

**EFEKTIVITAS PROMOSI ONLINE MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
DALAM PENINGKATAN PENJUALAN PADA @rosalina_shop DENGAN
MENGUNAKAN METODE AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*)**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Dan Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan
Program Studi Manajemen (S1) Dan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Oleh : Weni Nur Anggraeni

2010411022

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BSINIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2024

**EFEKTIVITAS PROMOSI ONLINE MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
DALAM PENINGKATAN PENJUALAN PADA @rosalina_shop DENGAN
MENGUNAKAN METODE AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*)**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Dan Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan
Program Studi Manajemen (S1) Dan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Oleh : Weni Nur Anggraeni

2010411022

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BSINIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2024

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Weni Nur Anggraeni

NIM : 2010411022

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah dengan skripsi berjudul : EFEKTIVITAS PROMOSI ONLINE MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PENINGKATAN PENJUALAN PADA @rosalina_shop DENGAN MENGGUNAKAN METODE 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 di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak – pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 6 Juni 2024
Yang menyatakan,



Weni Nur Anggraeni
NIM. 20.1041.1022

SKRIPSI

EFEKTIVITAS PROMOSI ONLINE MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
DALAM PENINGKATAN PENJUALAN PADA @rosalina_shop DENGAN
MENGUNAKAN METODE AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*)

Oleh : WENI NUR ANGGRAENI

NIM. 20.1041.1022

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Wahyu Eko Setianingsih SE., MM



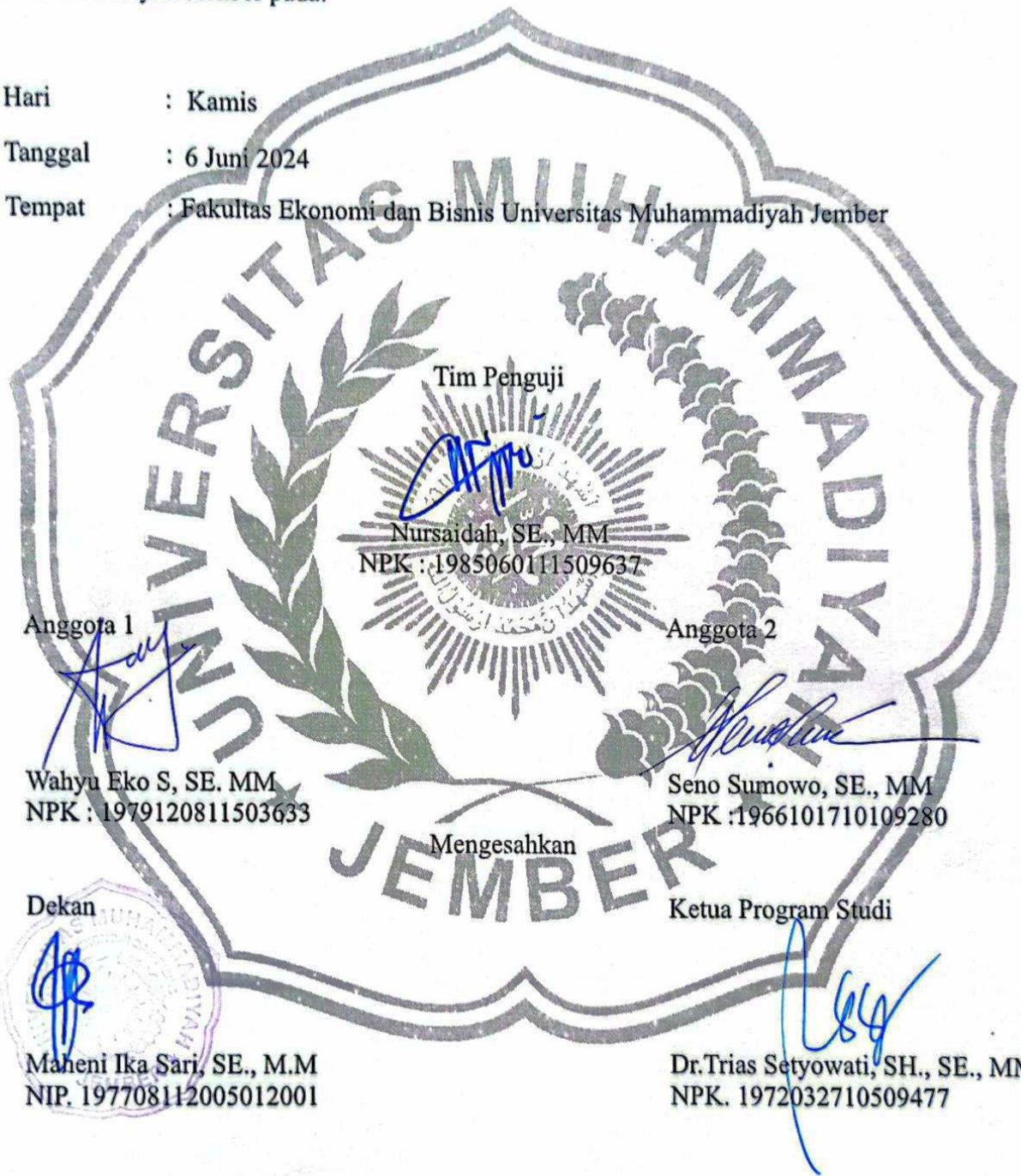
Dosen Pembimbing Pendamping : Seno Sumowo SE, MM



PENGESAHAN

Skripsi berjudul; *Efektivitas Promosi Online Melalui Media Sosial Instagram Dalam Peningkatan Penjualan Pada @rosalina_shop Dengan Menggunakan Metode AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 6 Juni 2024
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember



Tim Penguji

Nursaidah, SE., MM
NPK : 1985060111509637

Anggota 1

Wahyu Eko S, SE. MM
NPK : 1979120811503633

Anggota 2

Seno Sumowo, SE., MM
NPK : 1966101710109280

Mengesahkan

Dekan

Maheni Ika Sari, SE., M.M
NIP. 197708112005012001

Ketua Program Studi

Dr.Trias Setyowati, SH., SE., MM
NPK. 1972032710509477

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasih-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini saya ucapkan banyak – banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu saya dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. Allah SWT, yang telah memberikan kekuatan serta kemampuan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini. Karena berkat Rahmat dan karunia-Nya lah skripsi ini dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang telah direncanakan.
2. Bapak tercinta, Suharso. Terima kasih yang sebesar – besarnya untuk doa, motivasi, dan supportnya tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikannya sampai sarjana.
3. Ibu tersayang, Windri Suweni. Terima kasih sebesar – besarnya penulis sampaikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, dukungan, semangat, dan doa – doanya yang diberikan selama ini. Ibu menjadi penguat yang paling hebat. Terima kasih sudah menjadi tempatku untuk pulang, bu.
4. Kakakku Erwin Dian Hariani terimakasih telah memberikan semangat, dukungan dan motivasi serta terimakasih telah setia meluangkan waktunya menjadi pendengar terbaik penulis sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Keponakan tersayang, Sabian dan Shanum yang selalu memberikan keceriaan.
6. Kepada teman – teman Manajemen Angkatan 2020 yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama dibangku kuliah.
7. Dan yang terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha kerja dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan dari luar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin.

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

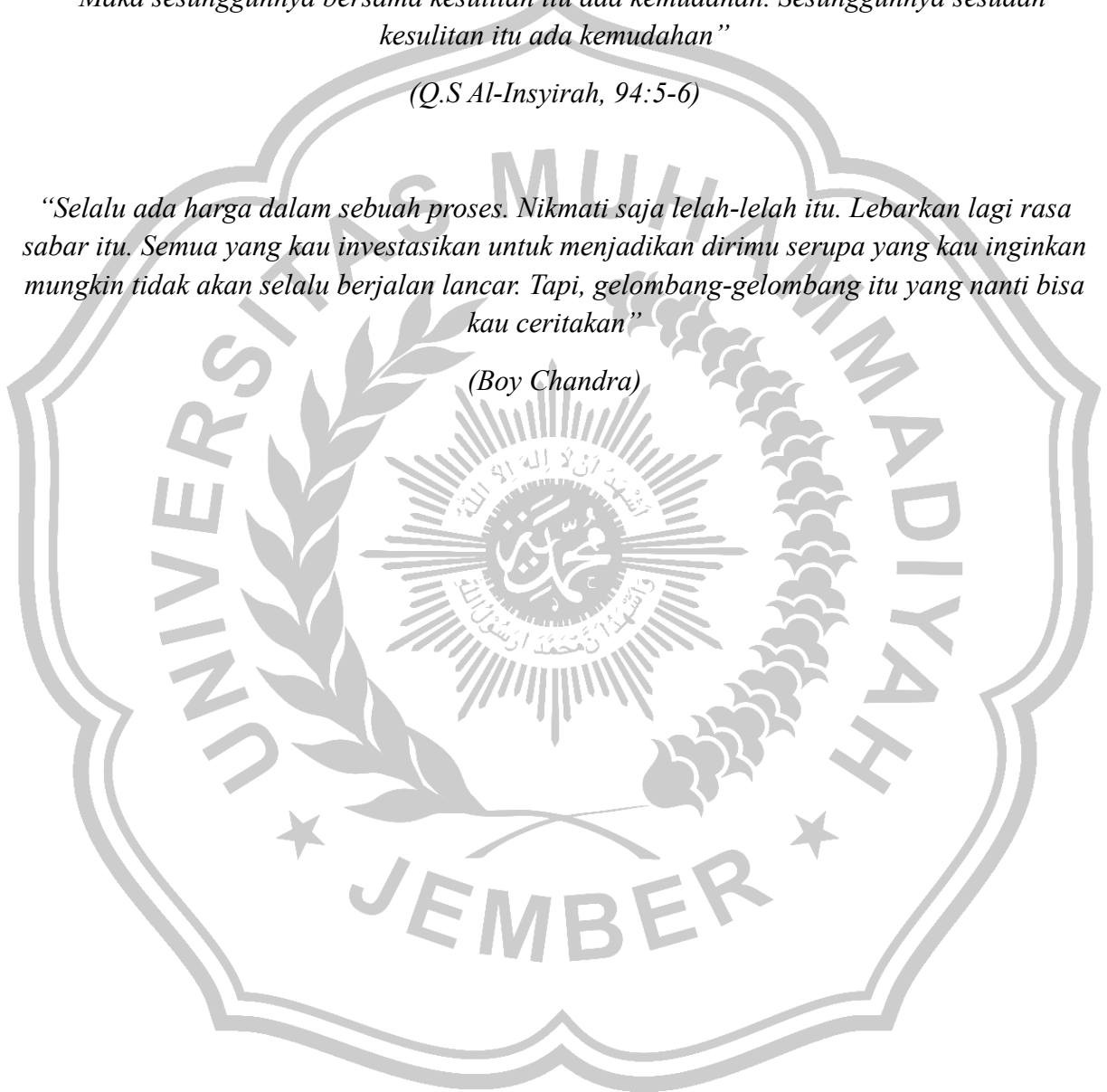
(Q.S Al-Baqarah, 2 : 286)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah, 94:5-6)

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarkan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau inginkan mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi, gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan”

(Boy Chandra)



KATA PENGANTAR

Puji Syukur kami panjatkan ke hadirat Allah AWT, berkat Rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Efektivitas Promosi Online Melalui Media Sosial Instagram Dalam Peningkatan Penjualan Pada @rosalina_shop Dengan Menggunakan Metode AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*)” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Sehubungan dengan itu penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Dr. Hanafi, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Maheni Ika Sari, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Wahyu Eko S, SE. MM selaku dosen pembimbing I dan Seno Sumowo, SE., MM selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan, masukan, motivasi, dan dukungan selama proses penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak/ibu seluruh dosen, staff dan pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember, yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Ibu Pransiska selaku owner @rosalina_shop dan seluruh karyawan yang telah banyak memberikan bantuan dalam memperlancar penelitian dan penulisan skripsi ini.
7. Kedua orang tua dan kakak yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan guna melengkapi segala kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jember, 6 Juni 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
PERNYATAAN PENULIS.....	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO.....	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRAC</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Pemasaran.....	8
2.1.2 Promosi.....	8
2.1.3 Media Sosial	9
2.1.4 Instagram	9
2.1.5 Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Pemasaran.....	9
2.1.6 AIDA (<i>attention, interest, desire, action</i>)	11
2.2 Penelitian Terdahulu	12
2.3 Kerangka Konseptual	15
BAB III METODE PENELITIAN.....	17
3.1 Identifikasi Variabel.....	17

3.2 Definisi Operasional Variabel.....	17
3.3 Desain Penelitian	18
3.4 Jenis Data.....	18
3.4.1 Data Primer.....	18
3.4.2 Data Sekunder	19
3.5 Populasi	19
3.6 Sampel	19
3.7 Teknik Pengambilan Sampel	19
3.8 Metode Pengumpulan Data	19
3.9 Teknik Analisis Data.....	20
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	22
4.1 Gambaran Umum Rosalina Shop	22
4.1.1 Sejarah Rosalina Shop.....	22
4.1.2 Visi dan Misi Rosalina Shop.....	23
4.1.3 Struktur Organisasi Rosalina Shop.....	23
4.2 Deskriptif Statistik Responden	24
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	24
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	25
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	25
4.3 Analisis Indeks Jawaban Responden	25
4.3.1 Hasil Deskriptif Penelitian Total Nilai Tahap <i>Attention</i>	26
4.3.2 Hasil Deskriptif Penelitian Total Nilai Tahap <i>Interest</i>	26
4.3.3 Hasil Deskriptif Penelitian Total Nilai Tahap <i>Desire</i>	27
4.3.4 Hasil Deskriptif Penelitian Total Nilai Tahap <i>Action</i>	27
4.3.5 Total Nilai Penuh Harapan.....	27
4.4 Hasil Penelitian Dan Pembahasan	28
4.4.1 Tingkat Efektivitas Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Dalam	28
Peningkatkan Jumlah Penjualan Tahap <i>Attention</i>	28
4.4.2 Tingkat Efektivitas Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Dalam	29
Peningkatan Penjualan Tahap <i>Interest</i>	29
4.4.3 Tingkat Efektivitas Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Dalam	30
Peningkatan Penjualan Tahap <i>Desire</i>	30
4.4.4 Tingkat Efektivitas Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Dalam	31

Peningkatan Penjualan Tahap <i>Action</i>	31
BAB V PENUTUP	32
5.1 Kesimpulan.....	32
5.2 Saran.....	33
DAFTAR PUSTAKA	34



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan @rosalina_shop Pada Tahun 2023	5
Tabel 1.2 Data Kompetitor	6
Tabel 2.1 Model Tahapan Kognitif, Afektif dan Perilaku Konsumen	11
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1 Skala Likert	20
Tabel 3.2 Pengukuran Efektivitas	20
Tabel 4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	24
Tabel 4.2.2 Responden Berdasarkan Usia	25
Tabel 4.3.1 Hasil Deskriptif Penelitian Total Nilai Tahap Attention	26
Tabel 4.3.2 Hasil Deskriptif Penelitian Total Nilai Tahap Interest	26
Tabel 4.3.3 Hasil Deskriptif Penelitian Total Nilai Tahap Desire	27
Tabel 4.3.4 Hasil Deskriptif Penelitian Total Nilai Tahap Action	27
Tabel 4.3.5 Hasil Deskriptif Penelitian Tahap Attention, Interest, Desire, Action	28

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Instagram @rosalina_shop	4
Gambar 4.1.1 Logo @rosalina_shop	22



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kusioner Penelitian	37
Lampiran 2. Data Responden	40
Lampiran 3. Hasil Indeks Jawaban Responden	42
Lampiran 4. Hasil Kusioner	43
Lampiran 5. Hasil Deskriptif penelitian Tahap AIDA	51
Lampiran 6. Hasil Penelitian Presentase AIDA Pada @rosalina_shop	53
Lampiran 7. Dokumentasi	54

