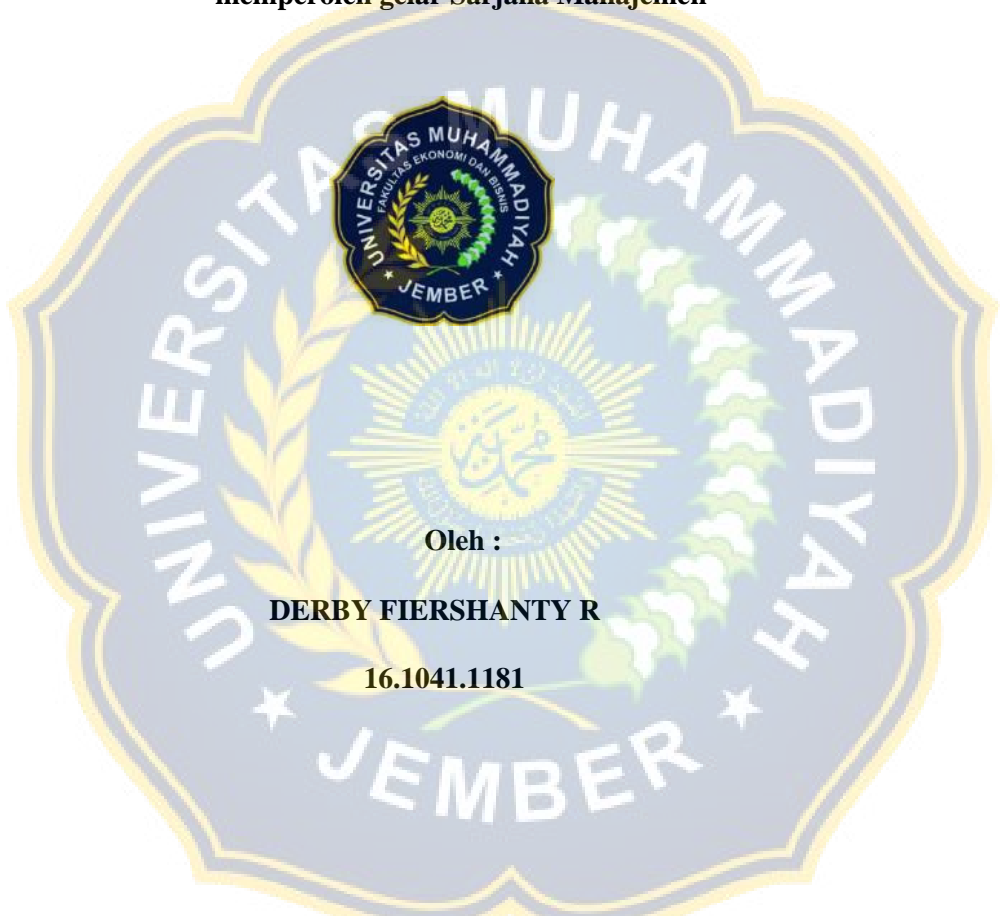


**EFEKTIVITAS PROMOSI ONLINE MELALUI INSTAGRAM DENGAN
AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) MODEL PADA UKM PISANG
NUGGET GREGET DAN PISANG NUGGET IKIWAE DI JEMBER**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



Oleh :

DERBY FIERSHANTY R

16.1041.1181

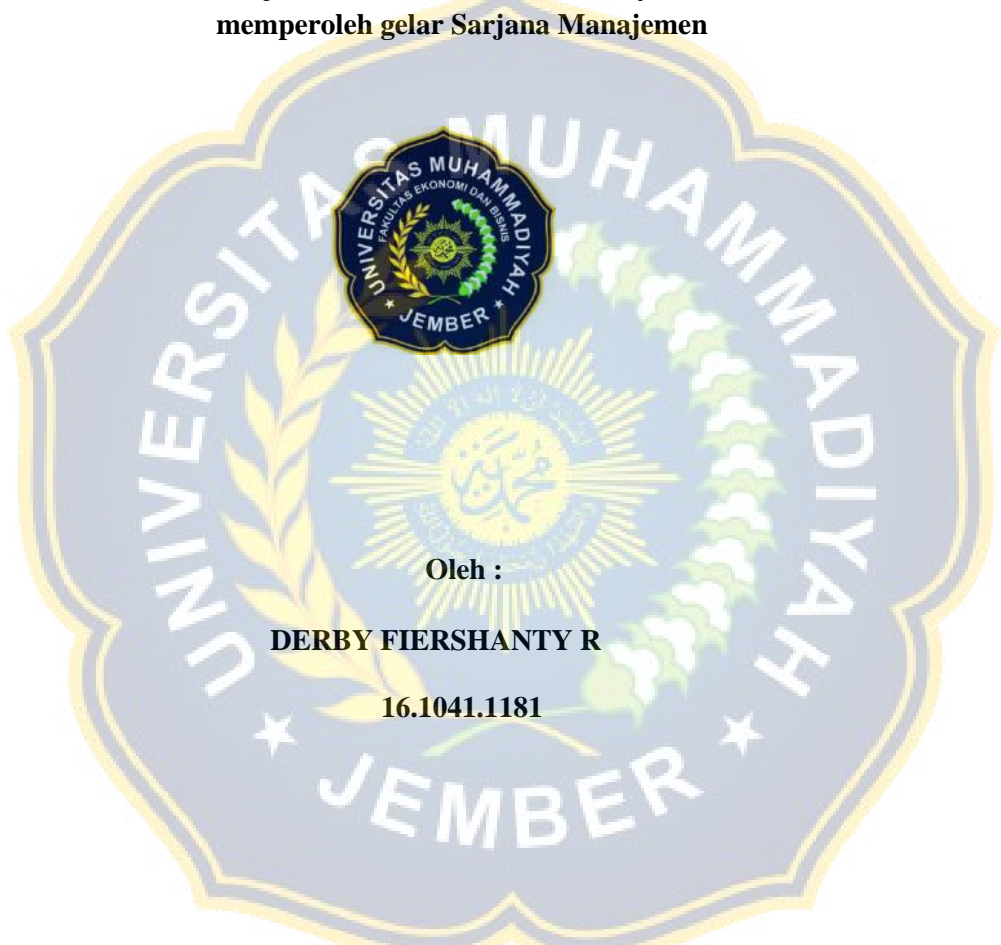
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2020

**EFEKTIVITAS PROMOSI ONLINE MELALUI INSTAGRAM DENGAN
AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) MODEL PADA UKM PISANG
NUGGET GREGET DAN PISANG NUGGET IKIWAE DI JEMBER**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



Oleh :

DERBY FIERSHANTY R

16.1041.1181

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

2020

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Derby Fiershanty Ramadhany
NIM : 1610411181
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : **EFEKTIVITAS PROMOSI ONLINE MELALUI INSTAGRAM DENGAN AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) MODEL PADA UKM PISANG NUGGET GREGET DAN PISANG NUGGET IKIWAE DI JEMBER** ; 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 bertanggungjawab 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, 1 April 2020

Yang menyatakan,

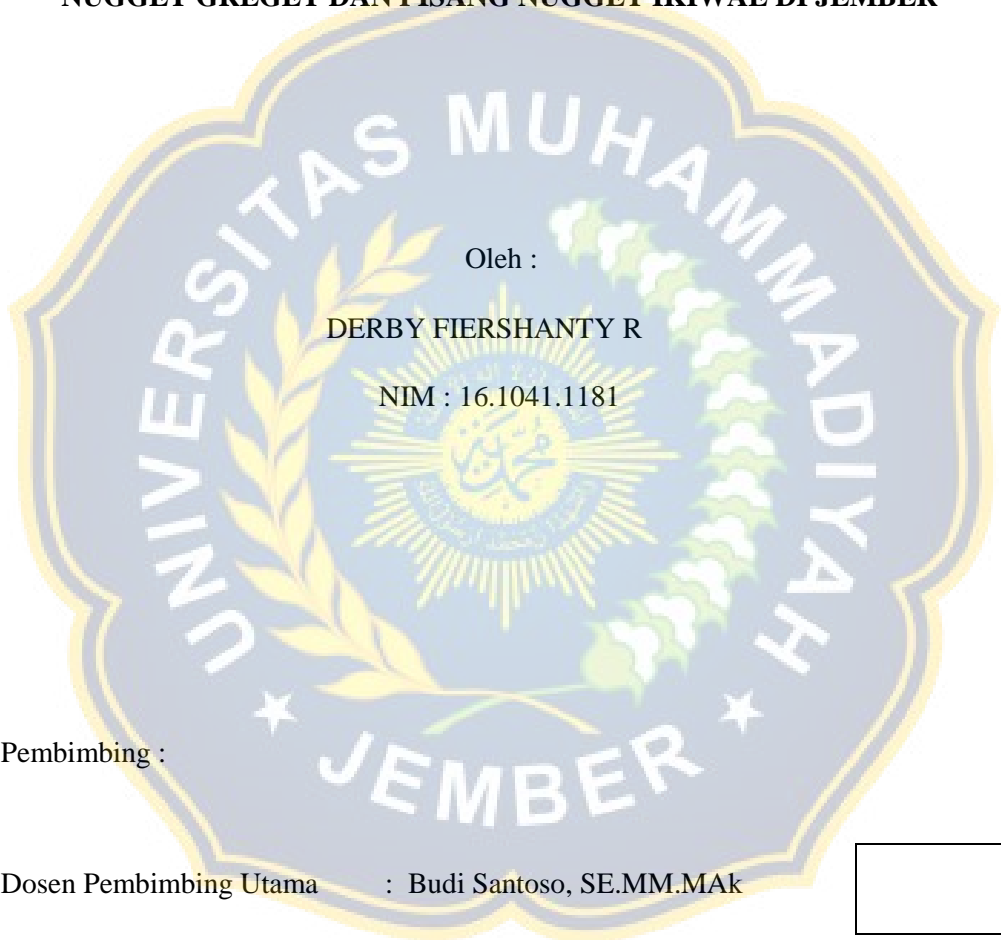


Derby Fiershanty R

NIM. 1610411181

SKRIPSI

**EFEKTIVITAS PROMOSI ONLINE MELALUI INSTAGRAM DENGAN
AIDA (*Attention, Inteterest, Desire, Action*) MODEL PADA UKM PISANG
NUGGET GREGET DAN PISANG NUGGET IKIWAE DI JEMBER**



Oleh :

DERBY FIERSHANTY R

NIM : 16.1041.1181

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Budi Santoso, SE.MM.MAK

Dosen Pembimbing Pendamping : Haris Hermawan, SE.MM

PENGESAHAN

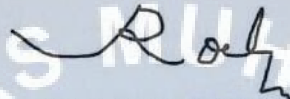
Skripsi berjudul : Efektivitas Promosi Online Melalui Instagram Dengan AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) Model Pada UKM Pisang Nugget Greget dan Pisang Nugget Ikiwae di Jember, telah diujikan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 1 April 2020

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

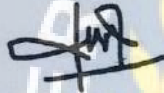
Tim penguji,



Nurul Qomariah, SE,MM

NPK 06 03 426

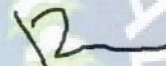
Anggota 1,



Budi Santoso, SE, MM,MAk

NPK 10 03 711

Anggota 2,



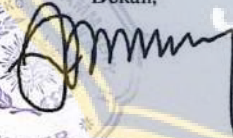
Haris Hermawan, SE, MM

NPK 15 03 640

Mengesahkan



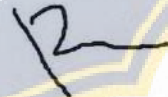
Dekan,



Dr. Arik Susbiyani, SE, M.si

NPK 01 09 289

Ketua Program Studi,



Haris Hermawan, SE, MM

NPK 15 03 640

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain. Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya engkau berharap”
(QS. Al-Insyirah, 6-8)

Wanita yang kuat adalah wanita yang melihat lebih dalam dan berbicara lantang dengan fakta
(Najwa Shihab)

Just do it by doing it, you have the energy to do it
(Marry Riana)

Siapa yang taat kepada Allah, maka Allah memberikan rezeki yang tidak terduga, siapa yang taat kepada Allah maka Allah mudahkan urusannya
(Hanan Attaki)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman serta kasihNya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan segala kelancaran dan tepat pada waktunya. Dalam kesempatan ini saya ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu saya dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Kedua Orang tua saya yang telah memberikan semangat, dukungan serta doa tiada henti untuk keberhasilan anaknya, terima kasih atas segala pengorbanan yang tidak bisa digantikan oleh siapa pun di dunia ini.
2. Saudara kandung saya “Perdana Andhika C” terima kasih atas dukungan dan doanya yang selalu diberikan.
3. Sahabat saya “Dwi Andriani N.F” yang sangat-sangat membantu saya baik dari waktunya, tenaga, dan pikiran, terima kasih sudah menjadi sahabat terbaik partner sharing tukar pikiran dalam hal apapun, dan partner jalan-jalan dikala waktu senggang.
4. Sahabat saya “Athiyya Dini N.K” terima kasih atas waktu dan pengalamannya pada masa kuliah serta ilmunya yang selalu dibagikan kepada saya, terima kasih sudah menjadi penasehat terbaik untuk saya dalam menjalankan masa perkuliahan sampai akhir.
5. Tim yang solid dari jaman SMA “BKBI” terima kasih atas segala bantuannya serta semangat yang selalu diberikan antara satu sama lain.
6. Manajemen E 2016 terima kasih sudah menjadi kelas terbaik dan terus berusaha untuk selalu kompak dalam hal apapun.
7. Bapak **Budi Santoso, SE,MM,MAK** selaku dosen pembimbing satu, penulis mengucapkan terima kasih atas segala bimbingannya dan dorongan atas penyelesaian skripsi.
8. Bapak **Haris Hermawan SE,MM** selaku dosen pembimbing dua, penulis mengucapkan terima kasih atas dorongan dan bimbingannya.
9. Almamater kebanggaan Universitas Muhammadiyah Jember.

KATAPENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat serta kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “EFEKTIVITAS PROMOSI ONLINE MELALUI INSTAGRAM DENGAN AIDA (*ATTENTION, INTEREST, DESORE, ACTION*) MODEL PADA UKM PISANG NUGGET GREGET DAN PISANG NUGGET IKIWAE DI JEMBER JEMBER”.

Tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada program studi Manajemen (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati:

1. Dr. Arik Susbiyani. Msi selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberi ijin kepada penulis.
2. Budi Santoso, SE, MM selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan sehingga tersusunnya skripsi ini.
3. Haris Hermawan, SE, MM selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan sehingga tersusunnya skripsi ini.
4. Nurul Qomariah, SE, MM selaku Penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh staf pengajaran dan dosen fakultas ekonomi universitas muhammadiyah jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya staf pengajaran prodi manajemen.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Jember, 1 April 2020

Penulis,

DERBY FIERSHANTY
NIM 16.1041.1181

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Definisi Pemasaran	10
2.2 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	10
2.3 Promosi	11
2.4 Iklan Online	13
2.5 Media Sosial	14
2.6 Efektivitas Iklan.....	15
2.7 Instagram.....	15
2.8 AIDA Model	16
2.9 Penelitian Terdahulu	17
BAB 3 METODE PENELITIAN	21
3.1 Desain Penelitian	21

3.2	Identifikasi Variabel	22
3.3	Definisi Operasional Variabel	22
3.4	Pengukuran Variabel	23
3.5	Teknik Pengumpulan Data	23
3.6	Populasi dan Sampel.....	23
3.7	Jenis Data	25
3.8	Sumber Data.....	25
3.9	Metode Pengumpulan data	25
3.10	Teknik Analisis Data.....	26
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1	Sejarah Instagram	29
4.2	Fitur-Fitur Instagram	29
4.3	Gambaran Umum UKM Pisang Nugget	30
4.3.1	Profil UKM Pisang Nugget Ikiwae	30
4.3.2	Visi dan Misi UKM Pisang Nugget Ikiwae	31
4.3.3	Aspek Personalia	31
4.3.3.1	Struktur UKM Pisang Nugget Ikiwae	31
4.3.3.2	Tanggung Jawab Kerja UKM Pisang Nugget Ikiwae	32
4.3.4	Jam Kerja	32
4.3.5	Jumlah Tenaga Kerja.....	32
4.3.6	Aspek Pemasaran	32
4.3.7	Aspek Operasional	33
4.3.7.1	Produk Pisang Nugget Ikiwae	33
4.3.7.2	Proses Produksi	33
4.3.7.3	Peralatan dan Perlengkapan	33
4.3.7.4	Penjadwalan	34
4.3.8	Profil UKM Pisang Nugget Greget	34
4.3.9	Visi Misi UKM Pisang Nugget Greget	34
4.3.10	Aspek Personalia	34
4.3.10.1	Struktur UKM Pisang Nugget Greget	34
4.3.10.2	Tanggung Jawab Kerja UKM Pisang Nugget Greget	35
4.3.11	Jam Kerja	36
4.3.12	Jumlah Tenaga Kerja.....	36
4.3.13	Aspek Pemasaran	36
4.3.14	Aspek Personalia	36
4.3.14.1	Produk Pisang Nugget Greget	36
4.3.14.2	Proses Produksi	37
4.3.14.3	Peralatan dan Perlengkapan	37
4.3.14.4	Penjadwalan	37

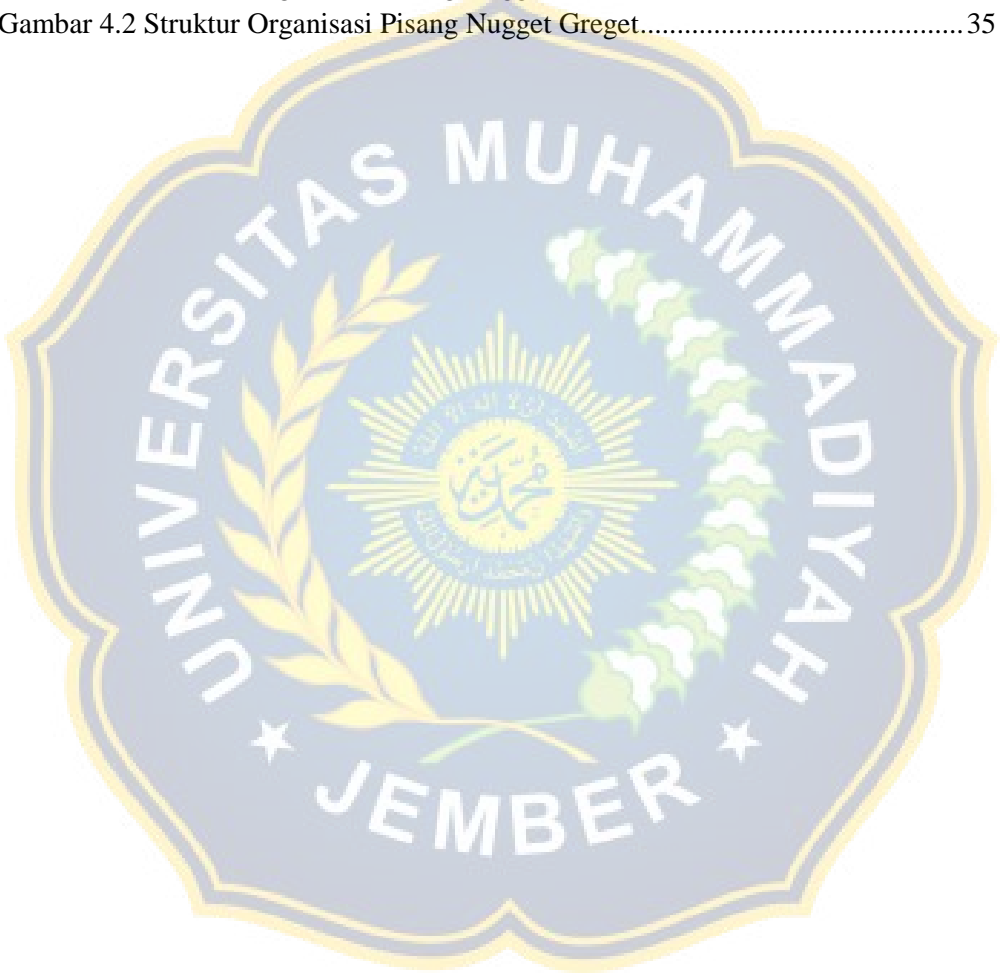
4.4 Statistik Deskriptif	37
4.4.1 Statistik Karakteristik Responden	37
4.5 Hasil Analisis dan Pembahasan.....	38
4.6 Pengukuran Konsep AIDA Pisang Nugget Greget	38
4.6.1 <i>Attention</i>	39
4.6.2 <i>Interest</i>	40
4.6.3 <i>Desire</i>	42
4.6.4 <i>Action</i>	44
4.6.5 Analisis AIDA Rate	46
4.7 Pengukuran Konsep AIDA Pisang Nugget Ikiwae	47
4.7.1 <i>Attention</i>	47
4.7.2 <i>Interest</i>	48
4.7.3 <i>Desire</i>	50
4.7.4 <i>Action</i>	52
4.7.5 Analisis AIDA Rate	54
4.8 Pembahasan.....	55
4.8.1 Pisang Nugget Greget	55
4.8.2 Pisang Nugget Ikiwae	57
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, Menengah di Indonesia	4
Tabel 1.2 UKM Pisang Nugget di Jember	7
Tabel 1.3 Data Omset Penjualan Pisang Nugget Greget	7
Tabel 1.4 Data Omset Penjualan Pisang Nugget Ikiwae	7
Tabel 2.1 Keistimewaan media sosial Instagram tahun 2016	15
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Rentang Skala Keputusan AIDA Model	27
Tabel 4.1 Daftar menu Pisang Nugget Ikiwae	33
Tabel 4.2 Daftar menu Pisang Nugget Greget	36
Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden	38
Tabel 4.4 Usia Responden	38
Tabel 4.5 Status Pekerjaan Responden	38
Tabel 4.6 Tahap <i>Attention</i>	39
Tabel 4.7 Tahap <i>Interest</i>	41
Tabel 4.8 Tahap <i>Desire</i>	42
Tabel 4.9 Tahap <i>Action</i>	44
Tabel 4.10 Skor Rata-Rata AIDA	46
Tabel 4.11 Tahap <i>Attention</i>	49
Tabel 4.12 Tahap <i>Interest</i>	51
Tabel 4.13 Tahap <i>Desire</i>	53
Tabel 4.14 Tahap <i>Action</i>	54
Tabel 4.15 Skor Rata-Rata AIDA	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penetrasi Pengguna Internet	2
Gambar 1.2 Grafik Peningkatan Pengguna Instagram	3
Gambar 1.3 Akun Instagram Pisang Nugget Greget	5
Gambar 1.4 Akun Instagram Pisang Nugget Ikiwae	5
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pisang Nugget Ikiwae.....	31
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Pisang Nugget Greget.....	35



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2: Statistik responden dan jawaban responden melalui Esurvey
- Lampiran 3: Rekapitulasi Kuesioner
- Lampiran 4: Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 5: Dokumentasi
- Lampiran 6: MOU

