

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, dengan cara menggambarkan dan menjelaskan secara terperinci mengenai masalah yang akan diteliti berdasarkan data-data yang diperoleh sebelumnya melalui laporan penelitian berupa kuesioner yang telah dikumpulkan, kemudian dianalisa dan dilanjutkan dengan merubah dalam bentuk kalimat dan paragraf serta ditarik kesimpulan untuk mendapatkan inti dari hasil penelitian. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini, menggunakan kuesuiner tertutup yaitu model pernyataan tersebut telah disediakan jawabannya, sehingga responden hanya memilih dari alternatif jawaban yang sesuai dengan pendapat atau pilihannya. Data dikumpulkan dengan cara menyebar kuesioner. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif dengan menjelaskan data-data yang diperoleh melalui kuesioner. Dari hasil penelitian menggunakan konsep AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan oleh Eiger Adventure Store Jember menggunakan media sosial Instagram tingkat efektivitasnya berada pada persentase 61 – 80 % dimana masuk pada kategori efektivitas “Baik”. Dengan hal tersebut menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan sudah baik dengan sehingga mampu menarik calon konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Kata Kunci : AIDA, efektivitas promosi, media sosial

ABSTRACT

This research uses a quantitative method with a descriptive approach, by describing and explaining in detail about the problems to be examined based on the data previously obtained through research reports in the form of questionnaires that have been collected, then analyzed and continued by changing in the form of sentences and paragraphs and drawn conclusion to get the core of the research results. Data collection techniques carried out in this research, using closed questionnaires, namely the statement model has been provided the answer, so that respondents only choose from alternative answers that match their opinions or choices. Data is collected by distributing questionnaires. Data analysis in this research used descriptive data analysis by explaining the data obtained through questionnaires. From the results of the research using the AIDA concept (Attention, Interest, Desire, Action) shows that the promotion carried out by Eiger Adventure Store Jember using Instagram social media is at a percentage of 61 - 80% which falls into the category of "Good" effectiveness. With this shows that the promotion carried out is good so that it is able to attract prospective customers in making purchasing decisions.

Keywords: AIDA, effectiveness of promotion, social media