

**EFEKTIVITAS PROMOSI MELALUI INSTAGRAM DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH PENJUALAN PADA ELZATTA JEMBER
DENGAN MENGGUNAKAN KONSEP AIDA
(*Attention, Interest, Desire, Action*)**

SKRIPSI

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi satu syarat untuk menyelesaikan
Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



**Oleh : DHEBY NORALISA
19.1041.1024**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2023**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dheby Noralisa

NIM : 1910411024

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: **EFEKTIVITAS PROMOSI MELALUI INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENJUALAN PADA ELZATTA JEMBER DENGAN MENGGUNAKAN KONSEP AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*)**; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 20 Mei 2023

Yang menyatakan,

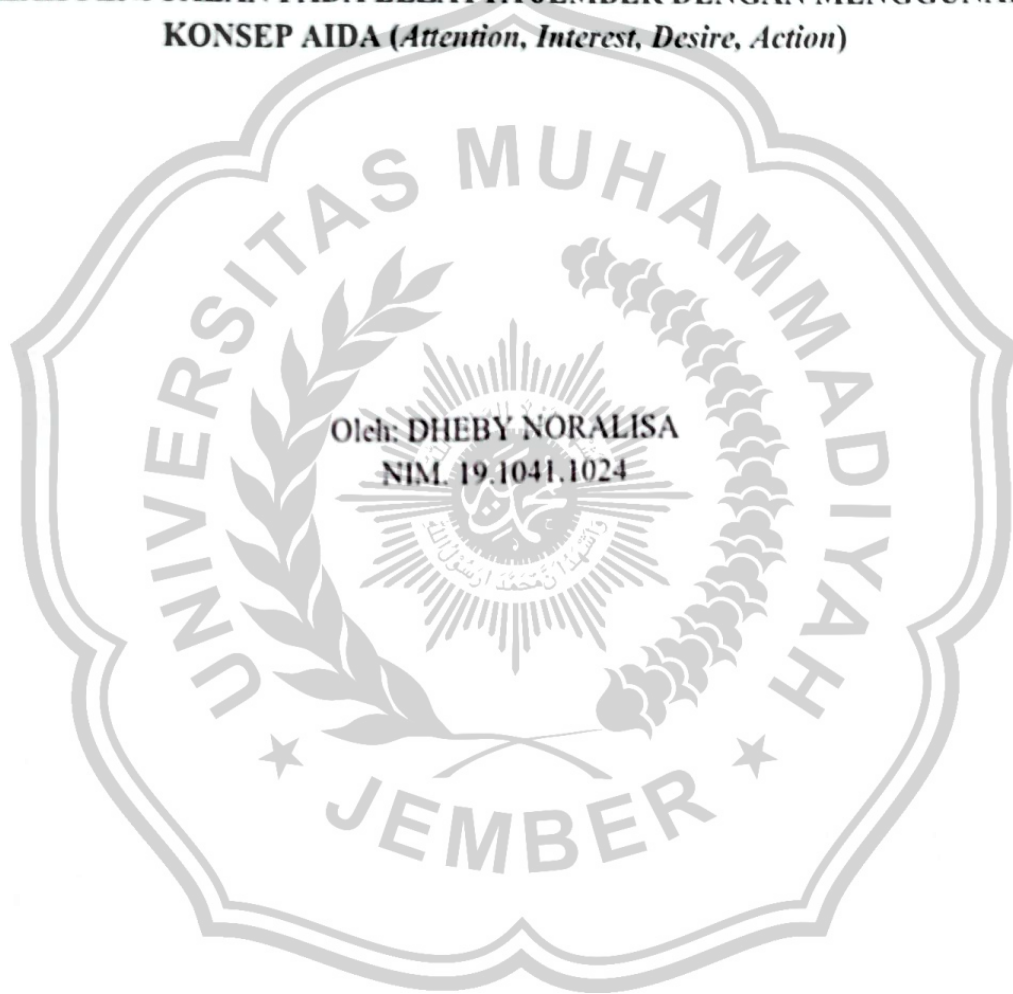


Dheby Noralisa

NIM. 1910411024

SKRIPSI

**EFEKTIVITAS PROMOSI MELALUI INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH PENJUALAN PADA ELZATTA JEMBER DENGAN MENGGUNAKAN
KONSEP AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*)**



Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Nursaidah, SE., MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Ira Puspitadewi S.,SE., MM

PENGESAHAN

Skripsi berjudul; *Efektivitas Promosi Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada Elzatta Jember Dengan Menggunakan Konsep AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Nama : Dheby Noralisa
NIM : 1910411024
Hari : Kamis
Tanggal : 20 Juli 2023
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,


Ahmad Izzudin, SE., MM

NPK: 1990100711605780

Anggota 1,


Nursaidah, SE., MM

NPK: 1985060111509637

Anggota 2,


Ira Puspitadewi S., SE., MM

NPK: 1981072711703795

Mengesahkan :


Maheni Ika Sari SE., MM

NIP : 197708112005012001

Ketua Program Studi,


Trias Setyowati SH., SE., MM

NPK: 1972032710509477

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat-Nya, nikmat kesehatan, serta pemahaman dan kehadiran Allah Subhanhu Wata'ala atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul EFEKTIVITAS PROMOSI MELALUI INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENJUALAN PADA ELZATTA JEMBER DENGAN MENGGUNAKAN KONSEP AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*). Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Sarjana Strata (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulisan skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan dukungan serta motivasi untuk saya terus semangat dalam meraih cita-cita.
2. Seorang yang spesial di hidup saya yang selalu mendukung dan selalu memberikan saya semangat selama menyelesaikan skripsi ini. .
3. Seorang sahabat yang selalu ada dan selalu support, dan mendukung setiap keputusan yang saya ambil.
4. Teman-teman Angkatan 2019 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Prodi Manajemen.
5. Bapak dan Ibu dosen Pembimbing saya yang sudah sabar membimbing dan mendidik saya dalam menyusun skripsi ini.

MOTTO

“Ketika aku melibatkan Allah dalam semua rencana dan impianku, dengan penuh keikhlasan dan keyakinan, aku percaya tidak ada yang tidak mungkin untuk diraih”

“Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyu”

(QS. Al-Baqarah:45)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan yang lain)”

(QS. Al-Insyirah:6-7)

“Barang siapa yang menempuh suatu jalan untuk menuntut ilmu, Allah akan memudahkan baginya jalan ke surga”

(Hadits Riwayat Imam Muslim)

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagi kamu. Dan boleh jadi kamu kamu tidak mengetahui”

(QS. Al-Baqarah:216)

”Sebaik-baiknya kamu adalah orang belajar Al-Qur’an dan yang mengajarkannya”

(HR.Bukhari)

”Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkanmu”

(Umar Bin Khattab)

“Perbanyak bersyukur, kurangi mengeluh. Buka mata, jembarkan telinga, perluas hati. Sadari kamu ada pada sekarang, bukan kemarin atau besok, nikmati setiap momen dalam hidup, berpetualanglah”

(Ayu Estiningtyas)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, karunia serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul EFEKTIVITAS PROMOSI MELALUI INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENJUALAN PADA ELZATTA JEMBER DENGAN MENGGUNAKAN KONSEP AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*).

Skripsi ini merupakan karya penulis dan merupakan salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis menyadari telah banyak pihak yang membantu, membimbing dan mendorong serta memberi semangat pada penulis. Penulis sadar tanpa bantuan dari berbagai pihak, penulis akan mengalami kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itulah pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Maheni Ika Sari, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Bapak Ahmad Izzuddin, SE., MM selaku dosen penguji yang telah bersedia memberikan kritik, saran dan bimbingan serta arahan yang bermanfaat bagi skripsi saya.
3. Ibu Nursaidah, SE., MM selaku dosen pembimbing 1 dan Ibu Ira Puspitadewi S. SE.,MM selaku dosen pembimbing 2 yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pengarahan, dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Prodi Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
5. Pihak Elzatta Jember yang telah bekerjasama dan mendukung penyelesaian skripsi ini.
6. Kedua orang tua yang paling berjasa dalam hidup saya, Ibunda Sulis Setyaningsih dan Ayahanda Darsono Hady. Terima kasih yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, serta atas kesabarannya yang luar biasa dalam setiap langkah hidup saya, yang merupakan anugerah terbesar dalam hidup. Saya berharap dapat menjadi anak yang dapat dibanggakan.
7. Tunangan saya yang bernama Iqbal Febri Arisandi yang selalu mendoakan, memberikan semangat, dan mensupport saya dalam menyusun skripsi ini.
8. Sahabat-sahabat saya Binti Martini, Dina Anggraeni, Riza Afkarina, Dwi A.W, dan Milana D.A selalu memberikan semangat dan mendukung setiap keputusan yang saya ambil.
9. Rekan-rekan seperjuangan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah banyak memberi bantuan dan masukan yang sangat berguna dalam menyusun skripsi ini.
10. Seluruh responden yang telah memberikan waktu dan informasi untuk membantu penyelesaian skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa dan motivasi sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Jember, 20 Mei 2023

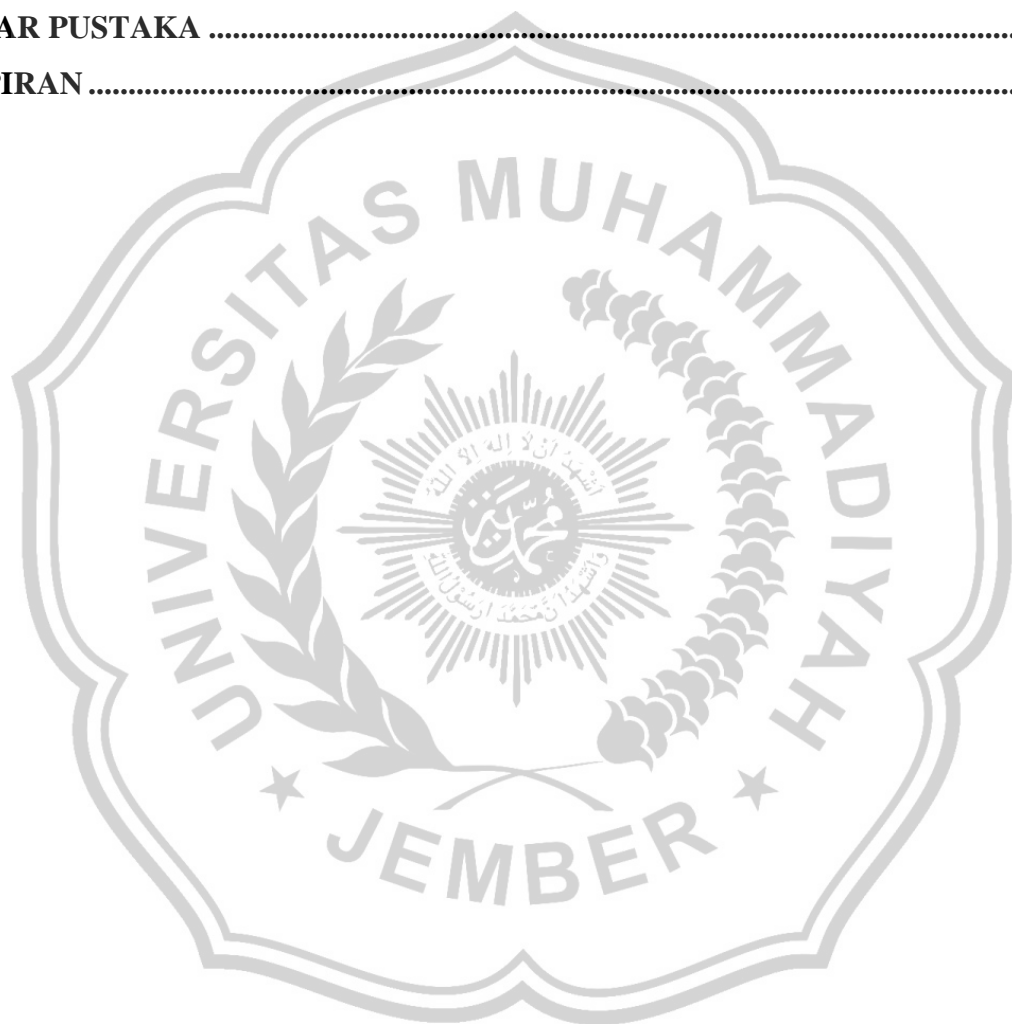
Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Promosi	7
2.1.2 Media Sosial	7
2.1.3 Instagram	8
2.1.4 Efektivitas	8
2.1.5 Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi	9
2.1.6 AIDA (<i>Attention, Interest, Desire, Action</i>).....	10
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	11
2.3 Kerangka Konseptual.....	16
BAB 3 METODE PENELITIAN	18
3.1 Identifikasi Variabel	18
3.2 Definisi Operasional Variabel	18
3.3 Desain Penelitian	19

3.4 Jenis Data.....	19
3.4.1 Data Primer	19
3.4.2 Data Sekunder.....	19
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	19
3.5.1 Populasi.....	19
3.5.2 Sampel	19
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel	20
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	20
3.7 Teknik Analisis Data	20
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	22
4.1 Gambaran Umum Elzatta Jember	22
4.1.1 Sejarah Elzatta Jember	22
4.1.2 Visi Dan Misi Elzatta Jember	22
4.1.3 Produk Elzatta.....	23
4.1.4 Struktur Organisasi Elzatta Jember	26
4.2 Deskripsi Statistik Responden	28
4.2.1 Identitas Responden.....	28
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	28
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden.....	28
4.2.4 Karakteristik Responden Mengetahui Atau Mengikuti Instagram Elzatta	29
4.3 Analisis Indeks Jawaban Responden	29
4.3.1 Hasil Deskriptif Penelitian Total Nilai Tahap <i>Attention</i>	29
4.3.2 Hasil Deskriptif Penelitian Total Nilai Tahap <i>Interest</i>	30
4.3.3 Hasil Deskriptif Penelitian Total Nilai Tahap <i>Desire</i>	30
4.3.4 Hasil Deskriptif Penelitian Total Nilai Tahap <i>Action</i>	30
4.3.5 Total Nilai Penuh Harapan	30
4.3.6 Hasil Uji Validitas	31
4,37 Hasil Uji Reliabilitas.....	32
4.4 Hasil Penelitian Dan Pembahasan	32
4.4.1 Tingkat Efektivitas Promosi Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada Elzatta Jember Tahapan <i>Attention</i>	33
4.4.2 Tingkat Efektivitas Promosi Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada Elzatta Jember Tahapan <i>Interest</i>	33

4.4.3 Tingkat Efektivitas Promosi Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada Elzatta Jember Tahapan <i>Desire</i>	34
4.4.4 Tingkat Efektivitas Promosi Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada Elzatta Jember Tahapan <i>Action</i>	35
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	36
5.1 Kesimpulan	36
5.2 Saran	37
DAFTAR PUSTAKA	38
LAMPIRAN	40

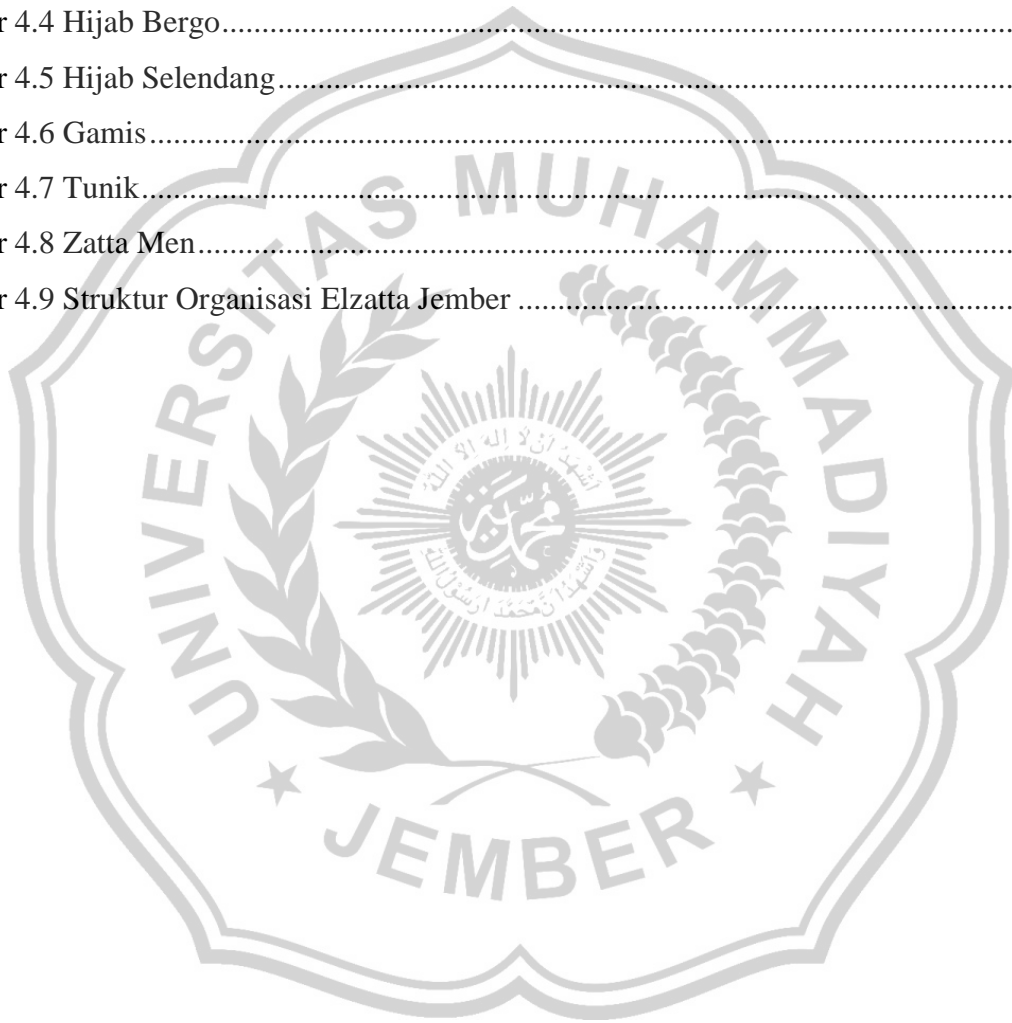


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Pesaing Elzatta di Kota Jember.....	3
Tabel 1.2 Data Penjualan Pada Elzatta Jember Tahun 2022	4
Tabel 2.1 Model Tahapan Kognitif, Efektif, dan Perilaku	9
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3.7 Pengukuran Efektivitas.....	21
Tabel 4.1 Data Responden Menurut Jenis Kelamin	28
Tabel 4.2 Data Responden Menurut Usia Responden.....	28
Tabel 4.3 Data Responden Mengetahui Atau Mengikuti Instagram Elzatta	29
Tabel 4.3.1 Hasil Deskriptif Penelitian Total Nilai Tahapan <i>Attention</i>	29
Tabel 4.3.2 Hasil Deskriptif Penelitian Total Nilai Tahapan <i>Interest</i>	30
Tabel 4.3.3 Hasil Deskriptif Penelitian Total Nilai Tahapan <i>Desire</i>	30
Tabel 4.3.4 Hasil Deskriptif Penelitian Total Nilai Tahapan <i>Action</i>	30
Tabel 4.3.5 Hasil Deskriptif Penelitian Tahap AIDA	31
Tabel 4.3.6 Hasil Uji Validitas	31
Tabel 4.37 Hasil Uji Reliabilitas	32

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Instagram	1
Gambar 1.2 Akun Instagram Elzatta Jember.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	17
Gambar 4.1 Logo Elzatta Hijab.....	22
Gambar 4.2 Hijab Basic.....	23
Gambar 4.3 Hijab Scraf	23
Gambar 4.4 Hijab Bergo.....	24
Gambar 4.5 Hijab Selendang.....	24
Gambar 4.6 Gamis.....	25
Gambar 4.7 Tunik.....	25
Gambar 4.8 Zatta Men.....	26
Gambar 4.9 Struktur Organisasi Elzatta Jember	27



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	39
Lampiran 2. Hasil Indeks Jawaban Responden	42
Lampiran 3. Hasil Kuesioner	48
Lampiran 4. Hasil Deskriptif Tahap AIDA	56
Lampiran 5. Hasil Penelitian Presentase AIDA Pada Elzatta Jember	58
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas	59
Lampiran 7. Tabel r untuk $df = (N-2)$	61
Lampiran 8. Uji Reliabilitas	64

