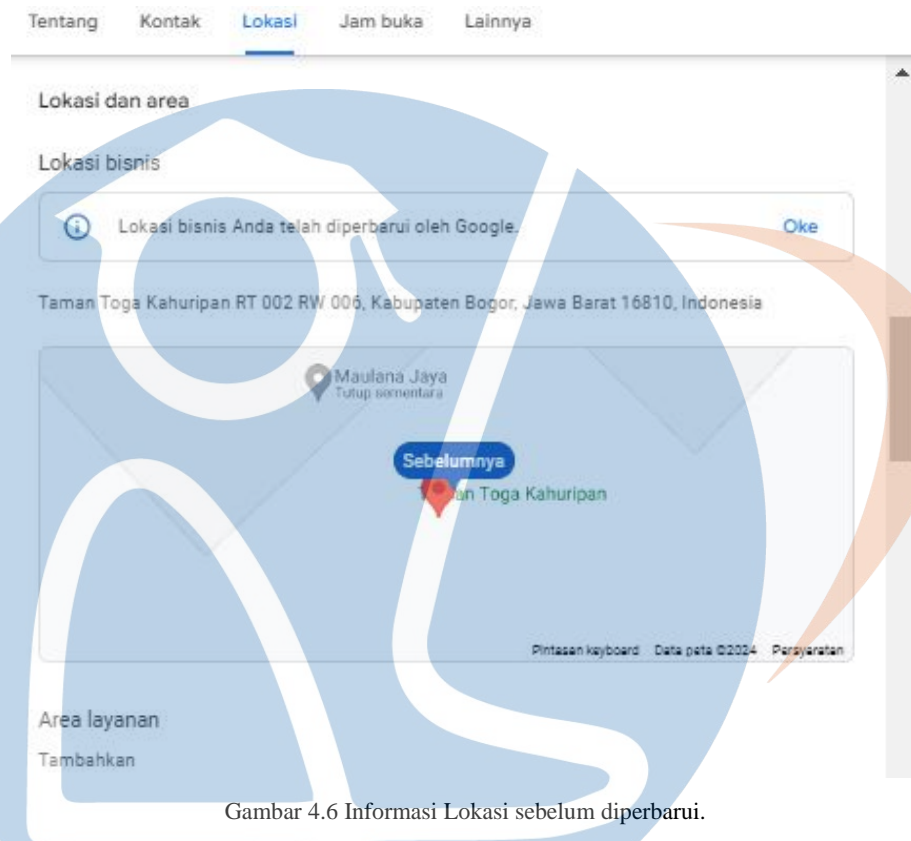


Gambar 4.5 Informasi Kontak setelah diperbarui.

Untuk Informasi kontak ditambahkan kontak telepon atau *Whatsapp* pemilik Yudaurin, *Linktree* Yudaurin, serta sosial media Yudaurin. Penghapusan *link website* dilakukan karena *website* sudah tidak bisa dioperasikan dan belum dibuat lagi *website* baru.

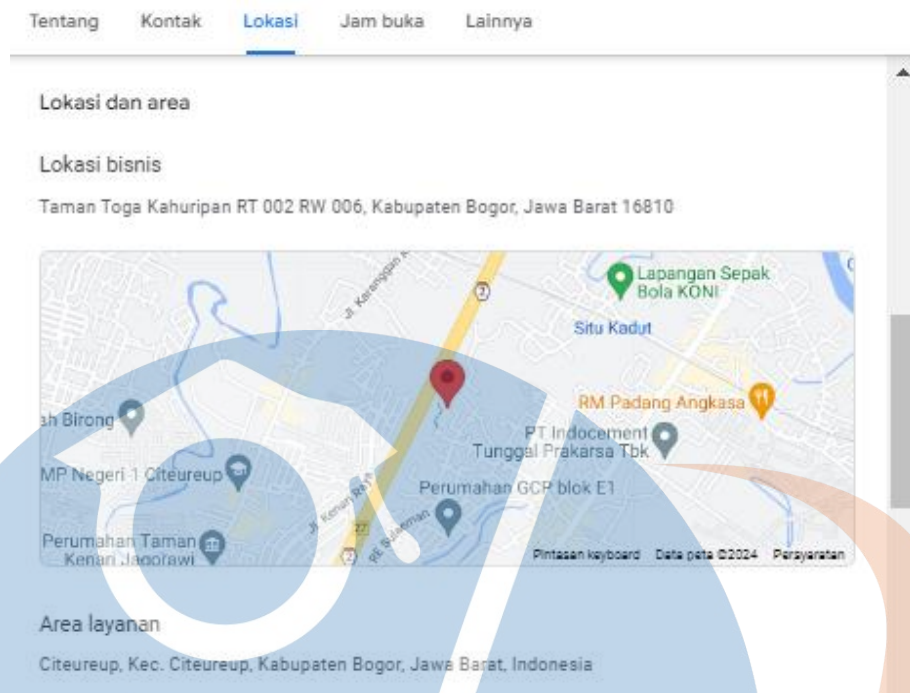
### 3. Informasi Lokasi

Informasi berikutnya yang diperbarui adalah informasi lokasi bisnis dan area layanan. Gambar 4.6 berikut menjelaskan informasi lokasi sebelum diperbarui.



Gambar 4.6 menjelaskan kondisi sebelum ditambahkan informasi lokasi yang mana titik lokasi yang akurat belum diperbarui dan belum menambahkan area layanan. Adapun perubahan setelah dilakukan pembaruan dapat dilihat pada Gambar 4.7.

STI - NF



Gambar 4.7 Informasi Lokasi setelah diperbarui.

Informasi terkait lokasi bisnis diperbarui secara berkala oleh *Google My Business* dan penulis menambahkan area layanan. Untuk area layanan sendiri masih sekitar wilayah tempat penelitian karena keterbatasan transportasi yang dimiliki pemilik Yudaurin.

#### 4. Informasi Jam Buka

Informasi berikutnya yang diperbarui adalah informasi jam buka utama dan jam buka khusus. Informasi jam buka tentunya memberitahukan kapan suatu usaha buka atau mulai beroperasi, sedangkan jam khusus memberitahukan kapan usaha buka di luar jam buka utama. Gambar 4.8 berikut menjelaskan informasi jam buka sebelum diperbarui.

### Jam buka

#### Jam buka

Buka dengan jam buka utama

Minggu	Tutup
Senin	08.30-16.30
Selasa	08.30-16.30
Rabu	08.30-16.30
Kamis	08.30-16.30
Jumat	08.30-16.30
Sabtu	Tutup

#### Jam khusus

Tambahkan

Tambahkan jam buka lainnya

- + Akses
- + Bawa pulang
- + Brunch
- + Dapur
- + Drive-through
- + Happy hour
- + Jam layanan online
- + Jam pelanggan rentan
- + Makan malam
- + Makan siang
- + Pengambilan
- + Pesan antar
- + Sarapan

Gambar 4.8 Informasi Jam Buka sebelum diperbarui.

Gambar 4.8 menjelaskan kondisi sebelum ditambahkan informasi jam buka yang mana belum ditambahkan jam khusus. Adapun perubahan setelah dilakukan pembaruan dapat dilihat pada Gambar 4.9.

# STT - NF

### Jam buka

#### Jam buka

Buka dengan jam buka utama

Minggu	Tutup
Senin	08.30–16.30
Selasa	08.30–16.30
Rabu	08.30–16.30
Kamis	08.30–16.30
Jumat	08.30–16.30
Sabtu	Tutup

#### Jam khusus

1 Jun 2024	Hari Lahir Pancasila Tutup
16 Jun 2024	Iduladha Tutup
17 Jun 2024	Iduladha Tutup
17 Agu 2024	Tutup
16 Sep 2024	Tutup
25 Des 2024	Tutup

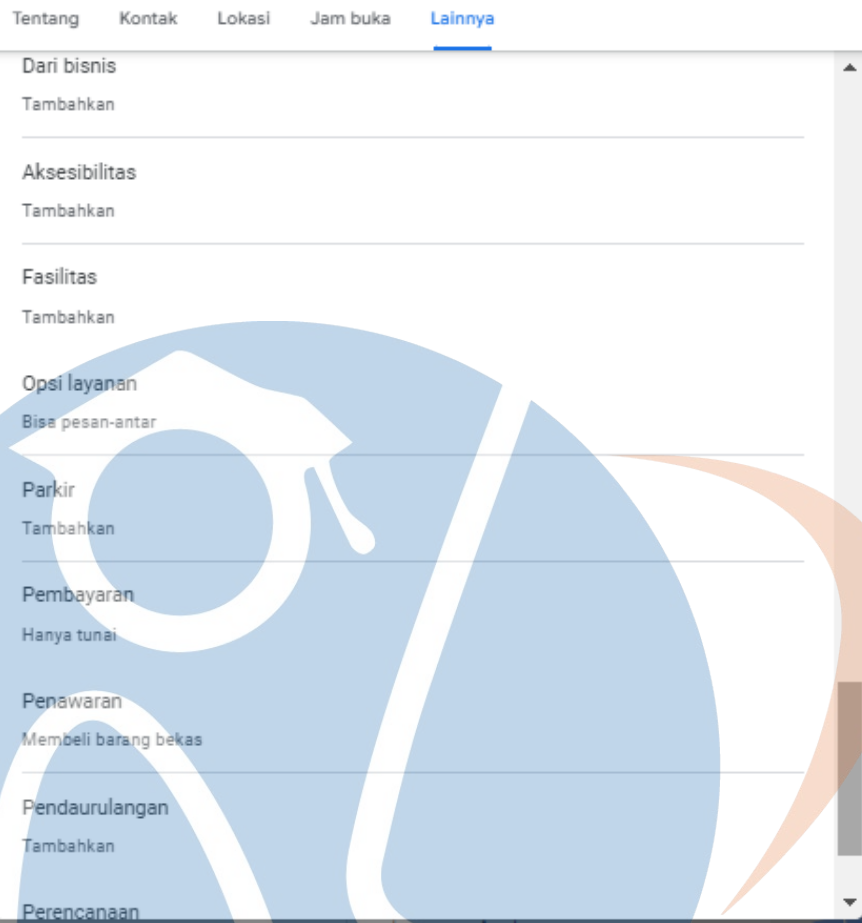
Gambar 4.9 Informasi Jam Buka setelah diperbarui.

Pada informasi jam buka tidak diperbarui karena masih sama dengan jam buka sebelumnya. Namun, dilakukan penambahan jam khusus yang menerangkan bahwa Yudaerin tutup pada hari libur Nasional mengikuti jadwal yang telah ditetapkan pemerintah.

### 5. Informasi Lainnya

Informasi berikutnya yang diperbarui adalah informasi lainnya. Pada bagian ini berisi informasi dari bisnis, aksesibilitas, fasilitas, opsi layanan, parkir, pembayaran, penawaran, pendaurulangan, dan perencanaan. Gambar 4.10 berikut menjelaskan informasi lainnya sebelum diperbarui.

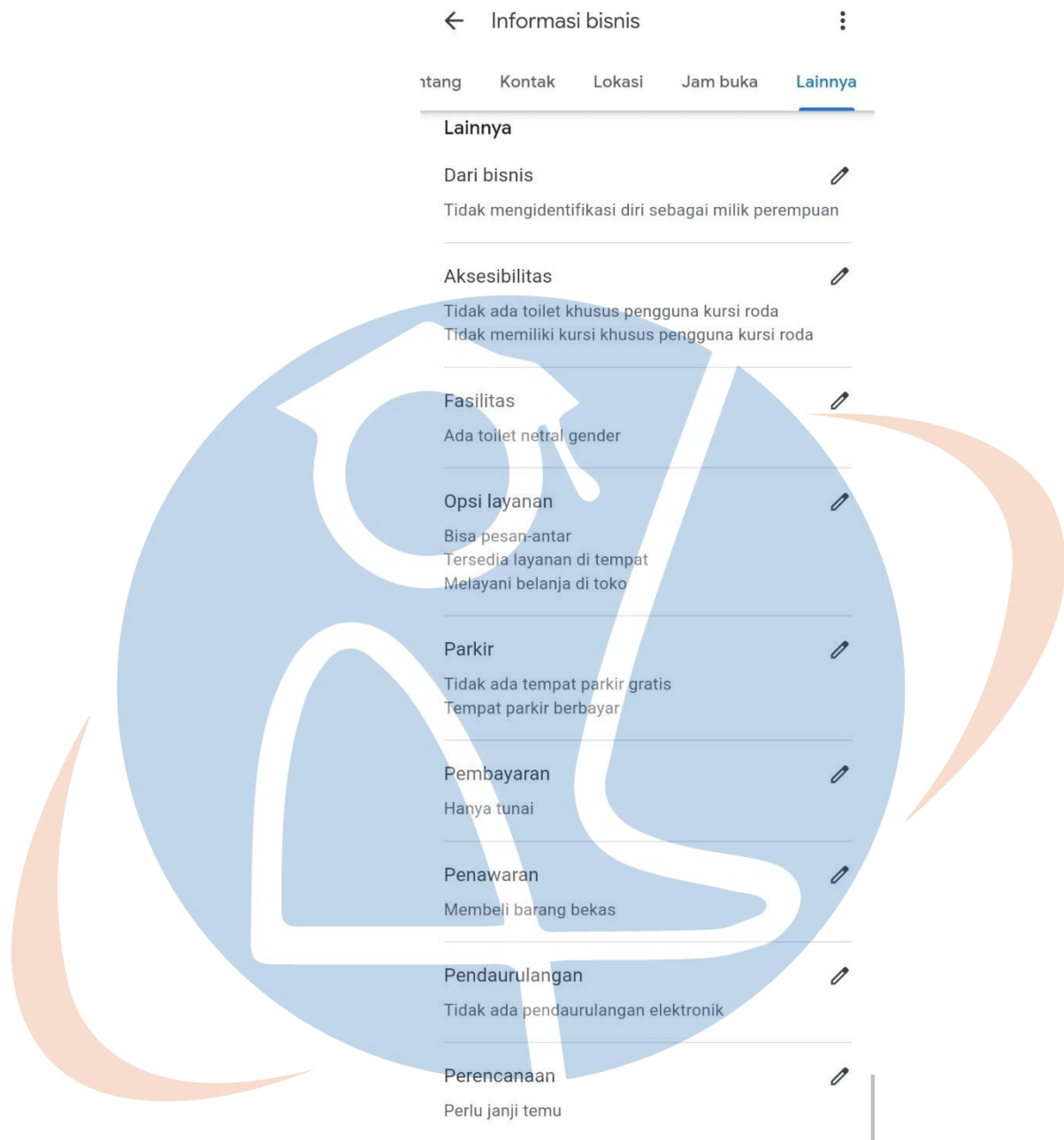




Gambar 4.10 Informasi Lainnya sebelum diperbarui.

Gambar 4.10 menjelaskan kondisi sebelum ditambahkan informasi lainnya yang mana belum ada informasi dari bisnis, aksesibilitas, fasilitas, parkir, pendaaurulangan, dan perencanaan. Adapun perubahan setelah dilakukan pembaruan dapat dilihat pada Gambar 4.11.

# STT - NF

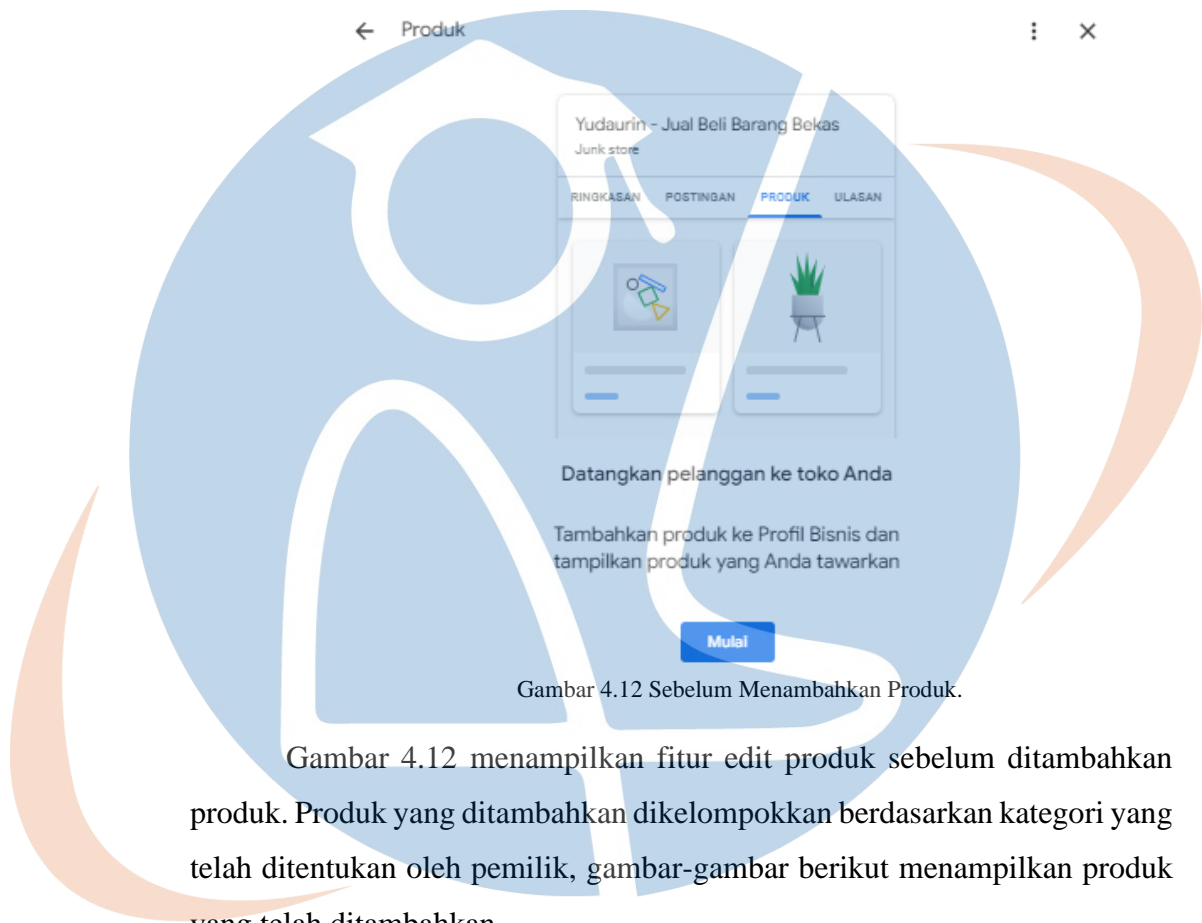


Gambar 4.11 Informasi Lainnya setelah diperbarui.

Pada informasi lainnya dijelaskan bahwa bisnis bukan dimiliki oleh perempuan, aksesibilitas tidak memiliki fasilitas khusus pengguna kursi roda, menjelaskan juga tentang fasilitas, opsi layanan, parkir, pembayaran, penawaran, pendaaurulangan, serta perencanaan yang memerlukan perjanjian untuk melakukan transaksi.

#### 4.1.2. Menambahkan Produk dan Layanan Yudaurin

Langkah selanjutnya adalah menambahkan produk yang dibeli oleh Yudaurin ke *Google My Business* dengan memanfaatkan fitur edit produk. Hal ini tentunya akan membantu pelanggan untuk memberikan informasi kepada pelanggan terkait produk, deskripsi produk, harga, foto produk Yudaurin.

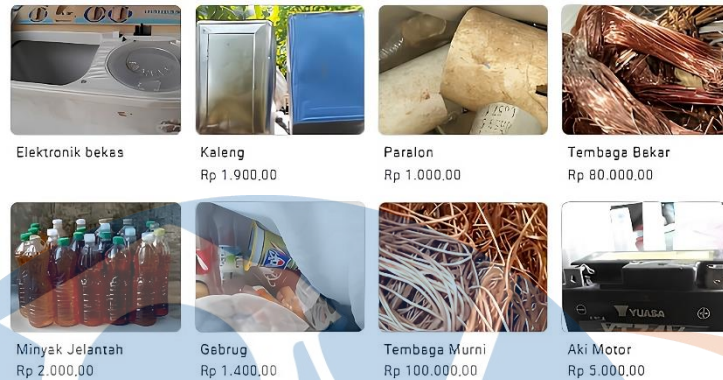


Gambar 4.12 Sebelum Menambahkan Produk.

Gambar 4.12 menampilkan fitur edit produk sebelum ditambahkan produk. Produk yang ditambahkan dikelompokkan berdasarkan kategori yang telah ditentukan oleh pemilik, gambar-gambar berikut menampilkan produk yang telah ditambahkan.

STT - NF

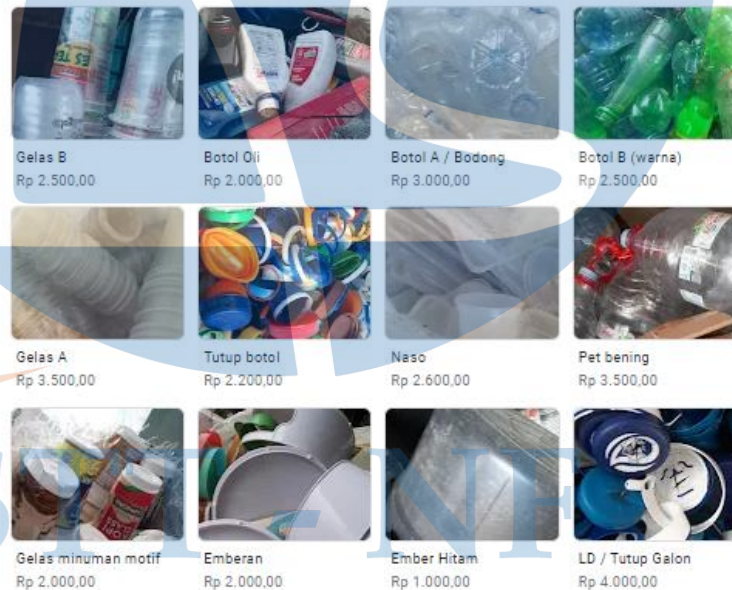
Lain-lain



Gambar 4.13 Produk dengan Kategori Lain-lain.

Gambar 4.13 menampilkan produk dengan kategori lain-lain. Barang bekas yang masuk ke kategori lain-lain merupakan barang tidak memiliki kategori khusus, seperti yang telah dituliskan pada gambar di atas.

Plastik



Gambar 4.14 Produk dengan Kategori Plastik.

Gambar 4.14 menampilkan produk dengan kategori plastik. Barang bekas yang masuk ke dalam kategori ini jelas merupakan barang yang berbahan dasar plastik. Barang yang termasuk kategori plastik dipisahkan menjadi beberapa barang yang telah dituliskan pada gambar 4.14 di atas.



Gambar 4.15 Produk dengan Kategori Kertas.

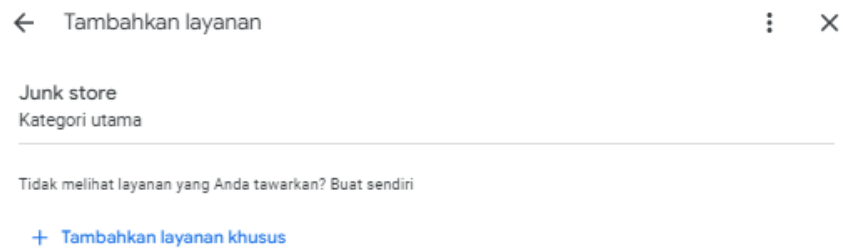
Gambar 4.15 menampilkan produk dengan kategori kertas. Barang bekas yang masuk ke dalam kategori ini jelas merupakan barang yang berbahan dasar kertas. Barang yang termasuk kategori kertas dipisahkan menjadi beberapa barang yang telah dituliskan pada gambar 4.15 di atas.



Gambar 4.16 Produk dengan Kategori Besi.

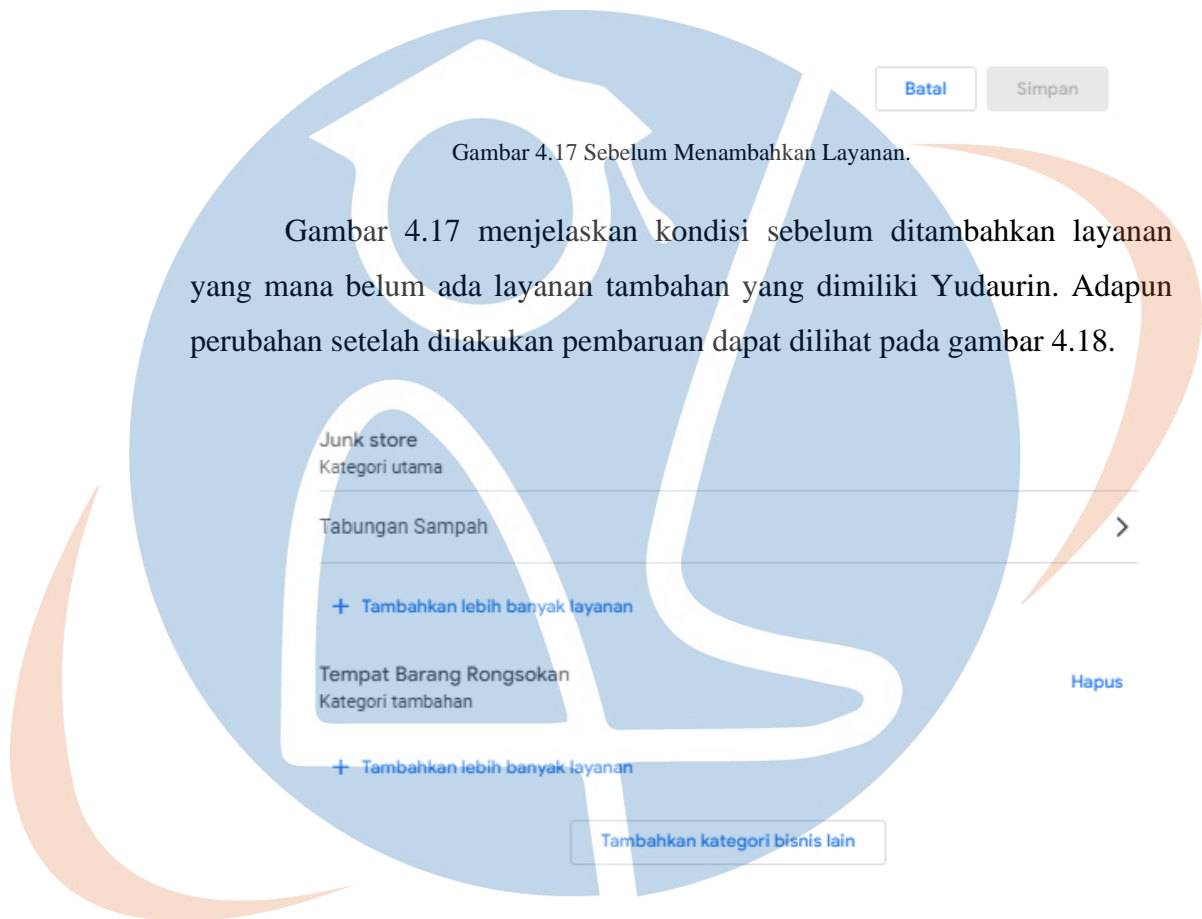
Gambar 4.16 menampilkan produk dengan kategori besi. Barang bekas yang masuk ke dalam kategori ini merupakan barang kategori besi. Barang yang termasuk dalam kategori besi dipisahkan menjadi beberapa barang yang telah dituliskan pada gambar 4.16.

Selain produk, penulis juga menambahkan layanan yang disediakan oleh Yudaurin dengan memanfaatkan fitur edit layanan. Layanan yang ditambahkan melalui fitur ini merupakan layanan yang tidak ada pilihannya pada bagian informasi lainnya di fitur edit profil. Gambar 4.17 berikut menampilkan layanan sebelum ditambahkan.



Gambar 4.17 Sebelum Menambahkan Layanan.

Gambar 4.17 menjelaskan kondisi sebelum ditambahkan layanan yang mana belum ada layanan tambahan yang dimiliki Yudaurin. Adapun perubahan setelah dilakukan pembaruan dapat dilihat pada gambar 4.18.



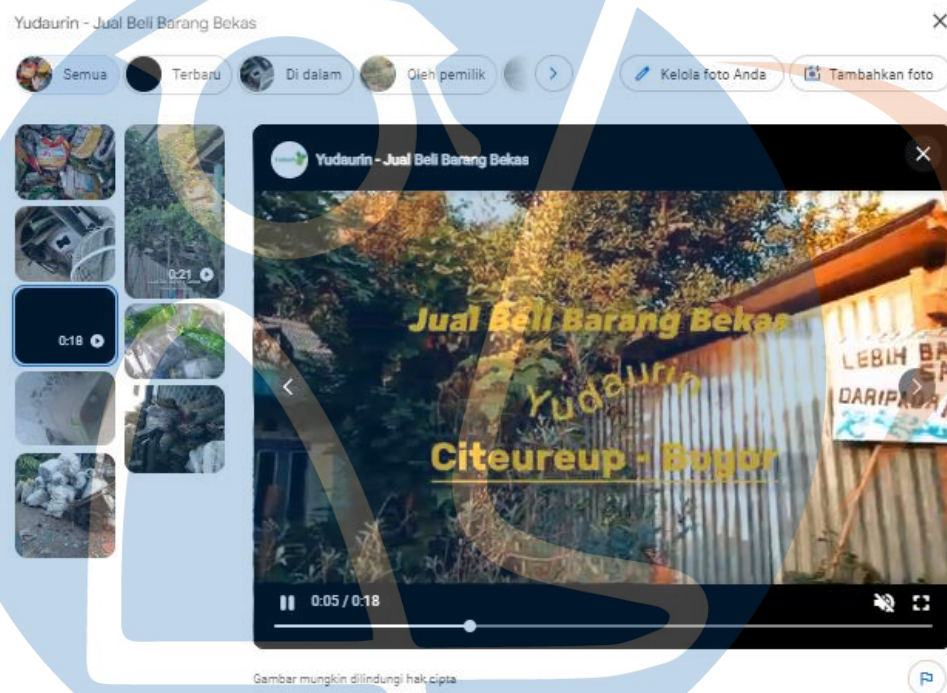
Gambar 4.18 Layanan Yudaurin.

Pada gambar 4.18 Yudaurin menambahkan layanan tabungan sampah. Melalui layanan ini pelanggan bisa menabung sampah atau barang bekasnya dan menukarkan dengan uang ketika dibutuhkan. Sampah atau barang bekas yang ditabung kemudian ditimbang dan dihargai berdasarkan jenis dan kondisinya.



### 4.1.3. Menambahkan Foto dan Video

Langkah selanjutnya adalah menambahkan foto dan video terbaru ke akun *Google My Business* Yudaurin. *Google My Business* menyediakan fitur foto untuk pemilik dan pengguna membagikan foto-foto dan video yang terkait dengan kegiatan jual beli barang bekas di Yudaurin. Gambar 4.19 berikut merupakan foto dan video yang telah diunggah ke akun *Google My Business* Yudaurin.



Gambar 4.19 Setelah ditambahkan Foto dan Video Terbaru.

Beberapa foto dan video yang ditambahkan sudah mewakili sedikitnya tentang kegiatan dan usaha jual beli barang bekas. Terdapat foto barang/produk yang dibeli Yudaurin, terdapat juga video yang memperlihatkan kondisi tempat jual beli dan alamat Yudaurin.

Hasil dari optimalisasi pemanfaatan *Google My Business* yang telah dilakukan akan dijelaskan pada sub bab 4.2 yang diperoleh berdasarkan pernyataan P08 mengenai apakah responden mengetahui tempat jual beli barang bekas Yudaurin melalui *Google My Business*, serta pernyataan P09 tentang kemudahan memahami informasi di *Google My Business* Yudaurin.

## 4.2. Pengaruh Pemanfaatan *Google My Business*

Setelah melakukan optimalisasi implementasi pada beberapa fitur *Google My Business*, penulis melakukan pengujian untuk mengetahui pengaruh dari pemanfaatan *Google My Business*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik survei menggunakan kuesioner dan metode pengukuran skala *Likert*. Langkah-langkah pengujian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

### 4.2.1. Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pengumpulan data diawali dengan melakukan penyusunan kuesioner yang berisi pernyataan-pernyataan yang disusun dengan menggunakan skala *Likert*, di mana responden dapat memilih jawaban dari pilihan yang disediakan, seperti “setuju”, “cukup setuju”, “kurang setuju”, dan “tidak setuju”. Selanjutnya, kuesioner yang dibuat dibagikan kepada responden yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Responden dalam penelitian ini dibagi menjadi dua kelompok, yaitu:

1. Calon pelanggan, yang memenuhi salah satu atau beberapa kriteria di bawah ini:
  - a. Pernah menggunakan *Google My Business* untuk mencari informasi suatu bisnis.
  - b. Pernah mencari informasi tentang jual beli barang bekas di internet.
  - c. Pernah menghubungi Yudaurin namun belum sampai tahap transaksi.
2. Pelanggan, merupakan orang-orang yang pernah melakukan transaksi di Yudaurin.

Dari pembagian kelompok responden di atas, dapat dilihat bahwa populasi target cukup sulit diketahui sehingga untuk menentukan sampel penulis menggunakan rumus *Lemeshow*. Penelitian ini menggunakan nilai *Z*-skor 1,65 untuk tingkat kepercayaan yang ingin dicapai 95%. Nilai estimasi proporsi populasi yang digunakan adalah 0,5 karena diasumsikan dapat merepresentasikan proporsi populasi yang mengetahui tentang usaha jual beli barang bekas Yudaurin melalui *Google My Business*. Sedangkan *margin of*

error nya adalah 10% atau setara dengan 0,1 yang menunjukkan batas toleransi kesalahan. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 70, dengan perhitungan sebagai berikut.

$$n = \frac{z^2 \cdot P \cdot (1-P)}{d^2} = (1,65)^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5) / (0,1)^2 = 68,06.$$

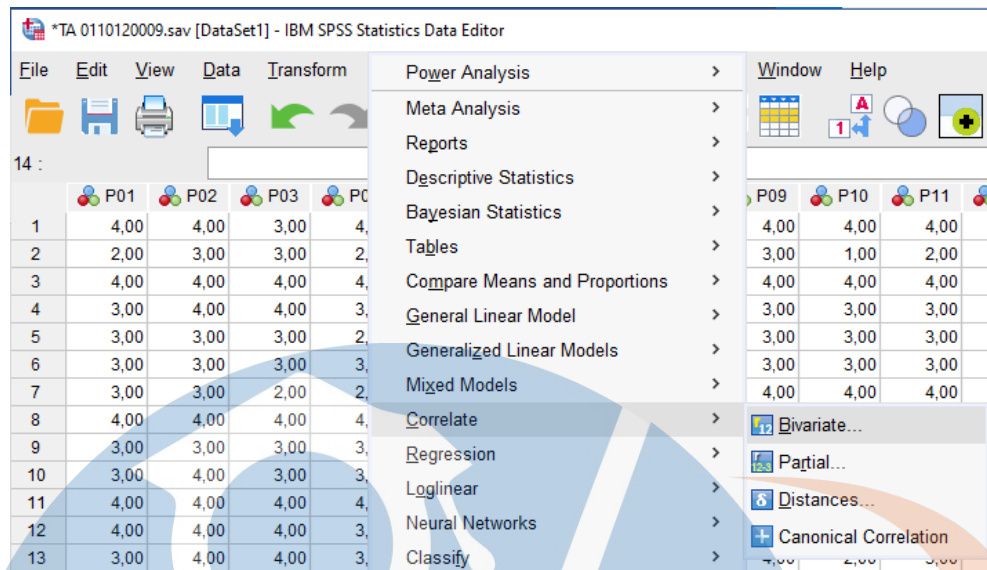
(dibulatkan menjadi 70).

Setelah mendapatkan jumlah sampel, penulis membagikan kuesioner kepada 70 responden dan melakukan uji validitas untuk memastikan bahwa kuesioner yang digunakan dapat diandalkan untuk mengumpulkan data terkait *brand awareness* Yudaurin. Berikut merupakan penjelasan mengenai uji validitas menggunakan *software SPSS*.

P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	TOTAL
4,00	4,00	3,00	4,00	3,00	3,00	2,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	67,00
2,00	3,00	3,00	2,00	2,00	1,00	2,00	2,00	3,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	3,00	3,00	3,00	38,00
4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	3,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	72,00
3,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	61,00
3,00	3,00	3,00	2,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	3,00	3,00	2,00	46,00
3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	57,00
3,00	3,00	2,00	2,00	2,00	3,00	2,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	2,00	2,00	4,00	4,00	3,00	3,00	3,00	58,00
4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	73,00
3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	63,00
3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	2,00	1,00	3,00	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	63,00
4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	1,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	72,00
4,00	4,00	4,00	3,00	2,00	1,00	2,00	4,00	3,00	3,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	3,00	3,00	3,00	4,00	49,00
3,00	4,00	4,00	3,00	3,00	1,00	1,00	4,00	4,00	2,00	3,00	1,00	1,00	1,00	1,00	4,00	4,00	4,00	4,00	52,00
4,00	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	2,00	4,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	70,00
4,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	4,00	3,00	3,00	4,00	3,00	4,00	4,00	3,00	4,00	4,00	66,00
4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	76,00
4,00	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	4,00	3,00	4,00	62,00
4,00	4,00	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	72,00
4,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	70,00
3,00	1,00	1,00	1,00	3,00	4,00	2,00	3,00	2,00	1,00	3,00	1,00	4,00	2,00	1,00	1,00	3,00	4,00	2,00	42,00
3,00	4,00	3,00	4,00	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	1,00	2,00	1,00	2,00	3,00	4,00	4,00	2,00	3,00	3,00	55,00
1,00	2,00	3,00	3,00	2,00	2,00	2,00	1,00	3,00	2,00	2,00	3,00	3,00	3,00	1,00	2,00	3,00	2,00	2,00	42,00
3,00	3,00	2,00	3,00	1,00	1,00	3,00	4,00	3,00	3,00	4,00	2,00	2,00	3,00	2,00	4,00	3,00	4,00	3,00	53,00
4,00	4,00	2,00	2,00	3,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	2,00	3,00	3,00	2,00	37,00
3,00	3,00	1,00	2,00	3,00	2,00	4,00	1,00	3,00	4,00	2,00	1,00	3,00	2,00	3,00	3,00	2,00	1,00	4,00	47,00

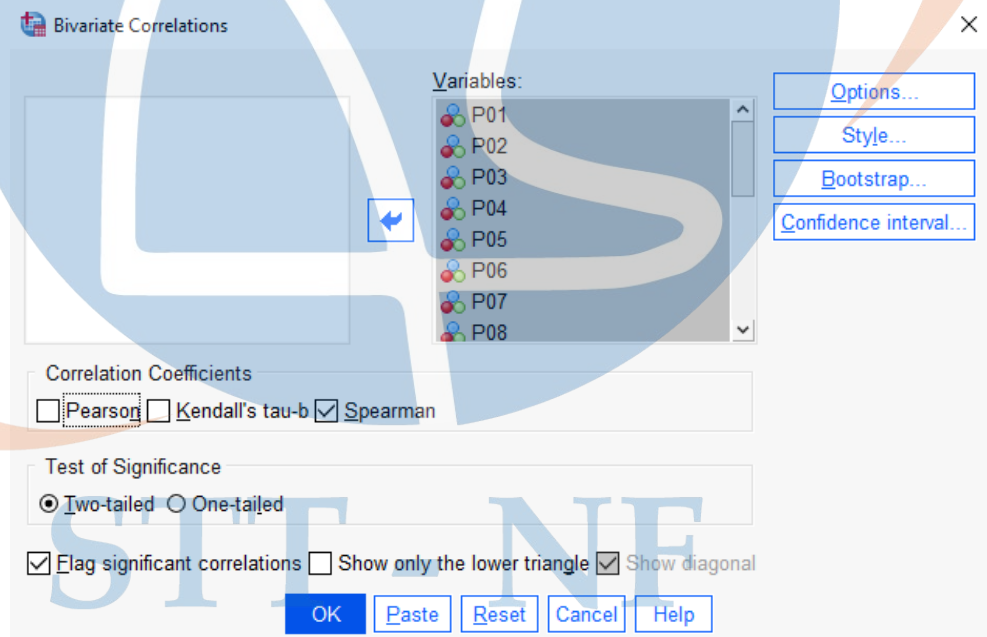
Gambar 4.20 Data Hasil Kuesioner yang Disalin ke SPSS.

Uji validitas menggunakan *software SPSS* dimulai dengan memindahkan jawaban skala *Likert* dari *Google Sheet* ke *SPSS*. Gambar 4.20 menunjukkan tabel data hasil kuesioner dengan 19 pernyataan (P01 - P19) dan skor total masing-masing responden, diolah menggunakan *SPSS*.



Gambar 4.21 Menu *Analyze* untuk Uji Validitas.

Setelah dipindahkan, dilakukan pengujian dengan mengklik menu *Analyze* dan memilih *Correlate* lalu pilih *Bivariate* seperti pada gambar 4.21.



Gambar 4.22 Menu *Bivariate Correlation*.

Setelah itu, pada kotak dialog pilih semua data yang akan dihitung lalu pindahkan ke kolom *variables* dan karena ini merupakan data ordinal maka pilih metode *Coefficient Correlation Spearman* lalu klik OK, nanti akan muncul hasil perhitungan uji validitas seperti tabel 4.1 berikut.

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.

**Correlations**

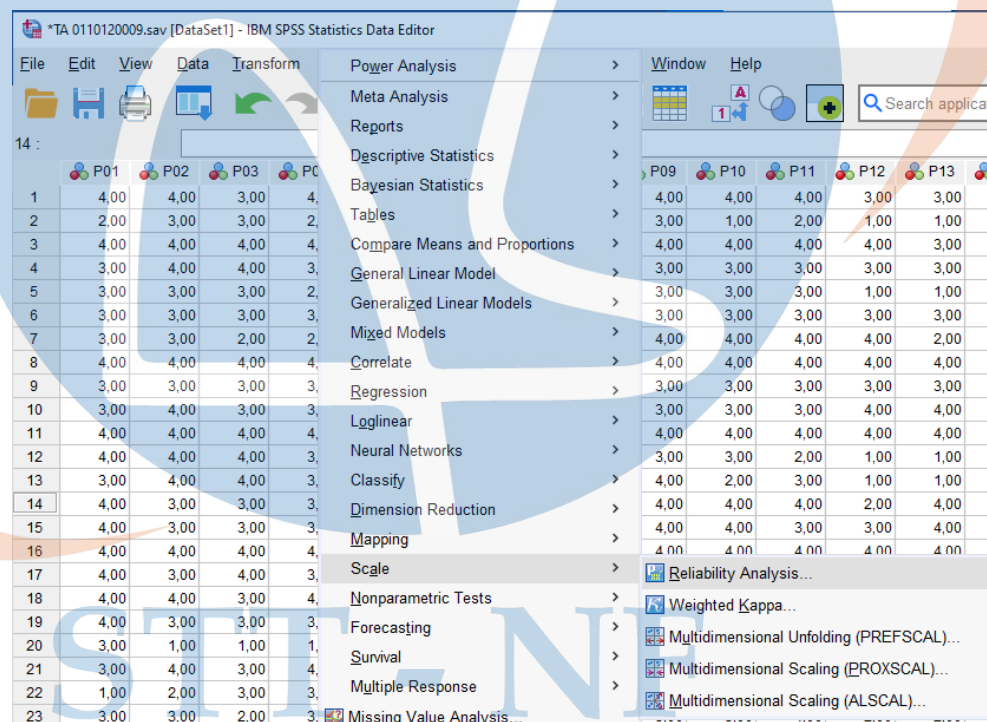
		TOTAL
Spearman's rho	P01	,398
		,001
		70
	P02	,553
		,000
		70
	P03	,635
		,000
		70
	P04	,554
		,000
		70
	P05	,655
		,000
		70
	P06	,712
		,000
		70
	P07	,625
	,000	
	70	
P08	,656	
	,000	
	70	
P09	,674	
	,000	
	70	
P10	,709	
	,000	
	70	
P11	,742	
	,000	
	70	
P12	,757	
	,000	
	70	
P13	,734	
	,000	
	70	
P14	,772	
	,000	
	70	
P15	,767	
	,000	
	70	
P16	,628	
	,000	
	70	
P17	,615	
	,000	
	70	
P18	,629	
	,000	
	70	
P19	,639	
	,000	
	70	

STT NF



Tabel 4.3 merupakan hasil uji validitas kuesioner yang terdiri dari 19 pernyataan yang diisi oleh 70 responden. Dari hasil uji validitas di atas menunjukkan bahwa semua variabel (P01 - P19) memiliki koefisien korelasi ( $r_s$ ) yang lebih besar dari nilai kritis 0.234 dan nilai  $p$  yang sangat rendah ( $p < 0.05$ ), menunjukkan hasil yang valid dan signifikan [26]. Nilai  $p$  yang sangat kecil memperkuat bahwa korelasi yang ditemukan adalah valid, sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil uji validitas ini valid dan dapat diandalkan untuk memberikan data yang akurat.

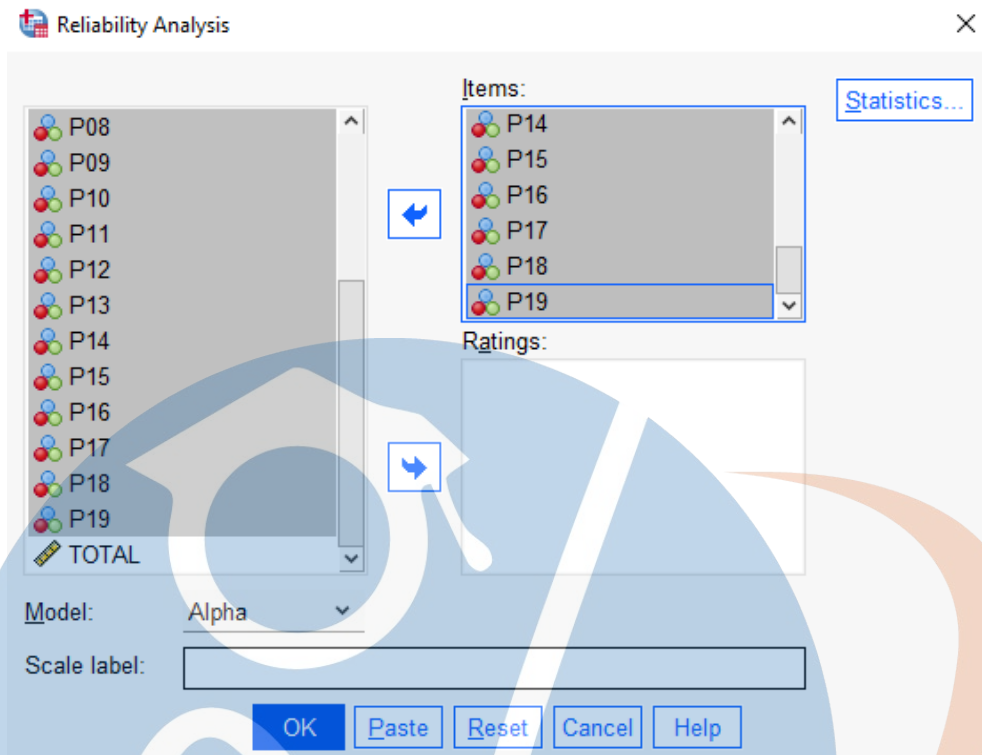
Setelah menilai validitas dari setiap item pernyataan yang digunakan, selanjutnya dilakukan perhitungan uji reliabilitas untuk menilai konsistensi dari alat ukur yang digunakan. Untuk melakukan uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* di SPSS dengan langkah sebagai berikut.



Gambar 4.23 Menu *Analyze* untuk Uji Reliabilitas.

Dari data yang telah ada, pilih menu *Analyze > Scale > Reliability Analysis* seperti pada gambar 4.23 di atas.





Gambar 4.24 Menu *Reliability Analysis*.

Pada kotak dialog yang muncul, pilih semua variabel yang ingin dianalisis reliabilitasnya seperti pada gambar 4.24 di atas. Di bagian *Model* pilih *Alpha (Cronbach's Alpha)*, kemudian klik OK. Setelah itu, akan muncul hasil uji reliabilitas seperti pada tabel berikut ini.

Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.

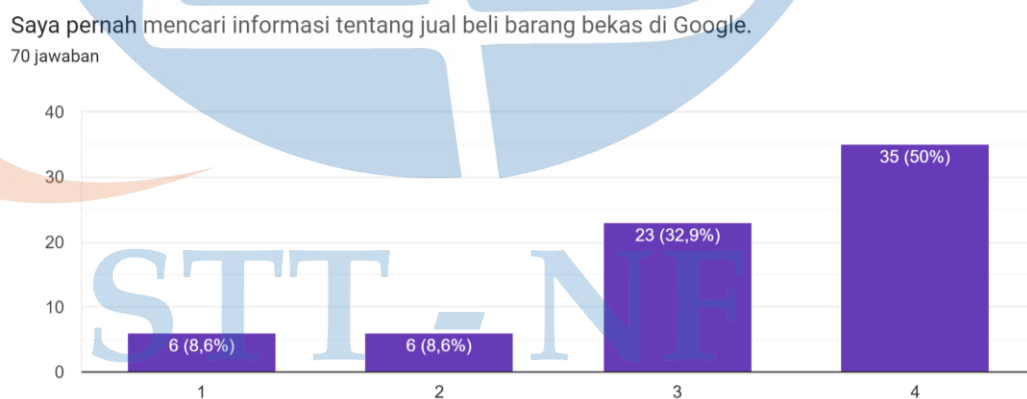
<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,925	19

Hasil perhitungan yang dilakukan dengan bantuan *SPSS* diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,925 yang termasuk dalam kategori sangat tinggi [27]. Hal ini membuktikan bahwa instrumen atau alat ukur yang digunakan dapat memberikan hasil yang dapat diandalkan. Skor reliabilitas yang tinggi memastikan bahwa hasil pengukuran akan tetap sama jika diulang pada waktu atau kelompok yang berbeda.

#### 4.2.2. Pengujian Pemanfaatan *Google My Business*

Setelah melakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap instrumen yang digunakan, selanjutnya dilakukan analisis dari hasil kuesioner. Dari kuesioner yang dibagikan, terdapat 4 pertanyaan terkait identitas responden. Hasil kuesioner tersebut menyatakan bahwa mayoritas responden adalah perempuan dengan total 52 orang dan laki-laki 18 orang yang mana pelanggan Yudaurin memang rata-rata adalah perempuan yang tergabung dalam komunitas bank sampah dan rata-rata pelanggan laki-laki merupakan pelanggan perorangan yang tidak tergabung dalam komunitas bank sampah. Usia responden mayoritas 17-24 tahun yang lebih banyak adalah sebagai pelajar/mahasiswa, dan usia kedua terbanyak yaitu 41-56 tahun yang rata-rata adalah ibu rumah tangga dan karyawan swasta. Sedangkan untuk domisili responden, mayoritas adalah masyarakat yang tinggal di Citeureup Kabupaten Bogor karena mayoritas pelanggan dan jangkauan Yudaurin yang masih sekitar lokasi usaha yaitu di daerah Citeureup Kabupaten Bogor.

Selain 4 pertanyaan terkait identitas responden, terdapat 19 pernyataan skala *Likert* dan Gambar 4.25 sampai gambar 4.43 berikut ini merupakan jawaban dari pernyataan skala *Likert* yang ada dalam kuesioner.

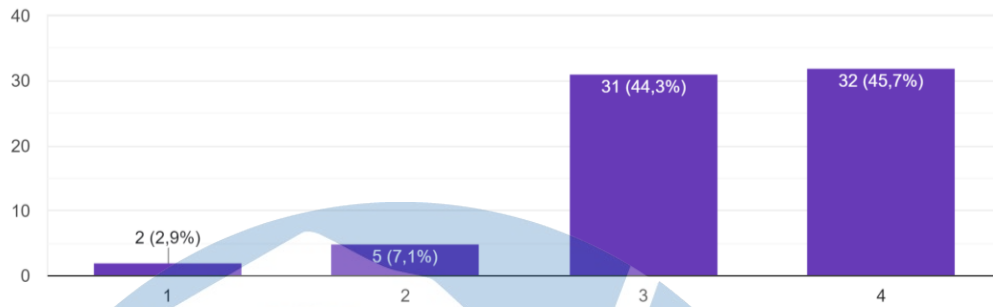


Gambar 4.25 Jawaban Kuesioner Pernyataan P01.

Hasil kuesioner pertanyaan dengan kode P01 “Saya pernah mencari informasi tentang jual beli barang bekas di *Google*”, menunjukkan bahwa terdapat 35 responden setuju, 23 responden cukup setuju, 6 responden kurang setuju, dan 6 responden tidak setuju.

Google My Business memudahkan saya untuk mencari informasi tentang berbagai tempat jual beli barang bekas.

70 jawaban

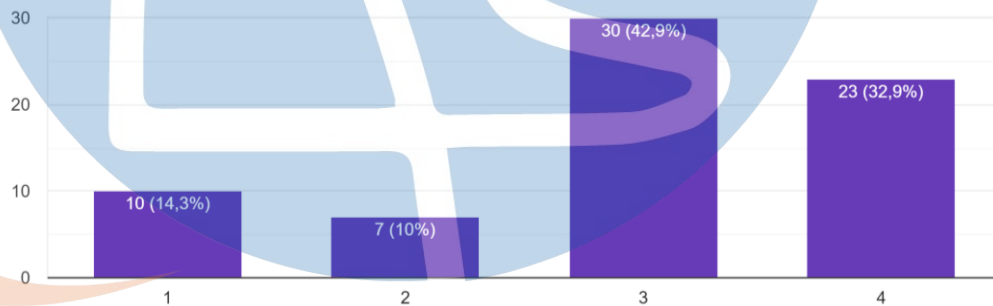


Gambar 4.26 Jawaban Kuesioner Pernyataan P02.

Hasil kuesioner pertanyaan dengan kode P02 “*Google My Business* memudahkan saya untuk mencari informasi tentang berbagai tempat jual beli barang bekas”, menunjukkan bahwa terdapat 32 responden setuju, 31 responden cukup setuju, 5 responden kurang setuju, dan 2 responden tidak setuju.

Saya pernah melihat profil bisnis usaha jual beli barang bekas di *Google My Business*.

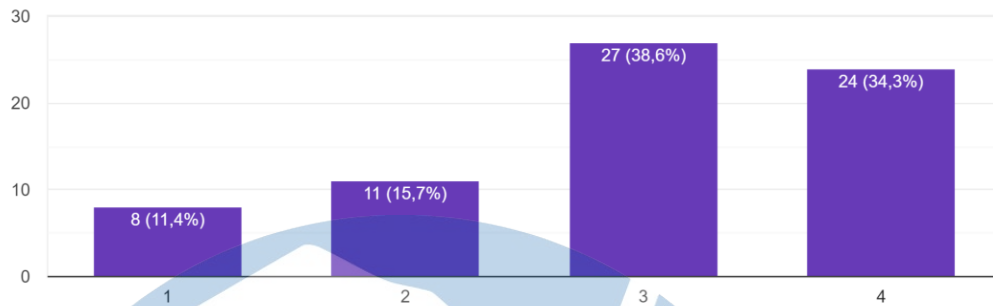
70 jawaban



Gambar 4.27 Jawaban Kuesioner Pernyataan P03.

Hasil kuesioner pertanyaan dengan kode P03 “Saya pernah melihat profil bisnis usaha jual beli barang bekas di *Google My Business*”, menunjukkan bahwa terdapat 24 responden setuju, 29 responden cukup setuju, 7 responden kurang setuju, dan 10 responden tidak setuju.

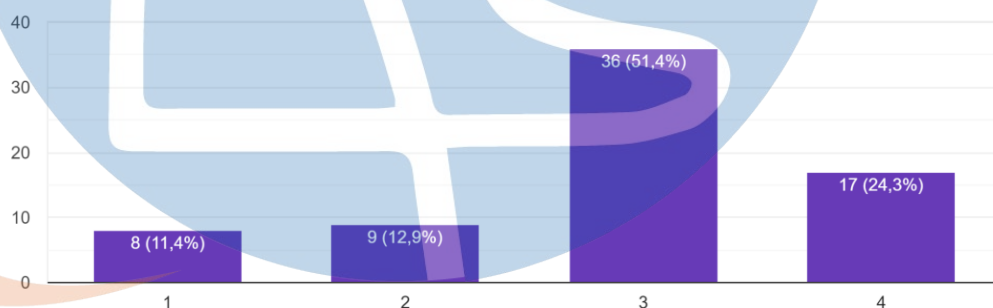
Saya pernah membaca ulasan pada profil usaha jual beli barang bekas di Google My Business.  
70 jawaban



Gambar 4.28 Jawaban Kuesioner Pernyataan P04.

Hasil kuesioner pertanyaan dengan kode P04 “Saya pernah membaca ulasan pada profil usaha jual beli barang bekas di *Google My Business*”, menunjukkan bahwa terdapat 24 responden setuju, 27 responden cukup setuju, 11 responden kurang setuju, dan 8 responden tidak setuju.

Saya pernah melihat foto-foto pada profil usaha jual beli barang bekas di Google My Business.  
70 jawaban

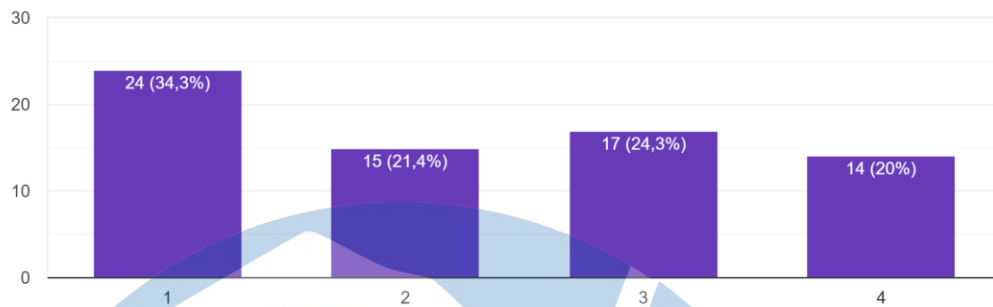


Gambar 4.29 Jawaban Kuesioner Pernyataan P05.

Hasil kuesioner pertanyaan dengan kode P05 “Saya pernah melihat foto-foto pada profil usaha jual beli barang bekas di *Google My Business*”, menunjukkan bahwa terdapat 17 responden setuju, 36 responden cukup setuju, 9 responden kurang setuju, dan 8 responden tidak setuju.

Saya pernah berinteraksi dengan usaha jual beli barang bekas di Google My Business melalui fitur pesan.

70 jawaban

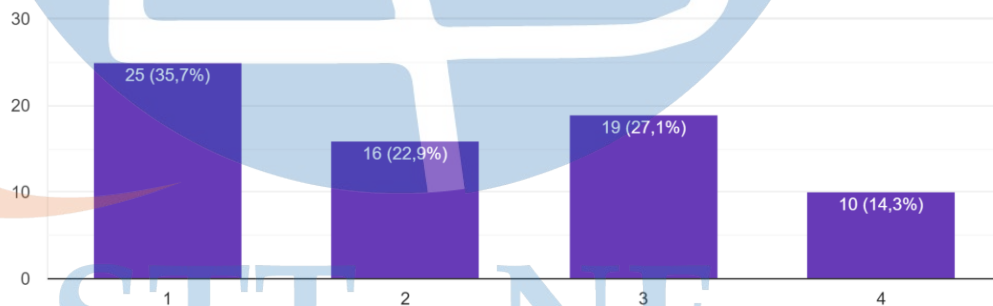


Gambar 4.30 Jawaban Kuesioner Pernyataan P06.

Hasil kuesioner pertanyaan dengan kode P06 “Saya pernah berinteraksi dengan usaha jual beli barang bekas di *Google My Business* melalui fitur pesan”, menunjukkan bahwa terdapat 14 responden setuju, 17 responden cukup setuju, 15 responden kurang setuju, dan 24 responden tidak setuju.

Saya pernah berinteraksi dengan usaha jual beli barang bekas di Google My Business melalui fitur tanya jawab (T&J).

70 jawaban

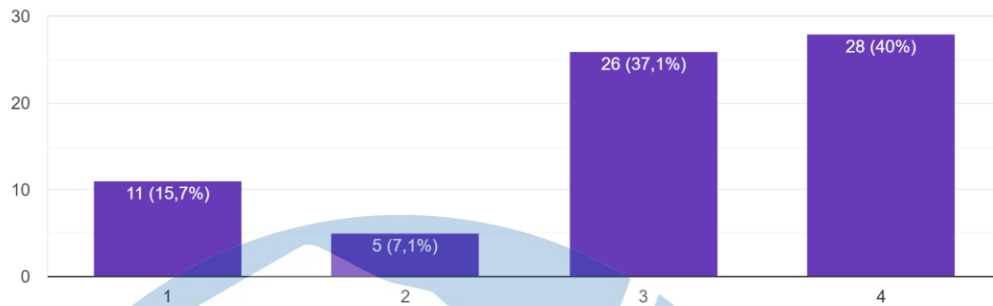


Gambar 4.31 Jawaban Kuesioner Pernyataan P07.

Hasil kuesioner pertanyaan dengan kode P07 “Saya pernah berinteraksi dengan usaha jual beli barang bekas di *Google My Business* melalui fitur tanya jawab (T&J)”, menunjukkan bahwa terdapat 10 responden setuju, 19 responden cukup setuju, 18 responden kurang setuju, dan 25 responden tidak setuju.

Saya mengetahui tempat jual beli barang bekas Yudaurin melalui Google My Business.

70 jawaban

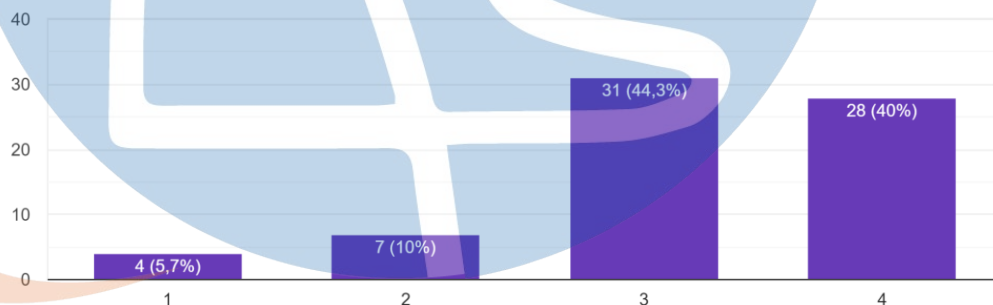


Gambar 4.32 Jawaban Kuesioner Pernyataan P08.

Hasil kuesioner pertanyaan dengan kode P08 “Saya mengetahui tempat jual beli barang bekas Yudaurin melalui *Google My Business*”, menunjukkan bahwa terdapat 28 responden setuju, 26 responden cukup setuju, 5 responden kurang setuju, dan 11 responden tidak setuju.

Informasi di Google My Business Yudaurin mudah dipahami.

70 jawaban



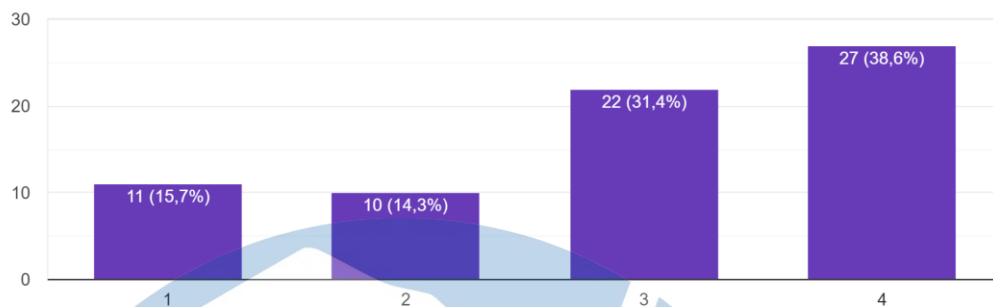
Gambar 4.33 Jawaban Kuesioner Pernyataan P09.

Hasil kuesioner pertanyaan dengan kode P09 “Informasi di *Google My Business* Yudaurin mudah dipahami”, menunjukkan bahwa terdapat 28 responden setuju, 31 responden cukup setuju, 7 responden kurang setuju, dan 4 responden tidak setuju.



Saya pernah membaca ulasan pada profil Yudaurin di Google My Business.

70 jawaban

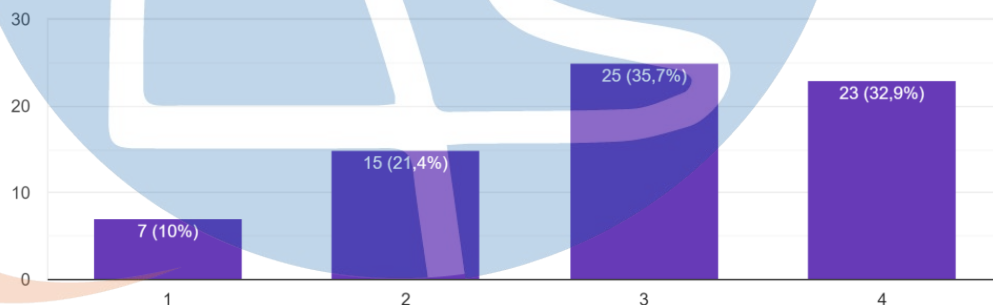


Gambar 4.34 Jawaban Kuesioner Pernyataan P10.

Hasil kuesioner pertanyaan dengan kode P10 “Saya pernah membaca ulasan pada profil Yudaurin di *Google My Business*”, menunjukkan bahwa terdapat 27 responden setuju, 22 responden cukup setuju, 10 responden kurang setuju, dan 11 responden tidak setuju.

Saya pernah melihat foto-foto pada profil Yudaurin di Google My Business.

70 jawaban

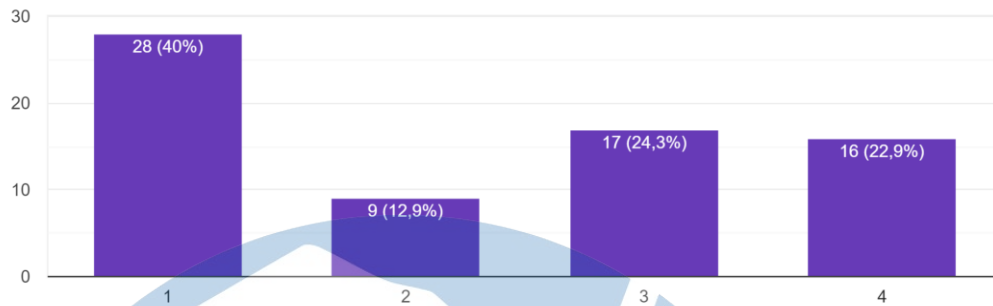


Gambar 4.35 Jawaban Kuesioner Pernyataan P11.

Hasil kuesioner pertanyaan dengan kode P11 “Saya pernah melihat foto-foto pada profil Yudaurin di *Google My Business*”, menunjukkan bahwa terdapat 23 responden setuju, 25 responden cukup setuju, 15 responden kurang setuju, dan 7 responden tidak setuju.

Saya pernah memberikan ulasan untuk Yudaurin di Google My Business.

70 jawaban

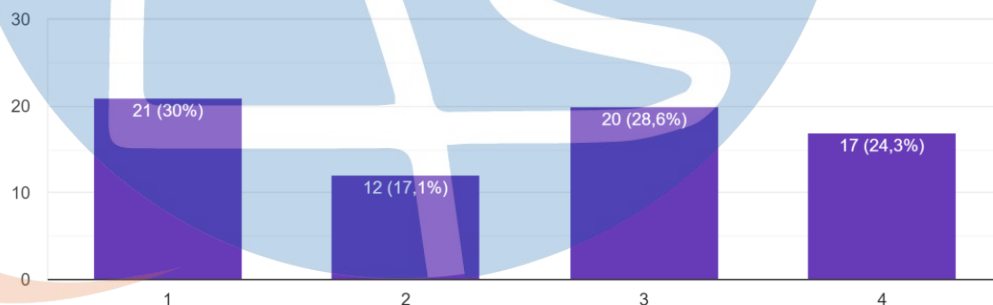


Gambar 4.36 Jawaban Kuesioner Pernyataan P12.

Hasil kuesioner pertanyaan dengan kode P12 “Saya pernah memberikan ulasan untuk Yudaurin di *Google My Business*”, menunjukkan bahwa terdapat 16 responden setuju, 17 responden cukup setuju, 9 responden kurang setuju, dan 28 responden tidak setuju.

Saya pernah berinteraksi melalui fitur pesan dengan Yudaurin di Google My Business.

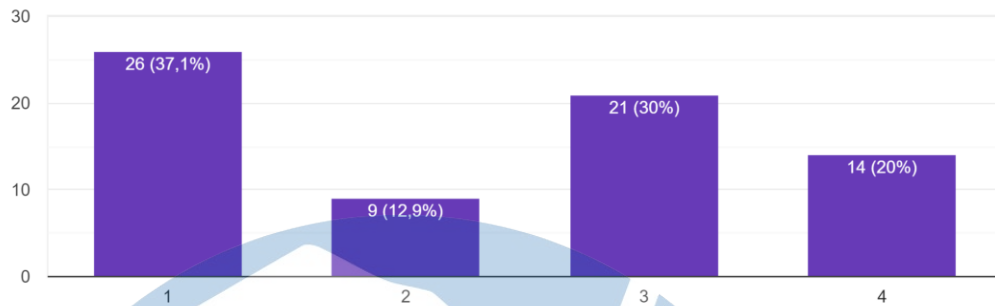
70 jawaban



Gambar 4.37 Jawaban Kuesioner Pernyataan P13.

Hasil kuesioner pertanyaan dengan kode P13 “Saya berinteraksi melalui fitur pesan dengan Yudaurin di *Google My Business*”, menunjukkan bahwa terdapat 17 responden setuju, 20 responden cukup setuju, 12 responden kurang setuju, dan 21 responden tidak setuju.

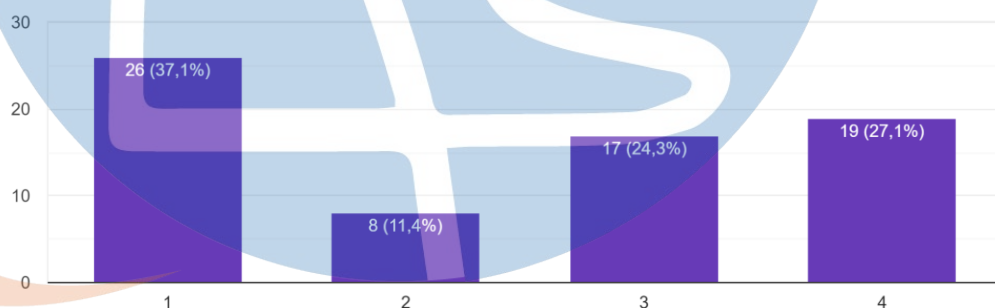
Saya pernah berinteraksi melalui fitur tanya jawab (T&J) dengan Yudaurin di Google My Business.  
70 jawaban



Gambar 4.38 Jawaban Kuesioner Pernyataan P14.

Hasil kuesioner pertanyaan dengan kode P14 “Saya pernah berinteraksi melalui fitur tanya jawab (T&J) dengan Yudaurin di *Google My Business*”, menunjukkan bahwa terdapat 14 responden setuju, 21 responden cukup setuju, 9 responden kurang setuju, dan 26 responden tidak setuju.

Saya pernah berkomunikasi dengan Admin Yudaurin melalui Whatsapp.  
70 jawaban

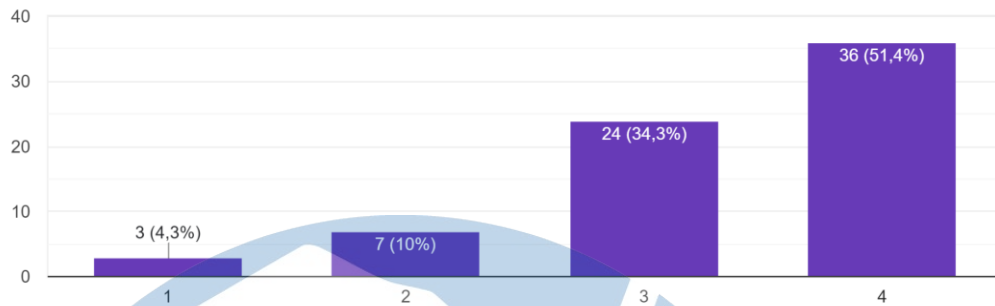


Gambar 4.39 Jawaban Kuesioner Pernyataan P15.

Hasil kuesioner pertanyaan dengan kode P15 “Saya pernah berkomunikasi dengan Admin Yudaurin melalui *Whatsapp*”, menunjukkan bahwa terdapat 19 responden setuju, 17 responden cukup setuju, 8 responden kurang setuju, dan 26 responden tidak setuju.

Pelayanan Yudaurin dalam proses penjualan barang bekas sudah baik.

70 jawaban

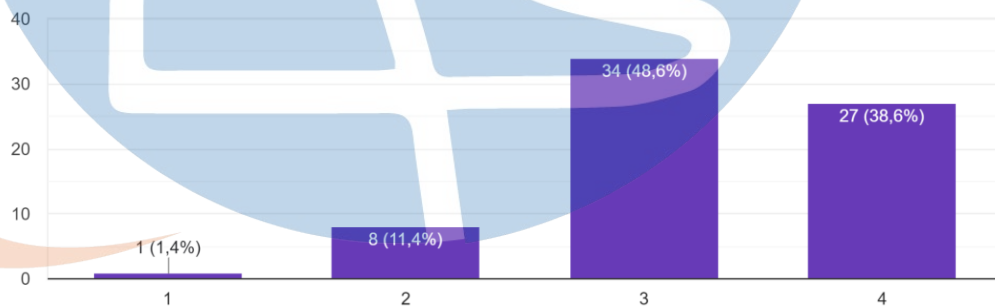


Gambar 4.40 Jawaban Kuesioner Pernyataan P16.

Hasil kuesioner pertanyaan dengan kode P16 “Pelayanan Yudaurin dalam proses penjualan barang bekas sudah baik”, menunjukkan bahwa terdapat 38 responden setuju, 24 responden cukup setuju, 7 responden kurang setuju, dan 3 responden tidak setuju.

Harga yang diberikan Yudaurin sudah kompetitif dibandingkan pengepul (tempat jual beli barang bekas) lain.

70 jawaban

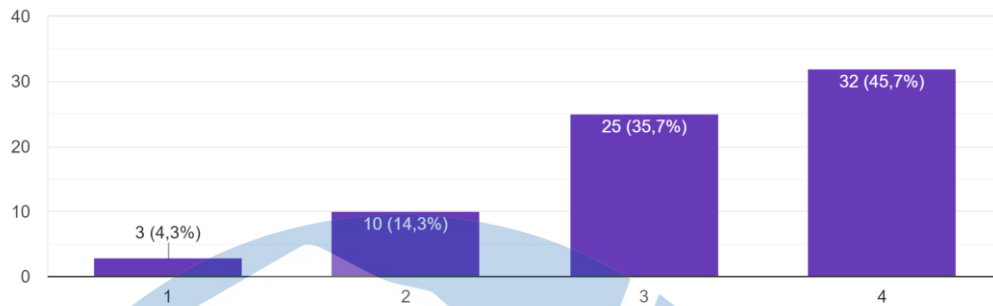


Gambar 4.41 Jawaban Kuesioner Pernyataan P17.

Hasil kuesioner pertanyaan dengan kode P17 “Harga yang diberikan Yudaurin sudah kompetitif dibandingkan pengepul (tempat jual beli barang bekas) lain”, menunjukkan bahwa terdapat 27 responden setuju, 34 responden cukup setuju, 8 responden kurang setuju, dan 1 responden tidak setuju.

Produk yang dibeli Yudaurin bervariasi.

70 jawaban

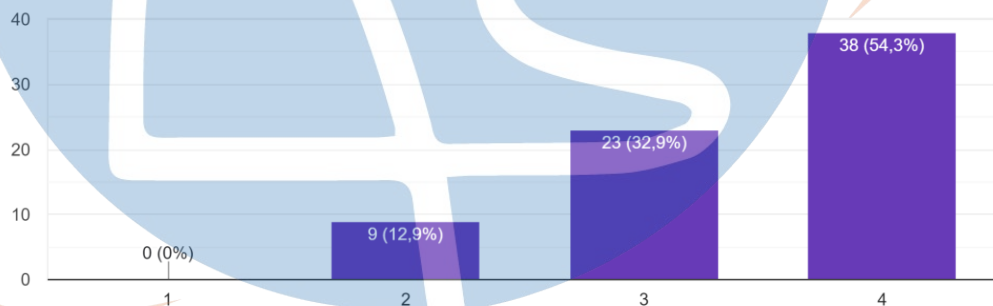


Gambar 4.42 Jawaban Kuesioner Pernyataan P18.

Hasil kuesioner pertanyaan dengan kode P18 “Produk yang dibeli Yudaurin bervariasi”, menunjukkan bahwa terdapat 32 responden setuju, 25 responden cukup setuju, 10 responden kurang setuju, dan 3 responden tidak setuju.

Yudaurin adalah tempat jual beli barang bekas yang layak untuk direkomendasikan ke orang sekitar.

70 jawaban



Gambar 4.43 Jawaban Kuesioner Pernyataan P19.

Hasil kuesioner pertanyaan dengan kode P19 “Yudaurin adalah tempat jual beli barang bekas yang layak untuk direkomendasikan ke orang sekitar”, menunjukkan bahwa terdapat 38 responden setuju, 23 responden cukup setuju, 9 responden kurang setuju, dan tidak ada responden yang tidak setuju.

Setelah tahap pengambilan data dari jawaban 19 pernyataan di atas, selanjutnya penulis melakukan pengolahan data untuk menghitung skor total dan indeks persentase dengan rumus sebagai berikut.

$$\text{Indeks Persentase} = \frac{\text{jumlah skor}}{\text{total skor maksimum}} \times 100$$

Rumus 4.1 Rumus Indeks Persentase.

Hasil pengolahan data dituliskan dalam tabel 4.3 berikut ini.

Tabel 4.3 Hasil Pengolahan Data.

Perhitungan Nilai Skor																			
Skor	Pernyataan																		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
4	140	128	92	96	68	56	40	112	112	108	92	64	68	56	76	144	108	128	152
3	69	93	90	81	108	51	57	78	93	66	75	51	60	63	51	72	102	75	69
2	12	10	14	22	18	30	32	10	14	20	30	18	24	18	16	14	16	20	18
1	6	2	10	8	8	24	25	11	4	11	7	28	21	26	26	3	1	3	0
Total	227	233	206	207	202	161	154	211	223	205	204	161	173	163	169	233	227	226	239
Rata-rata	3,24	3,33	2,94	2,96	2,89	2,30	2,20	3,01	3,19	2,93	2,91	2,30	2,47	2,33	2,41	3,33	3,24	3,23	3,41
Persentase	81%	83%	74%	74%	72%	58%	55%	75%	80%	73%	73%	58%	62%	58%	60%	83%	81%	81%	85%
Penilaian	Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju



Berdasarkan hasil pengolahan data, semua pernyataan dalam kuesioner menunjukkan tingkat persetujuan responden yang berada dalam kategori “Cukup Setuju” dan “Setuju”. Untuk menentukan interval kriteria penilaian, rentang 100% dibagi menjadi 4 sesuai dengan kategori penilaian yang digunakan. Tabel 4.4 berikut menjelaskan persentase kriteria penilaian.

Tabel 4.4 Kriteria Penilaian.

Persentase	Penilaian
76% - 100%	Setuju
51% - 75%	Cukup Setuju
26% - 50%	Kurang Setuju
0% - 25%	Tidak Setuju

Berikut penjelasan mengenai skor atau kriteria penilaian untuk masing-masing pernyataan:

1. Analisis terhadap pernyataan P01 terkait pengalaman responden mencari informasi tentang jual beli barang bekas di *Google* menghasilkan total skor sebesar 207 dengan persentase 81%. Berdasarkan tabel kriteria penilaian, persentase tersebut tergolong dalam kategori **Setuju**. Artinya, sebagian besar responden setuju pernah mencari informasi tentang jual beli barang bekas di *Google*.
2. Analisis terhadap pernyataan P02 terkait kemudahan *Google My Business* dalam mencari informasi tempat jual beli barang bekas menghasilkan total skor sebesar 214 dengan persentase 83%. Berdasarkan tabel kriteria penilaian, persentase tersebut tergolong dalam kategori **Setuju**. Artinya, sebagian besar responden setuju bahwa *Google My Business* memudahkan mereka untuk mencari informasi tentang berbagai tempat jual beli barang bekas.
3. Analisis terhadap pernyataan P03 terkait pengalaman responden melihat profil bisnis usaha jual beli barang bekas menghasilkan total skor sebesar 190 dengan persentase 74%. Berdasarkan tabel kriteria penilaian, persentase tersebut tergolong dalam kategori

- Cukup Setuju.** Artinya, beberapa responden pernah melihat profil bisnis usaha jual beli barang bekas di *Google My Business*.
4. Analisis terhadap pernyataan P04 terkait pengalaman responden membaca ulasan pada profil usaha jual beli barang bekas menghasilkan total skor sebesar 189 dengan persentase 74%. Berdasarkan tabel kriteria penilaian, persentase tersebut tergolong dalam kategori **Cukup Setuju**. Artinya, beberapa responden pernah membaca ulasan pada profil usaha jual beli barang bekas di *Google My Business*.
  5. Analisis terhadap pernyataan P05 terkait pengalaman responden melihat foto-foto pada profil usaha jual beli barang bekas menghasilkan total skor sebesar 188 dengan persentase 72%. Berdasarkan tabel kriteria penilaian, persentase tersebut tergolong dalam kategori **Cukup Setuju**. Artinya, beberapa responden pernah melihat foto-foto pada profil usaha jual beli barang bekas di *Google My Business*.
  6. Analisis terhadap pernyataan P06 terkait pengalaman responden berinteraksi dengan usaha jual beli barang bekas melalui fitur pesan menghasilkan total skor sebesar 155 dengan persentase 58%. Berdasarkan tabel kriteria penilaian, persentase tersebut tergolong dalam kategori **Cukup Setuju**. Artinya, beberapa responden pernah berinteraksi dengan usaha jual beli barang bekas di *Google My Business* melalui fitur pesan.
  7. Analisis terhadap pernyataan P07 terkait pengalaman responden berinteraksi dengan usaha jual beli barang bekas melalui fitur tanya jawab (T&J) menghasilkan total skor sebesar 148 dengan persentase 55%. Berdasarkan tabel kriteria penilaian, persentase tersebut tergolong dalam kategori **Cukup Setuju**. Artinya, beberapa responden pernah berinteraksi dengan usaha jual beli barang bekas di *Google My Business* melalui fitur tanya jawab.
  8. Analisis terhadap pernyataan P08 terkait dari mana responden mengetahui Yudaurin menghasilkan total skor sebesar 191

dengan persentase 75%. Berdasarkan tabel kriteria penilaian, persentase tersebut tergolong dalam kategori **Cukup Setuju**. Artinya, sebagian besar responden mengetahui Yudaurin melalui *Google My Business*.

9. Analisis terhadap pernyataan P09 terkait kemudahan pemahaman informasi di *Google My Business* Yudaurin menghasilkan total skor sebesar 203 dengan persentase 80%. Berdasarkan tabel kriteria penilaian, persentase tersebut tergolong dalam kategori **Setuju**. Artinya, sebagian besar responden setuju bahwa informasi tentang Yudaurin yang ada di *Google My Business* mudah dipahami.
10. Analisis terhadap pernyataan P10 terkait pengalaman responden membaca ulasan pada profil Yudaurin menghasilkan total skor sebesar 187 dengan persentase 73%. Berdasarkan tabel kriteria penilaian, persentase tersebut tergolong dalam kategori **Cukup Setuju**. Artinya, beberapa responden pernah membaca ulasan yang ada pada profil Yudaurin di *Google My Business*.
11. Analisis terhadap pernyataan P11 terkait pengalaman responden melihat foto-foto pada profil Yudaurin menghasilkan total skor sebesar 186 dengan persentase 73%. Berdasarkan tabel kriteria penilaian, persentase tersebut tergolong dalam kategori **Cukup Setuju**. Artinya, beberapa responden pernah melihat foto-foto pada profil Yudaurin di *Google My Business*.
12. Analisis terhadap pernyataan P12 terkait responden yang pernah memberikan ulasan untuk Yudaurin menghasilkan total skor sebesar 156 dengan persentase 58%. Berdasarkan tabel kriteria penilaian, persentase tersebut tergolong dalam kategori **Cukup Setuju**. Artinya, beberapa dari responden pernah memberikan ulasan untuk Yudaurin di *Google My Business*.
13. Analisis terhadap pernyataan P13 terkait pengalaman responden berinteraksi dengan Yudaurin melalui fitur pesan di *Google My Business* menghasilkan total skor sebesar 164 dengan persentase

62%. Berdasarkan tabel kriteria penilaian, persentase tersebut tergolong dalam kategori **Cukup Setuju**. Artinya, beberapa dari responden pernah berinteraksi dengan Yudaurin melalui fitur pesan di *Google My Business*.

14. Analisis terhadap pernyataan P14 terkait pengalaman responden berinteraksi dengan Yudaurin melalui fitur tanya jawab menghasilkan total skor sebesar 156 dengan persentase 58%. Berdasarkan tabel kriteria penilaian, persentase tersebut tergolong dalam kategori **Cukup Setuju**. Artinya, beberapa dari responden pernah berinteraksi dengan Yudaurin melalui fitur tanya jawab di *Google My Business*.
15. Analisis terhadap pernyataan P15 terkait pengalaman responden berkomunikasi dengan admin Yudaurin melalui *Whatsapp* menghasilkan total skor sebesar 160 dengan persentase 60%. Berdasarkan tabel kriteria penilaian, persentase tersebut tergolong dalam kategori **Cukup Setuju**. Artinya, beberapa dari responden pernah berkomunikasi dengan admin Yudaurin melalui *Whatsapp*.
16. Analisis terhadap pernyataan P16 terkait pelayanan Yudaurin menghasilkan total skor sebesar 209 dengan persentase 83%. Berdasarkan tabel kriteria penilaian, persentase tersebut tergolong dalam kategori **Setuju**. Artinya, sebagian besar responden menilai pelayanan Yudaurin dalam proses penjualan barang bekas sudah baik.
17. Analisis terhadap pernyataan P17 terkait harga yang diberikan Yudaurin menghasilkan total skor sebesar 206 dengan persentase 81%. Berdasarkan tabel kriteria penilaian, persentase tersebut tergolong dalam kategori **Setuju**. Artinya, sebagian besar responden setuju bahwa harga yang diberikan Yudaurin sudah kompetitif dibandingkan tempat jual beli barang bekas lain.
18. Analisis terhadap pernyataan P18 terkait produk yang dibeli Yudaurin menghasilkan total skor sebesar 209 dengan persentase

81%. Berdasarkan tabel kriteria penilaian, persentase tersebut tergolong dalam kategori **Setuju**. Artinya, sebagian besar responden setuju bahwa produk yang dibeli Yudaurin bervariasi.

19. Analisis terhadap pernyataan P19 menghasilkan total skor sebesar 218 dengan persentase 85%. Berdasarkan tabel kriteria penilaian, persentase tersebut tergolong dalam kategori **Setuju**. Artinya, sebagian besar responden setuju untuk merekomendasikan Yudaurin ke orang sekitar mereka.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, diambil beberapa pernyataan yang menjawab pengaruh yang diperoleh dari optimalisasi pemanfaatan beberapa fitur *Google My Business*. Hasilnya adalah sekitar 80% responden setuju bahwa informasi yang dicantumkan pada akun profil Yudaurin mudah dipahami, menandakan bahwa informasi yang disajikan sudah jelas. Selain itu, 73% responden pernah membaca ulasan dan melihat foto-foto pada profil Yudaurin, menunjukkan bahwa ulasan pengguna dan visualisasi foto memainkan peran penting dalam menarik perhatian dan membangun kepercayaan.

Selanjutnya, 60% responden pernah berkomunikasi dengan admin Yudaurin melalui *Whatsapp*, menunjukkan bahwa menyajikan kontak pada *Google My Business* cukup berpengaruh terhadap *brand awareness*, walaupun masih ada 40% responden yang belum memanfaatkannya. Secara keseluruhan, optimalisasi pemanfaatan beberapa fitur *Google My Business* sudah memberikan pengaruh positif yang cukup signifikan bagi Yudaurin, meskipun ada ruang untuk dapat ditingkatkan.

Selain data dari kuesioner, penulis juga memanfaatkan fitur ulasan dan performa untuk mengoptimalkan pemanfaatan *Google My Business*. Namun, pada proses analisis terjadi masalah yang tidak terduga yaitu penangguhan akun *Google My Business* milik Yudaurin. Hal ini menyebabkan ulasan dan data analitik dari fitur performa yang seharusnya menjadi sumber data sekunder tidak dapat diakses.

#### **4.3. Evaluasi Pemanfaatan *Google My Business***

Pada bagian evaluasi data primer diambil dari kesimpulan jawaban dari beberapa pernyataan yang ada pada kuesioner. Dari jawaban yang telah



dikumpulkan dalam bentuk skala *Likert* dapat ditarik evaluasi dari pemanfaatan *Google My Business* Yudaurin seperti:

1. Pada pernyataan P08 terkait **dari mana responden mengetahui Yudaurin**, diketahui bahwa 75% responden mengetahui Yudaurin melalui *Google My Business*, namun 25% responden lainnya mengetahui Yudaurin secara langsung bukan melalui *Google My Business*.
2. Pada pernyataan P09 terkait **informasi di *Google My Business* Yudaurin mudah dipahami**, diketahui bahwa 80% responden setuju bahwa informasi di *Google My Business* Yudaurin dapat mudah dipahami, tetapi 20% responden ada yang kurang setuju dan tidak setuju, itu menunjukkan bahwa perlu ada perbaikan informasi agar lebih dipahami.
3. Pada pernyataan P12 hanya 58% **responden yang pernah memberikan ulasan untuk Yudaurin di *Google My Business***, artinya belum terlalu banyak dari responden yang sudah pernah memberikan ulasan. Namun untuk meningkatkan jumlah ulasan, penulis bersama pemilik akan mencoba untuk meminta ulasan kepada setiap pelanggan yang sudah melakukan transaksi.
4. Pada pernyataan P16 terkait **pelayanan Yudaurin dalam proses penjualan barang bekas sudah baik**, diketahui bahwa 83% responden setuju bahwa pelayanan Yudaurin dalam proses penjualan barang sudah baik, meskipun 17% responden kurang setuju, itu menunjukkan bahwa perlu ada perbaikan pelayanan.
5. Pada pernyataan P17 terkait **harga yang diberikan Yudaurin sudah kompetitif dibandingkan pengepul lain**, diketahui bahwa 81% responden cukup setuju bahwa harga yang diberikan Yudaurin lebih kompetitif dibandingkan pengepul lain dan hanya 19% responden yang kurang setuju dan tidak setuju terkait hal tersebut.
6. Pada pernyataan P18 terkait **produk yang dibeli Yudaurin bervariasi**, diketahui bahwa 81% responden setuju bahwa produk yang dibeli Yudaurin bervariasi, walaupun terdapat 19% responden yang kurang setuju dan tidak setuju. Namun untuk itu, pemilik memerlukan beberapa



pertimbangan untuk adanya penambahan produk yang dapat dibeli Yudaurin.

7. Pada pernyataan P19 terkait **Yudaurin adalah tempat jual beli barang bekas yang layak direkomendasikan**, diketahui bahwa 85% responden setuju bahwa Yudaurin layak direkomendasikan ke orang-orang yang ada di sekitar yang belum pernah menjual barang bekasnya ke pengepul.

Pada bagian evaluasi data sekunder, kendala muncul karena akun *Google My Business* milik Yudaurin ditangguhkan, sehingga ulasan dan data analitik dari fitur performa tidak dapat diakses. Kekurangan data sekunder ini menyebabkan analisis menjadi kurang mendalam karena hanya mengandalkan data primer. Beberapa indikator kunci seperti ulasan, jumlah tampilan profil, interaksi profil bisnis, dan cara pengguna menemukan bisnis tidak dapat dianalisis. Untuk mengatasi masalah ini, penulis telah mencoba mengajukan banding untuk menyelesaikan penangguhan akun, namun upaya ini tidak berhasil dalam waktu penelitian. Oleh karena itu, analisis hanya disusun berdasarkan data primer saja untuk memberikan gambaran tentang potensi pengaruh *Google My Business* terhadap *brand awareness*. Namun, peneliti memberikan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya, seperti:

1. Memeriksa secara berkala akun *Google My Business* selama penelitian berlangsung.
2. Menambahkan metode pengumpulan data cadangan seperti wawancara mendalam atau kuesioner terbuka untuk menggali lebih banyak informasi.
3. Melakukan penelitian ulang setelah akun *Google My Business* aktif kembali untuk memperoleh data sekunder yang diperlukan.

STT - NF

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan penelitian yang telah dilakukan, diuji, dan dievaluasi, berikut kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini:

1. Pemanfaatan *Google My Business* untuk meningkatkan *brand awareness* pada bisnis jual beli barang bekas Yudaurin dilakukan dengan mengedit profil, produk, layanan, dan foto. Pembaruan ini melibatkan penambahan informasi atau data yang diperlukan sesuai kebutuhan fitur *Google My Business*. Pemanfaatan ini telah terbukti efektif dalam meningkatkan *brand awareness* Yudaurin, seperti yang diperlihatkan bahwa sekitar 75% responden mengetahui Yudaurin melalui *Google My Business*.
2. Hasil pengolahan data skala *Likert* menunjukkan bahwa pemanfaatan *Google My Business* oleh Yudaurin memberikan pengaruh positif. Sekitar 80% responden setuju bahwa informasi yang dicantumkan pada profil Yudaurin mudah dipahami. Selain itu, sekitar 73% responden pernah membaca ulasan mengenai Yudaurin, dan 73% responden pernah melihat foto-foto pada profil Yudaurin. Di samping itu, 60% responden pernah berkomunikasi dengan admin Yudaurin melalui *Whatsapp*. Hasil ini menunjukkan tingkat interaksi dan kepuasan yang tinggi di antara pengguna terhadap profil dan layanan yang ditawarkan Yudaurin.
3. Hasil evaluasi pemanfaatan *Google My Business* menunjukkan bahwa Yudaurin memberikan pelayanan yang memuaskan dalam proses pembelian, dengan 83% menyatakan setuju. Selain itu, 81% responden setuju bahwa harga yang diberikan kompetitif, dan 81% responden setuju bahwa produk yang dibeli Yudaurin bervariasi. Lebih lanjut, 85% responden setuju bahwa Yudaurin merupakan tempat jual beli barang bekas yang layak direkomendasikan. Hasil ini menunjukkan bahwa Yudaurin berhasil memenuhi ekspektasi pelanggan dalam hal pelayanan, harga, variasi produk, dan reputasi sebagai tempat yang direkomendasikan untuk jual beli barang bekas.

4. Pada saat proses analisis, akun *Google My Business* milik Yudaurin ditangguhkan, sehingga ulasan dan data analitik dari fitur performa tidak dapat diakses. Beberapa indikator kunci seperti ulasan, jumlah tampilan profil, interaksi profil bisnis, dan cara pengguna menemukan bisnis tidak dapat dianalisis.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan, terdapat beberapa kekurangan yang belum bisa dilakukan penelitian ini, sehingga terdapat beberapa saran yang nantinya dapat dilakukan dalam implementasi *Google My Business* baik untuk usaha ini atau usaha lain, yaitu:

1. Fitur performa, ulasan, pesan, dan tanya jawab (T&J) telah digunakan, namun hasil analisis belum bisa dituangkan dalam tulisan ini karena profil *Google My Business* ditangguhkan pada saat analisis dilakukan. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memeriksa dan akun *Google My Business* secara berkala setiap hari untuk menghindari penangguhan akun profil. Selain itu, dapat menambahkan metode pengumpulan data cadangan untuk menggali lebih banyak informasi, dan melakukan penelitian ulang setelah akun *Google My Business* aktif kembali.
2. Apabila anggaran memungkinkan, pertimbangkan untuk menggunakan *e-mail* dengan domain bisnis. Selain agar terlihat profesional, juga untuk meminimalisir terjadinya penangguhan akun *Google My Business*.
3. Karena keterbatasan pemilik bisnis dan penulis, penelitian ini belum memanfaatkan fitur pengiriman dan penjemputan serta fitur beriklan yang mana memerlukan sumber daya lebih. Disarankan untuk penelitian berikutnya, baik sebagai lanjutan dari penelitian ini atau untuk penelitian lain terkait pemanfaatan *Google My Business*, agar memanfaatkan semua fitur yang tersedia sehingga hasil bisa lebih optimal.
4. Untuk penelitian berikutnya, disarankan untuk menerapkan *A/B testing* guna mencoba berbagai variasi strategi optimasi dan melihat mana yang paling efektif. Misalnya, dengan mencoba berbagai deskripsi bisnis, foto produk, atau postingan untuk melihat mana yang menghasilkan performa terbaik.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. A. Addahlawi, U. Mustaghfiroh, L. K. Ni'mah, A. Sundusiyah, and A. F. Hidayatullah, "IMPLEMENTASI PRINSIP GOOD ENVIRONMENTAL GOVERNANCE DALAM PENGELOLAAN SAMPAH DI INDONESIA," *Jurnal Green Growth dan Manajemen Lingkungan*, vol. 8, no. 2, pp. 106–118, Mar. 2020, doi: 10.21009/jgg.082.04.
- [2] A. Rahadhyan, "Ratusan Warga Terciduk Buang Sampah Sembarangan di Kota Cimahi - Selamat Datang di Website Resmi Pemerintah Daerah Kota Cimahi," *Cimahikota.go.id*, Sep. 06, 2023. <https://cimahikota.go.id/berita/detail/82282-ratusan-warga-terciduk-buang-sampah-sembarangan-di-kota-cimahi> (accessed Mar. 18, 2024).
- [3] Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, "Capaian Kinerja Pengelolaan Sampah," *Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional*, 2022. <https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn/> (accessed Feb. 17, 2024).
- [4] SATGAS PPK DAS Citarum, "Asal Mula Bank Sampah di Indonesia - Citarum Harum Juara," *Citarum Harum Juara - Leuweung Hejo Rakyat Ngejo*, Sep. 23, 2021. <https://citarumharum.jabarprov.go.id/asal-mula-bank-sampah-di-indonesia/> (accessed Feb. 17, 2024).
- [5] "APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang," *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*, Feb. 07, 2024. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang> (accessed Mar. 17, 2024).
- [6] Nursani *et al.*, "Strategi Pemanfaatan Digital Marketing Melalui *Google My Business* Pada UMKM di Kecamatan Parado)," *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 2, no. 3, pp. 163–170, Nov. 2023, doi: 10.61461/sjpm.v2i3.49.
- [7] S. Wahyuni, A. Armiani, E. Setiawati, and I. Pirdaus, "Pengaruh Financial Technology, Media Sosial, E-Commerce, dan *Google My Business* terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM," *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, vol. 2, no. 4, pp. 731–745, Jan. 2024, doi: 10.57141/kompeten.v2i4.94.

- [8] Aristejo, "Penggunaan dan Manfaat *Google* Bisnisku untuk Usaha Kecil dan Menengah," *Jurnal Sistem Informasi STMIK Antar Bangsa*, vol. 9, no. 1, pp. 32–39, Feb. 2020.
- [9] R. Patria, "Website Gratis *Google* Bisnisku Untuk Bisnis Baru," *DomaiNesia*, Aug. 23, 2019. <https://www.domainesia.com/berita/website-gratis-google-bisnisku/> (accessed Mar. 25, 2024).
- [10] R. Sholihin, *Digital Marketing di Era 4.0*. Anak Hebat Indonesia, 2019.
- [11] F. Rangkuti, *The Power of Brands*. Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- [12] DR. U. Y. M.M., *Digital Branding Teori Dan Praktik*. Simbiosis Rekatama Media, 2019.
- [13] Niagahoster, *Yuk, Mulai Pakai Digital Marketing!* Elex Media Komputindo, 2022.
- [14] *Google*, "Google My Business." <https://www.google.com/business//manage.html> (accessed May 27, 2023).
- [15] *Google Workspace*, "Google Forms," *Google Workspace*. <https://workspace.google.com/intl/id/products/forms/> (accessed Apr. 18, 2024).
- [16] *Google Workspace*, "Google Spreadsheet: Spreadsheet Online untuk Bisnis," *Google Workspace*. <https://workspace.google.com/intl/id/products/sheets/> (accessed Apr. 18, 2024).
- [17] J. W. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE, 2014.
- [18] S. Arikunto, *Prosedur penelitian: suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 1992.
- [19] F. Yusup, "Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif," *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, vol. 7, no. 1, pp. 17–23, Jun. 2018.
- [20] R. H. Saputra, J. A. Baba, and G. Y. K. S. Siregar, "PENILAIAN KINERJA DOSEN MENGGUNAKAN MODIFIKASI SKALA *LIKERT* DENGAN



- METODE SIMPLE ADDITIVE WEIGHTING,” *Explore: Jurnal Sistem Informasi dan Telematika*, vol. 9, no. 1, Jun. 2018, doi: 10.36448/jsit.v9i1.1029.
- [21]N. Almuntazah, N. Azizah, Y. L. Putri, and D. C. R. Novitasari, “Prediksi Jumlah Mahasiswa Baru Menggunakan Metode Regresi Linier Sederhana,” *JURNAL ILMIAH MATEMATIKA DAN TERAPAN*, vol. 18, no. 1, pp. 31–40, Jun. 2021, doi: 10.22487/2540766x.2021.v18.i1.15465.
- [22]Fadila, W. I. Rahayu, and M. H. K. Saputra, *Penerapan metode naive bayes dan skala Likert pada aplikasi prediksi kelulusan mahasiswa*. Kreatif, 2020.
- [23]T. K. Husain, A. B. Thamsi, and F. D. Amran, “Implementasi Google My Business sebagai Media Digital Marketing,” *Jurnal Pengabdian Masyarakat (abdira)*, vol. 2, no. 1, pp. 88–94, Jan. 2022, doi: 10.31004/abdira.v2i1.53.
- [24]E. Trisnawati and R. Y. Rusdianto, “Transformasi Pemasaran Di Era Digital: Optimalisasi Landing Page Untuk Meningkatkan Brand Awareness Pada Jasa Pengepul Sampah-Karung Sampah,” *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, vol. 2, no. 2, pp. 6–13, Apr. 2024, doi: DOI: htdoi.org/10.61132/maeswara.v2i2.676.
- [25]S. M. Tanjung, M. O. Abdillah, M. J. Rayhannur, L. Melsya, F. R. A. Lubis, and Usiono, “Pemanfaatan *Google My Business* Sebagai Alat Promosi UMKM pada Pembuatan Tempe di Desa Paya Gambar,” *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, vol. 4, no. 3, pp. 549–556, Sep. 2023, doi: 10.35870/jpni.v4i3.443.
- [26]Pgmarr, “Spearman Table.cdr.” <https://webspaceship.edu/pgmarr/geo441/tables/spearman%20ranked%20correlation%20table.pdf> (accessed Jun. 18, 2024).
- [27]R. E. Tanjung and D. Faiza, “CANVA SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN PADA MATA PELAJARAN DASAR LISTRIK DAN ELEKTRONIKA,” *Voteteknika (Vocational Teknik Elektronika dan Informatika)*, vol. 7, no. 2, p. 79, Jun. 2019, doi: 10.24036/voteteknika.v7i2.104261.
- [28]Sugiyono, *Metode penelitian pendidikan: (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)*. Bandung: Alfabeta, 2008.



[29]M. R. A. Saputra, F. I. Chalid, and H. Budianto, *Metode Ilmiah dan Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Kepustakaan (Bahan Ajar Madrasah Riset)*. Nizamia Learning Center, 2023.

[30]S. A. Ogston, S. Lemeshow, D. W. Hosmer, J. Klar, and S. K. Lwanga, "Adequacy of Sample Size in Health Studies.," *Biometrics*, vol. 47, no. 1, p. 347, Mar. 1991, doi: 10.2307/2532527.



STT - NF

## LAMPIRAN

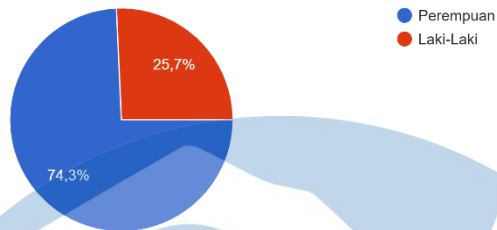
### 1. Google My Business Yudaurin

Link Google My Business Yudaurin: <https://g.co/kgs/MsS8NGE>.

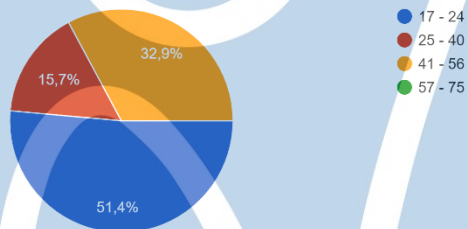
The image shows a screenshot of a Google search result for 'Yudaurin - Jual Beli Barang Bekas'. The search bar contains the text 'Yudaurin - Jual Beli Barang Bekas'. Below the search bar, there are navigation tabs: 'Semua', 'Shopping', 'Gambar', 'Video', 'Berita', 'Maps', 'Web', 'Lainnya', and 'Alat'. The main content area displays a message: 'Mungkin maksud Anda adalah: **Yudarwin** - Jual Beli Barang Bekas'. Below this, it says 'Bisnis Anda tidak terlihat oleh pelanggan'. A warning box indicates: 'Akses Anda telah ditangguhkan karena profil ini tidak mengikuti panduan. Edit info bisnis Anda, dan pelajari cara mendapatkan akses kembali. Pelajari lebih lanjut'. There is an 'Edit info' button. The business name 'Yudaurin - Jual Beli Barang Bekas' is followed by a 'TIDAK TERLIHAT SECARA PUBLIK' label. Below the name, it lists 'Junk store', 'Alamat: Taman Toga Kahuripan RT 002 RW 006, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16810', 'Jam buka: Tutup', 'Telepon: 0898-7159-569', and 'Situs: https://linktr.ee/yudaurin'. There is a 'Lihat foto' button. At the bottom, it says 'Hanya pengelola profil ini yang dapat melihat'. The bottom part of the image shows an email notification from Google Business Profile, stating 'Yudaurin - Jual Beli Barang Bekas, profil Anda telah ditangguhkan' and 'Profil bisnis Anda telah ditangguhkan'. It provides details about the suspension and offers an 'Ajukan banding' button.

## 2. Hasil Kuesioner

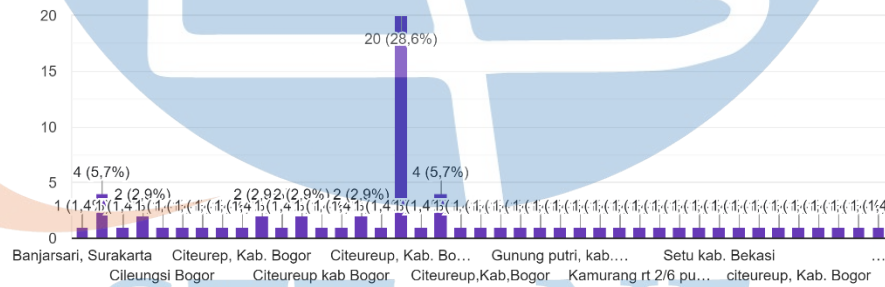
Jenis Kelamin  
70 jawaban



Usia  
70 jawaban



Domisili  
70 jawaban



Pekerjaan  
70 jawaban

