

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Sebagai salah satu kota pariwisata di Indonesia, Yogyakarta jelas memiliki daya pikat yang tinggi untuk dikunjungi oleh para turis, baik itu turis dalam negeri maupun turis mancanegara, terdapat banyak sekali aneka ragam tempat wisata alam, rekreasi, ataupun kuliner yang dapat dikunjungi oleh para turis tersebut. Sehingga saat berkunjung ke Yogyakarta tidak heran banyak turis yang tidak cukup hanya sehari saja saat berwisata menghabiskan waktunya di Yogyakarta, menyebabkan mereka pada akhirnya mencari tempat untuk bermalam di Yogyakarta.

Oleh karena itu tidak heran jika dilihat pertumbuhan hotel yang ada di wilayah Yogyakarta tinggi dan masif, dilansir dari website data bappeda sendiri jumlah unit hotel yang ada di Yogyakarta memang sangat banyak, pada tahun 2022 sendiri jumlah hotel yang ada di Yogyakarta mencapai angka 1.690 unit hotel, tidak dipungkiri karena hotel sendiri memang menjadi sarana yang paling dicari dan dibutuhkan sebagai tempat penginapan sementara pada saat turis-turis tersebut mengunjungi Yogyakarta.<sup>1</sup>

Meskipun turis yang datang ke wilayah Yogyakarta memang banyak, akan tetapi persaingan manajemen hotel di Yogyakarta ini pun juga ketat,<sup>2</sup> berbagai

---

<sup>1</sup> [List Master Data | Aplikasi Dataku \(jogjaprovo.go.id\)](https://data.bappeda.go.id/)

<sup>2</sup> Abdul Hamied Razak, *Hotel Jadi Bisnis dengan Persaingan Usaha Paling Tinggi di Jogja*, <https://ekbis.harianjogja.com/read/2023/03/09/502/1128624/hotel-jadi-bisnis-dengan-persaingan-usaha-paling-tinggi-di-jogja>, 18 Mei 2023, 14.45 wib.

macam fasilitas dan layanan ditawarkan untuk menarik perhatian konsumen dan menaikkan citra dari hotel tersebut, semakin baik fasilitas dan layanan yang diberikan semakin baik pula perhatian atau minat dari konsumen. Oleh karena itu PR hotel biasanya ditunjuk oleh manajemen hotel untuk dapat mengelola publisitas mengenai fasilitas dan layanan hotel tersebut sekaligus ditunjuk agar bisa menaikkan brand image kepada masyarakat.

Seperti salah satu hotel berbintang yang ada di Yogyakarta yang memiliki perangkat Public Relation sendiri untuk menjalankan tugasnya yakni Hotel Horison Ultima Riss Malioboro. Di era sekarang ini profesi PR dapat memanfaatkan perkembangan teknologi salah satunya dengan kehadiran internet dalam menjalankan perannya. Kehadiran internet memberikan dampak tersendiri bagi dunia bisnis maupun jaringan media, termasuk pada dunia Public Relation, kehadirannya membawa dampak pada jaringan komunikasi serta saluran komunikasi baru dalam berhubungan dengan publik. Praktisi public relations memiliki saluran langsung dalam berkomunikasi dengan publiknya tanpa harus bermediasi melalui awak jurnalis.<sup>3</sup>

Efek adanya kehadiran internet tersebut, memunculkan suatu transformasi media digital pula, salah satunya dengan perkembangan yang terjadi pada platform media digital melahirkan platform aplikasi yang dapat memudahkan seseorang berjejaring dengan orang lainnya dimanapun dan kapanpun berada aplikasi tersebut yaitu media sosial. Media sosial ialah platform media yang

---

<sup>3</sup> Rob Franklin et al., *Public Relation* (London: Sage Publication Inc, 2009).

fokus penggunaannya sebagai alat eksistensi pengguna yang dapat memberikan fasilitas kepada mereka dalam beraktifitas ataupun berkolaborasi. Karena oleh sebab itu media sosial bisa dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang dapat memberikan suatu pengaruh yang kuat terhadap hubungan antar pengguna sekaligus dalam suatu ikatan sosial.<sup>4</sup>

Dengan adanya media sosial yang mengakibatkan tingginya akses informasi dan pertukaran komunikasi, hal ini bisa mempermudah profesi PR sebagai perangkat hotel yang mempunyai fungsi memberikan dan membagikan informasi bisa langsung terhubung dengan masyarakat secara langsung, PR hotel dapat dengan mudah dan kreatif mempublikasikan segala hal terkait fasilitas, layanan, maupun aktivitas hotel berupa event atau promo-promo yang diselenggarakan pihak hotel. Salah satu media sosial yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat yaitu adalah media sosial Instagram.

Media sosial Instagram banyak digunakan oleh masyarakat karena media sosial yang satu ini mempunyai fitur yang lengkap daripada media sosial lainnya, fitur tersebut antara lain pengguna Instagram dapat mempublikasikan suatu foto atau video beserta narasi berupa caption dan terdapat kolom komentar untuk berinteraksi sehingga media sosial Instagram dapat menarik banyak perhatian masyarakat. Selain fitur yang lengkap penggunaannya yang mudah,

---

<sup>4</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Socioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015).

membuat media sosial Instagram banyak digemari masyarakat dari berbagai kalangan.

Dengan kemudahan dan kelengkapan fitur yang dimiliki, media sosial Instagram dapat dijadikan sebagai *platform* bagi seorang PR hotel dalam melaksanakan kegiatan publisitasnya kepada masyarakat sehingga bisa membantu juga seorang PR hotel dalam perannya untuk menaikkan daya pikat dan *brand image* perusahaannya kepada para masyarakat atau target konsumennya. *Brand image* memiliki pengertian ialah gambaran dari persepsi yang menyeluruh terhadap merek yang dibentuk oleh informasi dan pengalaman terhadap merek tersebut.<sup>5</sup>

Berkaitan dengan *brand image*, PR hotel dapat menampilkan beberapa aspek indikator *brand image* yang dimiliki oleh hotel itu sendiri ke dalam platform media sosial instagram seperti tampilan fasilitas hotel, pelayanan hotel, keunikan, kekuatan, dan keunggulan yang dimiliki oleh hotel tersebut. Oleh karena itu dari penjabaran diatas peneliti ingin mengetahui bagaimana analisis konten media sosial Instagram yang telah ditampilkan pada *feed* instagram hotel Horison Ultima Riss Malioboro Yogyakarta dengan menggunakan teori *brand image* pada aktivitas public relation hotel Horison Ultima Riss Malioboro sebagai salah satu hotel Horison di Yogyakarta yang

---

<sup>5</sup> Dr. M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)* (Yogyakarta: Deepublish, 2018).

memiliki predikat bintang empat di Yogyakarta dan memiliki 5.728 *followers* pada media sosial instagramnya.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Dengan adanya perkembangan teknologi seperti kemunculan media sosial Instagram, dapat membuat platform media sosial Instagram dijadikan sebagai wadah bagi PR hotel untuk menampilkan *brand image* perusahaan, maka pada penelitian ini mempunyai fokus penelitian yaitu :

Bagaimana analisis konten media sosial Instagram dalam Membangun *brand image* pada aktivitas *public relation* hotel Horison Ultima Riss Malioboro Yogyakarta dengan Pendekatan Teori *Brand Image*?

### **1.3. Batasan Masalah**

Batasan masalah digunakan dengan maksud untuk menghindari pokok permasalahan yang menyimpang atau melebar dan memabantu untuk dapat memfokuskan topik pembahasan, berikut beberapa batasan masalah masalah dalam penelitian ini :

1. Konten pada sosial instagram yang akan dibahas hanya halaman utama *profile (feed)* hotel Horison Ultima Riss Malioboro Yogyakarta
2. Periodisasi pada penelitian konten analisis instagram ini dilakukan pada bulan Januari – Mei tahun 2023

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui analisis konten media sosial Instagram dalam Membangun *brand image* pada aktivitas *public relation* hotel Horison Ultima Riss Malioboro Yogyakarta.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Akademis**

Dapat dijadikan sebagai acuan atau referensi penelitian kepustakaan Ilmu Komunikasi yang mempunyai hubungan mengenai perkembangan era teknologi digital komunikasi dalam memanfaatkan media sosial Instagram sebagai alat untuk menampilkan *brand image* hotel pada aktivitas *public relation* hotel dalam menjalankan tugasnya.

#### **2. Manfaat Praktis**

Bisa memberikan konsep, pengetahuan, dan saran bagi praktisi pengajar, profesi *public relation* ataupun pelaku usaha khususnya dalam bidang perhotelan mengenai media sosial Instagram sebagai wadah atau platform yang dapat digunakan untuk menampilkan *brand image* perusahaan.

#### **3. Manfaat Sosial**

Dapat memberikan gambaran umum kepada masyarakat mengenai jalannya fungsi *Public Relation* dalam memanfaatkan sosial media Instagram sebagai alat untuk menampilkan *brand image* suatu Hotel

serta dapat memberi informasi seputar hal-hal apa saja yang dapat ditampilkan melalui pendekatan brand image di sosial media Instagram.

## **1.6. Metodologi Penelitian**

### **1.5.1 Paradigma Penelitian**

Paradigma pada penelitian ini menggunakan paradigma postpositivisme, paradigma penelitian memiliki arti sudut pandang atau cara berpikir untuk mengetahui penilaian absah atau tidaknya mengenai persoalan suatu realita fenomena yang sedang terjadi dengan menggunakan metode yang jelas. Paradigma penelitian memiliki pengertian sebagai cara berpikir dalam memperlihatkan hubungan antar variabel yang akan diteliti yang juga sekaligus menunjukkan cerminan dari jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab lewat penelitian tersebut, teori yang akan dipakai untuk merumuskan hipotesis, jenis dan jumlah hipotesis, serta teknik analisis statistik yang akan dipakai.<sup>6</sup>

Paradigma postpositivisme sendiri ialah suatu paradigma yang dapat memungkinkan seseorang peneliti bisa menjadi instrument kunci dalam suatu penelitian untuk melakukan interaksi secara langsung dalam meneliti suatu fenomena khas alamiah yang sedang terjadi sebagaimana merupakan bagian pondasi utama atau landasan dari sifat penelitian

---

<sup>6</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018).

metode kualitatif. Filsafat postpositivisme seringkali juga dikenal sebagai paradigma interpretatif atau konstruktif, paradigma yang memandang realitas sosial bagaikan sesuatu yang absolut/utuh, dinamis, kompleks, penuh makna, serta hubungan gejala bersifat interaktif (*reciprocal*).<sup>7</sup>

Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana konten media sosial Instagram yang ditampilkan oleh suatu perusahaan sebagai *platform* dapat menampilkan produk yang dimiliki perusahaan menggunakan teori *brand image* pada laman media sosial Instagram hotel Horison Ultima Riss Malioboro Yogyakarta, oleh karena itu peneliti ingin melakukan observasi secara langsung pada laman media sosial Instagram hotel Horison Ultima Riss Malioboro Yogyakarta.

### 1.5.2 Metode Penelitian

Pendekatan Metode Penelitian yang peneliti gunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan kualitatif, pendekatan penelitian kualitatif sendiri adalah pendekatan penelitian yang dilakukan berdasarkan landasan filsafat postpositivisme, penelitian kualitatif ialah metode penelitian yang mempunyai perspektif dasar pada filsafat postpositivisme, digunakan dalam meneliti pada kondisi obyek yang

---

<sup>7</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&d* (Cetakan Ketujuh Belas) (Bandung: Alfabeta, 2013).



ilmiah, (sebagai lawannya yaitu eksperimen) dimana peneliti ialah sebagai kunci instrumen penelitian.<sup>8</sup>

Jenis penelitian ini menggunakan jenis metode deskriptif kualitatif, Metode penelitian deskriptif kualitatif merupakan suatu cara yang digunakan peneliti untuk dapat menemukan pengetahuan atau teori pada penelitian di satu waktu tertentu.<sup>9</sup> Melalui metode penelitian ini peneliti ingin mencoba menjelaskan secara spesifik dan mendalam mengenai pemahaman analisis konten media sosial Instagram menggunakan teori *brand image* pada aktivitas *public relation* hotel Horison Ulitima Riss Malioboro Yogyakarta. Adapun hasil analisis konten yang ditemukan akan dideskripsikan melalui kata-kata terkait analisis konten media sosial tersebut.

### 1.5.3 Subjek / Objek Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti mengambil subjek penelitian yaitu akun media sosial Instagram hotel Horison Ultima Riss Malioboro yang memiliki nama pengguna Instagram horisonrissmalioboro, subjek ini dipilih karena peneliti ingin mengetahui secara langsung bagaimana analisis brand image yang telah dibuat/dibangun pada laman media sosial Instagram hotel Horison Ultima Riss Malioboro pada kegiatan public relation hotel Horison Ultima Riss Malioboro.

---

<sup>8</sup> Ibid.

<sup>9</sup> Mukhtar, *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif* (Jakarta: GP Press Group, 2013).

### 1.7. Jenis Data

Sumber data yang dapat diperoleh peneliti terdiri dari dua data sumber yaitu data primer dan data sekunder :

#### a. Data Primer

Data primer adalah data yang bisa didapatkan langsung dari pihak pertama dengan melewati proses observasi, wawancara, jejak pendapat, dan lain-lain.<sup>10</sup> Sumber data primer pada proses penelitian ini adalah hasil observasi langsung pada laman media sosial instagram hotel Horison Ultima Riss Malioboro Yogyakarta, kemudian terdapat wawancara yang bersifat konfirmasi dengan pihak Public Relation hotel Horison Ultima RISS Malioboro Yogyakarta yang bertanggung jawab dan berkaitan langsung atas pelaksanaan kegiatan publisitas *public relation* di media sosial Instagram Horison Ultima RISS Yogyakarta.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari tangan kedua atau dari sumber lain yang telah tersedia sebelum adanya penelitian ini, atau bisa juga diartikan sebagai sumber yang berasal dari hasil pengolahan lebih lanjut dari data primer yang telah dijelaskan dalam bentuk lain atau dari orang lain.<sup>11</sup> Sumber data sekunder dalam penelitian ini dapat diperoleh

---

<sup>10</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013).

<sup>11</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012).

dari buku, jurnal, penelitian sebelumnya yang memiliki topik yang relevan, internet, karya ilmiah, artikel dan sumber sejenis lainnya yang menurut peneliti bisa menjadi referensi untuk mendukung penelitian ini.

### 1.8. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ialah gaya atau cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.<sup>12</sup> Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ada tiga yakni :

#### 1. Observasi

Observasi pada penelitian kualitatif ialah suatu pengamatan yang dilaksanakan oleh peneliti dengan terjun langsung ke lokasi, lapangan, atau objek untuk memantau dan mengamati segala perilaku dan aktivitas yang diteliti. Observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya yang hasilnya diterima dari kerja panca indra mata serta di bantu dengan panca indra lainnya.<sup>13</sup> Pada penelitian ini untuk mengetahui dan mengkaji penggunaan media sosial Instagram pada aktivitas public relation Hotel Horison Ultima Riss Malioboro Yogyakarta dalam mempengaruhi *brand image*, maka peneliti melakukan pengamatan langsung pada laman media sosial Instagram hotel Horison Ultima Riss Malioboro Yogyakarta, pengamatan akan

---

<sup>12</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Kencana, 2012).

<sup>13</sup> Umrati and Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan* (Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2020).

dimulai pada kurun waktu dimulainya upload postingan di bulan Januari 2023 sampai dengan bulan Mei 2023.

## 2. Wawancara

Wawancara ialah suatu percakapan yang dilakukan dengan tujuan tertentu. Percakapan tersebut dilakukan oleh dua pihak, yakni pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interviewee) yang memberikan jawaban dari pertanyaan itu.<sup>14</sup> Pada proses penelitian ini, peneliti memposisikan diri sebagai pewawancara, peneliti akan mengajukan beberapa pertanyaan yang akan diajukan kepada public relation dan sales manager marketing hotel Horison Ultima Riss Malioboro Yogyakarta sebagai terwawancara untuk bisa menjawab pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Tujuan peneliti melakukan percakapan tanya jawab ini adalah peneliti mengajukan konfirmasi mengenai data yang telah diteliti terkait analisis media sosial instagram kepada pihak yang mengelola Instagram hotel Horison Ultima Riss Malioboro Yogyakarta.

## 3. Studi Pustaka

Pada penelitian ini, peneliti melakukan kegiatan studi pustaka untuk mengumpulkan sumber data sekunder agar memperoleh acuan dan pemahaman dalam melakukan kegiatan penelitian. Kegiatan studi pustaka pada penelitian ini dapat diperoleh data dari jurnal ilmiah, buku, dan artikel yang relevan dengan topik atau tema penelitian ini.

---

<sup>14</sup> Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya Offset, 2017).

### 1.9. Teknik Analisis Data

Kegiatan teknik analisis data pada penelitian ini terdapat tiga alur proses, yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

- 1) Reduksi data mempunyai arti meringkas, memilah hal-hal yang pokok, fokus kepada hal yang penting, dan mencari tema serta polanya. Oleh karena itu data yang sudah direduksi akan menampilkan gambaran suatu garis yang lebih jelas dan memudahkan peneliti agar bisa mengumpulkan data dan melanjutkan pencarian apabila diperlukan.<sup>15</sup>

Pada penelitian ini reduksi data memfokuskan pada analisis brand image di sosial media Hotel Horison Ultima RISS Malioboro yang dikelola oleh *public relation* Hotel. Proses tersebut dimulai dari postingan *feed* instagram hotel Horison Ultima Riss Maliobro Yogyakarta pada bulan Januari – Mei 2023. Data yang dikumpulkan adalah data berupa penjelasan postingan pada halaman utama (*feed*) instagtam berkaitan dengan teori brand *image*.

- 2) Setelah reduksi data maka langkah berikutnya yang dilakukan yaitu menyajikan data. Pada penelitian kualitatif, penyajian data ini dapat dibentuk dalam tabel dengan mengklasifikasikan dan menjelaskan postingan tersebut ke dalam beberapa kategori yang termasuk dalam indikator *brand image*. Bentuk yang paling sering dipakai dalam penyajian data penelitian kualitatif ialah data dengan bentuk teks dan

---

<sup>15</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015).

bersifat naratif.<sup>16</sup> Penelitian ini menyajikan data tentang analisis analisis konten media sosial Instagram menggunakan teori *brand image* pada aktivitas *public relation* hotel Horison Ultima Riss Malioboro Yogyakarta. Data - data tersebut diambil dari hasil observasi, wawancara, serta analisis penggunaan media sosial Instagram di hotel terkait.

- 3) Tahap ketiga pada analisis data kualitatif ialah penarikan kesimpulan dan verifikasi.<sup>17</sup> Kesimpulan yang diterangkan sifatnya masih sementara dan bisa berganti apabila tidak ditemukan adanya penemuan bukti yang mendukung pada langkah pengumpulan data selanjutnya. Namun bila hasil kesimpulan yang diterangkan pada langkah awal telah didukung oleh bukti yang sesuai dan konsisten, pada saat peneliti terjun ke lapangan kembali mengabungkan data, maka kesimpulan yang dijelaskan dapat menjadi kesimpulan yang dapat dipertanggung jawabkan. Pada penelitian ini, data tentang analisis konten media sosial Instagram menggunakan teori *brand image* pada aktivitas *public relation* hotel Horison Ultima Riss Malioboro Yogyakarta, dianalisis untuk memperoleh kesimpulan.

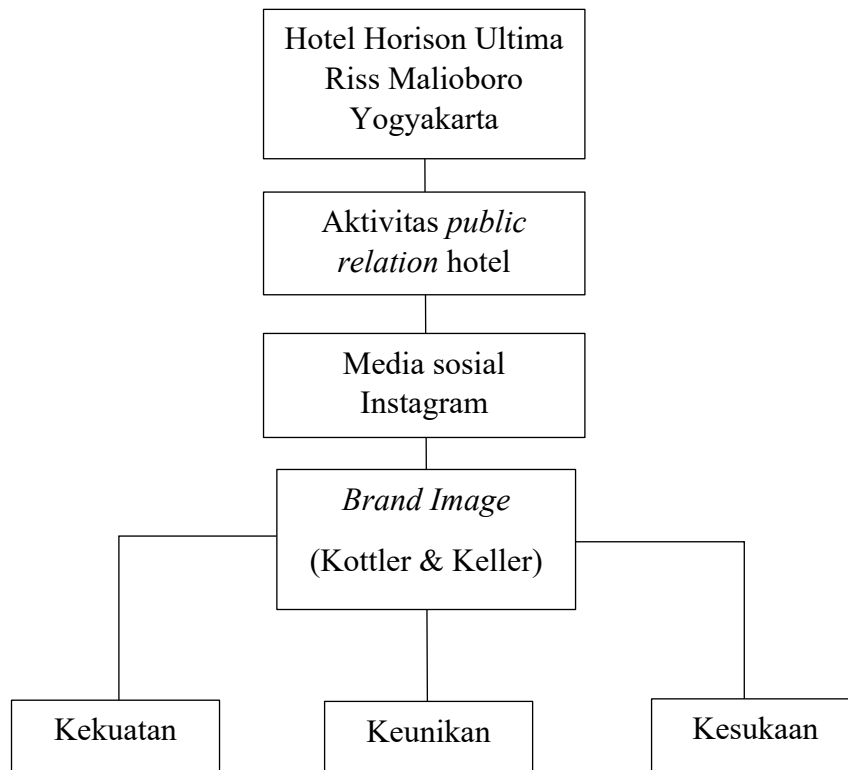
## **1.10. Kerangka Konsep, Definisi Konsep dan Definisi Operasional**

### **1.9.1. Kerangka konsep**

---

<sup>16</sup> Ibid.

<sup>17</sup> Ibid.



### 1.9.2. Definisi konsep

Pada penelitian ini penulis mempunyai kerangka konsep dengan fokus pada analisis tiga tolak ukur dalam brand image yakni kekuatan (*strengthness*), keunikan (*uniqueness*) dan kesukaan (*favourable*) yang ditampilkan pada laman media sosial Instagram Hotel Horison Ultima RISS Malioboro Yogyakarta pada aktivitas fungsi *public relation* dalam menjalankan tugasnya salah satunya untuk mengelola *brand image* suatu perusahaan. Berikut penjelasan masing-masing konsep diatas:

### A. *Public relation*

Public Relations atau PR ialah salah satu perangkat yang ada pada manajemen suatu organisasi atau perusahaan yang mempunyai peran sebagai penghubung antara perusahaan atau organisasi dengan publiknya. Public yang ada pada jangkauan public relation sendiri memiliki 2 macam, yakni public internal dan eksternal.

Selain menjadi pemelihara hubungan yang baik antara organisasi atau perusahaan kepada *public*, Public relations sendiri juga memiliki fungsi yang penting dalam hal membantu pemasaran yakni sebagai *marketing public relation* dan *social marketing*.

### B. Media Sosial Instagram

Media sosial Instagram adalah *platform* jejaring sosial yang berbasis fotografi. Instagram merupakan suatu aplikasi dari *Smartphone* yang dibuat khusus dipergunakan untuk media sosial yang juga merupakan salah satu dari media digital yakni mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, akan tetapi memiliki perbedaan pada pengambilan foto dalam bentuk ataupun tempat untuk membagikan informasi kepada penggunanya,



instagram juga memiliki suatu fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus<sup>18</sup>

Instagram juga memiliki fitur-fitur yang beragam yakni, *feed, popular tab, News and updates, like dan comment, profile, posting*. Selain fitur yang dimiliki instagram juga memiliki beberapa indikator: *Hashtag*, lokasi atau *geotag, follow, share, like*, komentar, dan *mention*.

### C. Brand Image

*Brand image* atau citra merek memiliki pengertian yakni gambaran dari persepsi yang menyeluruh kepada suatu merek dan dibentuk berdasarkan informasi dan pengalaman terhadap merek tersebut.<sup>19</sup>

*Brand image* mempunyai tiga tolak ukur berdasarkan aspek suatu merek yakni kekuatan (*Strengthness*), keunikan (*Uniqueness*) dan kesukaan (*Favorable*).<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup> Bambang Atmoko Dwi, *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel* (Jakarta: Media Kita, 2012).

<sup>19</sup> Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*.

<sup>20</sup> P. Kotler and K. L. Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Indeks, 2018).