

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

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Oleh :

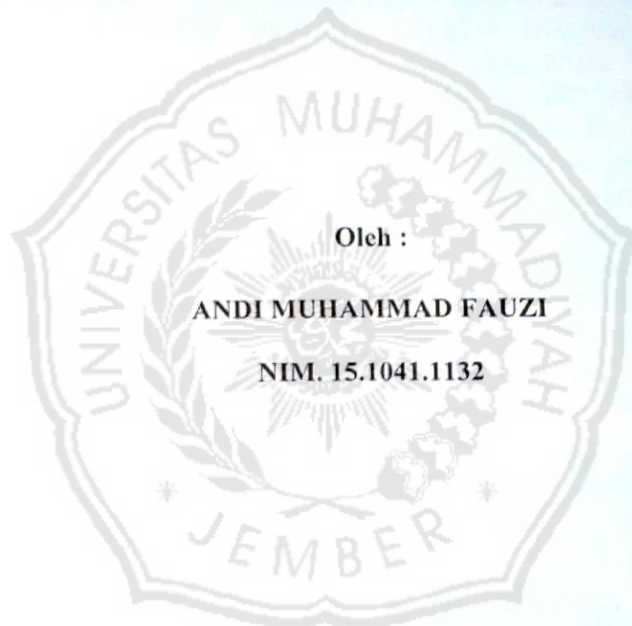
ANDI MUHAMMAD FAUZI

15.1041.1132

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2019**

SKRIPSI

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



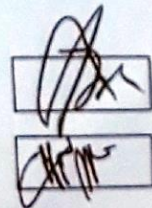
Oleh :

ANDI MUHAMMAD FAUZI**NIM. 15.1041.1132**

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Drs. Anwar, M,Sc

Dosen Pembimbing Pendamping : Nursaidah, SE,MM



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Andi Muhammad Fauzi
Nim : 15.10.411.132
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar - benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : EFEKTIVITAS PROMOSI MELALUI INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENJUALAN PADA EIGER ADVENTURE STORE 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 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 dihukum, jika ternyata dikemudian hari pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 20 Juni 2019

Yang menyatakan,



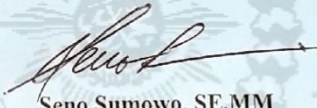
Andi Muhammad Fauzi
NIM. 15.1041.1132

PENGESAHAN

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

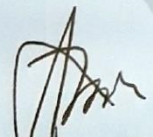
Nama : Andi Muhammad Fauzi
Hari : Jum'at
Tanggal : 19 Juli 2019
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji


Seno Sumowo, SE,MM

NPK: 01 09 288

Anggota 1


Drs. Anwar, M.Sc

NPK: 85 03 125

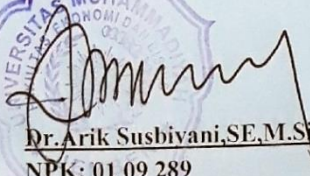
Anggota 2


Nur Saidah, SE,MM

NPK: 15 09 637

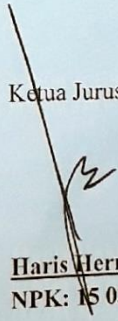
Mengesahkan:

Dekan


Dr. Arik Susbivani, SE, M.Si

NPK: 01 09 289

Ketua Jurusan


Haris Hermawan, SE,MM

NPK: 15 03 643

MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُعَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُعَيِّرُوهُمَا بِأَنفُسِهِمْ

“Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.”

(QS. Ar Ra’d: 11)

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia”
(HR. Ahmad, ath-Thabrani, ad-Daruqutni. *Shahihul Jami’* no:3289).

“ Dzikir, Fikir, Dan Amal Sholeh “

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, Taufiq, beserta HidayahNya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan dan tak lupa Sholawat serta Salam tetap tercurah limpahkan pada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah menuju zaman terang benderang pada saat ini. Dalam kesempatan ini saya ucapkan banyak-banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Allah SWT atas segala berkah rahmat dan rizki-Nya, serta kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.
2. Kedua Orang Tua yakni Bapak Anwari dan Ibu Sittina yang senantiasa memberikan do'a, dukungan, kepercayaan, motivasi serta kasih sayang serta pengorbanan selama ini.
3. Seluruh anggota keluarga, saudara, yang selalu mendoakan hingga terselesaikannya Skripsi ini.
4. Manajemen C 2015 sebagai keluarga baru selama menempuh masa perkuliahan yang telah memberikan, dukungan, ide yang inspiratif, dan kritikan.
5. Dr. Arik Susbiani, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberi ijin penelitian kepada penulis.
6. Bapak Haris Hermawan, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
7. Staf pengajar semua dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang memberikan ilmu dan bimbingan kepada saya terutama :
 Bapak Drs. Anwar, M, Sc, selaku Dosen Pembimbing Utama,
 Ibu Nursaidah, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing Pendamping
 Bapak Seno Sumowo, SE, MM, selaku Dosen Penguji
8. Sahabat/Sahabati Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) Rayon Muhammad Al – Fatih yang telah memberikan support moral hingga terselesaikannya Skripsi ini dan tetaplah menjadi keluarga seutuhnya walaupun sering berkonflik.
9. Sahabat/Sahabati Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) Komisariat Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan support moral hingga terselesaikannya Skripsi ini dan tetaplah menjadi keluarga seutuhnya walaupun sering berkonflik. Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan dari semua pihak yang ada diatas.

ABSTRAK

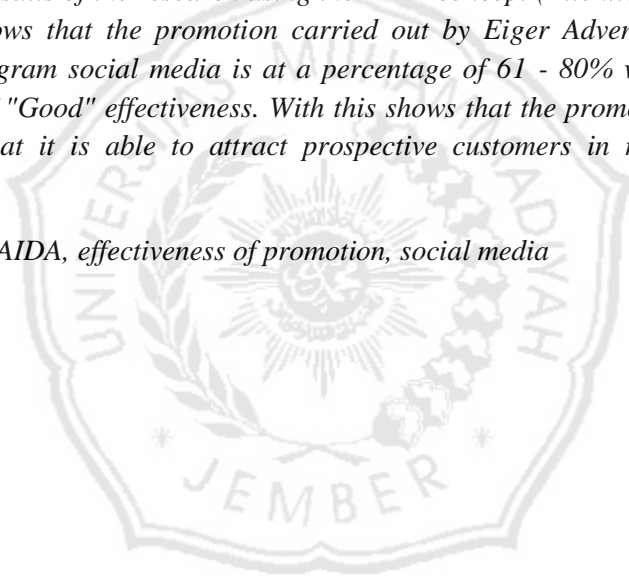
Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, dengan cara menggambarkan dan menjelaskan secara terperinci mengenai masalah yang akan diteliti berdasarkan data-data yang diperoleh sebelumnya melalui laporan penelitian berupa kuesioner yang telah dikumpulkan, kemudian dianalisa 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



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbilalamin, banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah Tuhan seru sekalian alam atas segala berkah, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Efektivitas Promosi Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada Eiger Adventure Store Jember Dengan Menggunakan Konsep Aida (*Attention, Interest, Desire, Action*)”.

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Manajemen (S1) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT atas segala berkah rahmat dan rizki-Nya, serta kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.
2. Kedua Orang Tua yakni Bapak Anwari dan Ibu Sittina yang senantiasa memberikan do'a, dukungan, kepercayaan, motivasi serta kasih sayang serta pengorbanan selama ini.
3. Seluruh anggota keluarga, saudara, yang selalu mendoakan hingga terselesaikannya Skripsi ini.
4. Manajemen C 2015 sebagai keluarga baru selama menempuh masa perkuliahan yang telah memberikan, dukungan, ide yang inspiratif, dan kritikan.
5. Dr. Arik Susbiani, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberi ijin penelitian kepada penulis.
6. Bapak Haris Hermawan, SE,MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
7. Staf pengajar semua dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang memberikan ilmu dan bimbingan kepada saya terutama :
 Bapak Drs. Anwar, M,Sc, selaku Dosen Pembimbing Utama,
 Ibu Nursaidah, SE,MM, selaku Dosen Pembimbing Pendamping
 Bapak Seno Sumowo, SE, MM, selaku Dosen Penguji
8. Sahabat/Sahabati Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) Rayon Muhammad Al – Fatih yang telah memberikan support moral hingga

terselesaikannya Skripsi ini dan tetaplah menjadi keluarga seutuhnya walaupun sering berkonflik.

9. Sahabat/Sahabati Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) Komisariat Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan support moral hingga terselesaikannya Skripsi ini dan tetaplah menjadi keluarga seutuhnya walaupun sering berkonflik.
10. Almamaterku yang aku cintai dan aku banggakan.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan dari semua pihak yang ada diatas.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.



Jember, 20 Juni 2019
Penyusun

Andi Muhammad Fauzi

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN PENULIS	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN SKRIPSI	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Tinjauan Teori.....	5
2.1.1 Promosi	5
2.1.2 Media Sosial	5
2.1.3 Instagram.....	5
2.1.4 Efektivitas	6
2.1.5 Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi	6
2.1.6 AIDA (<i>Attention, Interest, Desire & Action</i>).....	7
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	9
2.3 Kerangka Konseptual.....	12
BAB III METODE PENELITIAN	13
3.1 Identifikasi Variabel	13
3.2 Definisi Operasional Vriabel.....	13
3.2.1 Efektivitas Promosi	13
3.3 Desain Penelitian.....	15
3.3.1 Subjek Penelitian.....	15
3.3.2 Objek Penelitian	15
3.3.3 Lokasi Penelitian	15

3.3.4 Waktu Penelitian	15
3.4 Jenis Data	16
3.5 Tehnik Pengambilan sampel	16
3.5.1 Populasi dan Sempel	16
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	16
3.7 Tehnik Analisi Data.....	17
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHSAN.....	19
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	19
4.1.1 Profil Perusahaan	19
4.1.2 Visi Misi Eas Jember.....	19
4.2 Struktur Organisasi Eas Jember	20
4.3 Aspek Perusahaan	20
4.3.1 Jumlah Tenaga Kerja.....	22
4.3.2 Jam Kerja Karyawan	23
4.3.3 Sistem Upah.....	23
4.4 Aspek Pemasaran	23
4.4.1 Daerah Pemasaran.....	23
4.4.2 Strategi Pemasaran.....	23
4.4.3 Sistem Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing	24
4.5 Deskripsi Sumber Data.....	24
4.6 Data Hasil Penelitian	25
4.7 Hasil Penelitian Dan Pembahasan.....	25
4.7.1 Tingkat Efektivitas Promosi Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Promosi Penjualan	27
4.7.2 Tingkat Efektivitas Promosi Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Promosi Penjualan Tahapan <i>Attention</i>	27
4.7.3 Tingkat Efektivitas Promosi Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Promosi Penjualan Tahapan <i>Interest</i>	28
4.7.4 Tingkat Efektivitas Promosi Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Promosi Penjualan Tahapan <i>Desire</i>	28
4.7.5 Tingkat Efektivitas Promosi Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Promosi Penjualan Tahapan <i>Action</i>	29

4.7.6 Tingkat Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi Eiger Adventure Store Jember	30
BAB V PENUTUP.....	31
5.1 Kesimpulan	31
5.2 Saran.....	32
DAFTAR PUSTAKA	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1.5 Model Tahapan Kognitif, Afektif, Perilaku	7
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.2.1 Pengukuran Skala Likert	13
Tabel 3.7 Pengukuran Efektivitas	18
Tabel 4.3.1 Jumlah Tenaga Kerja Eas Jember	22
Tabel 4.5 Sumber Data	24
Tabel 4.7 Hasil Deskriptif Penelitian	25
Tabel 4.7.1 Hasil Nilai Kuesioner	27
Tabel 4.7.6 Persentase AIDA	29
Tabel 4.7.1 Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Instagram Menggunakan Pendekatan Aida (<i>Attention, Interest, Desire, Action</i>) Pada Eiger Adventure Store Jember.....	30



DAFTAR GAMBAR

2.3 Kerangka Konseptual	13
4.2 Struktur Organisasi EAS Jember	20



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
Lampiran 2 : Hasil Kuesioner (Sampel)
Lampiran 3 : Dokumentasi Penyebaran Kuesioner
Lampiran 4 : Dokumentasi Penelitian
Lampiran 5 : Hasil Rekapitulasi Nilai Kuesioner

