PENGUKURAN EFEKTIVITAS PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DENGAN PENDEKATAN AIDA

(Studi Kasus Pada *Followers* Akun Instagram @kopikakak_id)

OLEH :
CYNTHIA MARGARETA
51418116

PSDKU MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
KAMPUS KOTA MADIUN
2021

PENGUKURAN EFEKTIVITAS PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DENGAN PENDEKATAN AIDA

(Studi Kasus Pada *Followers* Akun Instagram @kopikakak_id)

OLEH :
CYNTHIA MARGARETA
51418116

PSDKU MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
KAMPUS KOTA MADIUN
2021

PENGUKURAN EFEKTIVITAS PROMOSI

MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

DENGAN PENDEKATAN AIDA

(Studi Kasus pada *followers* akun instagram @kopikakak_id)

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
KAMPUS KOTA MADIUN

Untuk memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH:

Cynthia Margareta

51418116

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

(KAMPUS KOTA MADIUN)

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGUKURAN EFEKTIVITAS PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DENGAN PENDEKATAN AIDA
(Studi Kasus Pada *Followers* Akun Instagram @kopikakak_id)

OLEH :
CYNTHIA MARGARETA
51418116

Telah disetujui dan diterima dengan baik
untuk diajukan kepada tim penguji

Pembimbing,

Dra. Dyah Kurniawati, M.Si.
NIDN : 0713126601

Tanggal : 13 September 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Cynthia Margareta 51418116

Telah diuji pada tanggal 13 Desember 2021 dan dinyatakan lulus oleh tim penguji.

Ketua Tim Penguji

Vivi Ariyani S.E., M.Sc

NIDN. 0717128001

Mengetahui,

Dekan,

Dr. Ludovicus Lasdi, MM., AK., CA., CPA

NIDN. 0713097203

Ketua Program Studi,

Dra. Dyah Kurniawati, M.Si

NIDN. 0713126601

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun :

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cynthia Margareta

NIM : 51418116

Judul Skripsi : Pengukuran Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Instagram Dengan Pendekatan AIDA (Studi Kasus Pada *Followers* Akun Instagram @kopikakak_id).

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism,* saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasi/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Madiun, 13 September 2021

Yang Menyatakan

Cynthia Margareta

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadirat Tuhan yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan penelitian skripsi dengan judul **Pengukuran Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Instagram Dengan Pendekatan AIDA (Studi Kasus Pada *Followers* Akun Instagram @kopikakak_id).** Skripsi ini disusun dan diajukan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun.

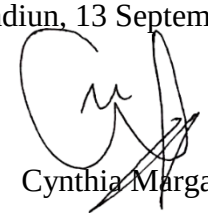
Terselesaikannya penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari dorongan, dukungan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak yang berperan secara langsung dan tidak langsung dalam pengerjaan skripsi. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan pertolongan, hikmat, kecerdasan dan kemudahan dalam menyusun skripsi.
2. Kedua orang tua tercinta, Bapak Bambang Wibowo dan Ibu Lusiana yang selalu memberikan dukungan, doa, semangat dan kasih sayang sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi.
3. Kepada Ibu Dra.Dyah Kurniawati,M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi dan ketua program studi manajemen yang selalu sabar dan senantiasa membimbing, mendidik, memberikan motivasi kepada penulis dari awal hingga selesainya skripsi ini.
4. Kepada Bapak Ardianus Laurens Paulus, S.E., M.Sc. Sebagai Wali Studi yang telah memberikan arahan, mendidik, dan memberikan semangat dari awal perkuliahan hingga selesainya skripsi.
5. Seluruh dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun yang telah mendidik dan memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.

6. Kepada Manager dan Karyawan @kopikakak_id yang telah bekerjasama dengan baik selama penelitian ini berlangsung.
7. Seluruh responden yang telah bersedia untuk mengisi kuesioner guna mendapatkan data untuk peneliti menyusun tugas ahkir ini.
8. Kepada seluruh teman-teman seperjuangan dari Universitas Ma Chung yaitu Desi Paramita, Yurike Meirina, Obaja Elka, Stefanus Christian, Eveline Natalia, Vivi Setiawan, Tenti Anendya, Gemma Hayu, Ferysa Nadya, Niko Setiawan, yang telah bersedia memberikan dukungan moral, waktu dan memberikan refrensi kepada penulis selama menyusun skripsi ini.
9. Kepada kedua sahabat tercinta Maria Ginzania dan Stella Monggilala yang selalu memberikan dukungan, semangat dan motivasi terbesar dari awal kuliah hingga selesainya skripsi.
10. Kepada teman-teman saya tercinta, Steffany Puspa, Wahyu Suci R, Dyah Putri, Amelia Agustin, Nafila dan Rinawati yang selalu memberikan dukungan dari awal kuliah hingga selesainya skripsi.
11. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan doa, motivasi, dukungan dan bantuan sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari laporan penelitian ini masih memiliki kekurangan dan kelemahan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan dan perbaikan penulisan. Peneliti berharap nantinya laporan penelitian skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang membutuhkan.

Madiun, 13 September 2021



Cynthia Margareta

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL i
HALAMAN JUDUL ii
HALAMAN PERSETUJUAN iii
HALAMAN PENGESAHAN iv
PERNYATAAN KEASLIAN v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI viii
DAFTAR TABEL x
DAFTAR GAMBAR xi
DAFTAR LAMPIRAN xii
ABSTRAKSI xiii
ABSTRACK xiv
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 5
1.3 Tujuan Penelitian 5
1.4 Ruang Lingkup Penelitian 5
1.5 Manfaat Penelitian 5
1.6 Sistematika Penulisan 6
BAB II TINJUAN PUSTAKA 8
2.1 Landasan Teori 8
2.1.1 Pemasaran 8
2.1.2 Bauran Pemasaran 8
2.1.3 Pemasaran Digital 13
2.1.4 Media Sosial 13
2.1.5 Instagram 15
2.1.6 Efektivitas Promosi 17
2.1.7 Konsep AIDA 17
2.2 Penelitian Terdahulu 20
2.3 Kerangka Konseptual 22
BAB III METODE PENELITIAN 23
3.1 Desain Penelitian 23
3.2 Konsep dan Definisi Operasional 23
3.3 Jenis dan Sumber Data 25
3.4 Teknik Pengumpulan Data 25
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling 26
3.6 Analisa Data 27
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN 30
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 30
4.2 Karakteristik Responden 30
4.3 Hasil Analisis Data 33
4.4 Pembahasan 38

BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN 44
5.1 Simpulan 44
5.2 Keterbatasan 45
5.3 Saran 45
DAFTAR PUSTAKA 47

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengikut Instagram *Coffee Shop* di Madiun 4
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang 21
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 31
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 31
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 32
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili 33
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas 34
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas 34
Tabel 4.7 Dasar Interpretasi Skor Rata-Rata 36
Tabel 4.8 Hasil Uji Statistik Deskriptif 36
Tabel 4.9 Skor Rata-Rata AIDA 42

DAFTAR GAMBAR

Tabel 2.1 Kerangka Konseptual.....22

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisioner Penelitian
Lampiran 2. Karakteristik Responden
Lampiran 3. Data Tabulasi Responden
Lampiran 4. Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Analisis Deskriptif
Lampiran 5. Bukti Pendistribusian Kuesioner
Lampiran 6. Bukti Promosi Kopi Kakak

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas promosi melalui media sosial instagram dengan pendekatan AIDA pada *followers* instagram @kopikakak_id. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan sumber data primer yang diperoleh melalui kuesioner online. Obyek pada penelitian ini adalah *folowers* Kopi Kakak. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, dengan jumlah 96 orang. Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas dan analisis statistik deskriptif dengan bantuan *SPSS version 22 for windows*. Berdasarkan hasil analisis dengan konsep AIDA *(Attention,Interest,Desire,Action)* pada promosi Kopi Kakak pada media sosial instagram termasuk dalam rentang skala "Efektif" dalam menarik responden untuk mengunjungi dan membeli produk yang ditawarkan oleh Kopi Kakak.

Kata Kunci : Promosi, Media Sosial Instagram, AIDA

MEASUREMENT OF PROMOTION EFFECTIVENESS THROUGH INSTAGRAM SOCIAL MEDIA WITH THE AIDA APPROACH
(Case Study on Instagram Account Followers @kopikakak_id)

ABSTRACT

This study aims to determine the effectiveness of promotion through Instagram social media with the AIDA approach on Instagram followers @kopikakak_id. This research is a quantitative descriptive study with primary data sources obtained through online questionnaires. The object of this research is the followers of Kopi Kakak, with a sampling technique that is purposive sampling, with a population of active followers on the Instagram account @kopikakak_id with a sample of 96 people. The analysis technique used is validity test, reliability test and descriptive statistical analysis with the help of SPSS version 22 for windows. Based on the results of the analysis with the AIDA concept (Attention, Interest, Desire, Action) on the promotion of Kopi Kakak on Instagram social media, it is included in the "Effective" scale range in attracting respondents to visit and buy products offered by Kopi Kakak.

Keywords: Promotion, Instagram Social Media, AIDA