

## ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Efektivitas Promosi Online Melalui Media Sosial Instagram Dalam Peningkatan Penjualan Pada @rosalina\_shop Dengan Menggunakan Metode AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana media sosial Instagram efektif sebagai sarana promosi @rosalina\_shop dimana diketahui menjual kebutuhan wanita mulai dari fashion sampai produk kecantikan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif yang mana menjelaskan secara rinci permasalahan yang dikaji berdasarkan data yang diperoleh melalui kusioner yang telah dikumpulkan, dan kemudian dianalisis. Data primer pada penelitian ini adalah kusioner dengan jumlah sampel sebanyak 75 orang. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan metode AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) pada promosi online @rosalina\_shop pada media sosial Instagram termasuk pada kategori “baik” dengan nilai presentase 61 – 80 %. Dimana dapat dilihat bahwa promosi yang dilakukan mampu menarik perhatian konsumen sehingga melakukan pembelian produk yang ditawarkan.

Kata kunci : media sosial, AIDA, efektifitas promosi



## ABSTRAC

*This thesis is entitled "Effectiveness of Online Promotion via Instagram Social Media in Increasing Sales at @rosalina\_shop Using the AIDA Method (Attention, Interest, Desire, Action)". This research aims to find out to what extent the social media Instagram is effective as a promotional tool for @rosalina\_shop, which is known to sell women's needs, from fashion to beauty products. This research uses a quantitative method with a descriptive approach. This research uses a quantitative method with a descriptive approach which explains in detail the problems being studied based on data obtained through questionnaires that have been collected and then analyzed. The primary data in this research is a questionnaire with a sample size of 75 people. Based on the results of research using the AIDA method (attention, interest, desire, action) the online promotion @rosalina\_shop on Instagram social media is included in the "good" category with a percentage value of 61 - 80%. Where it can be seen that the promotions carried out are able to attract the attention of consumers so that they purchase the products offered.*

*Keywords: social media, AIDA, promotion effectiveness*

