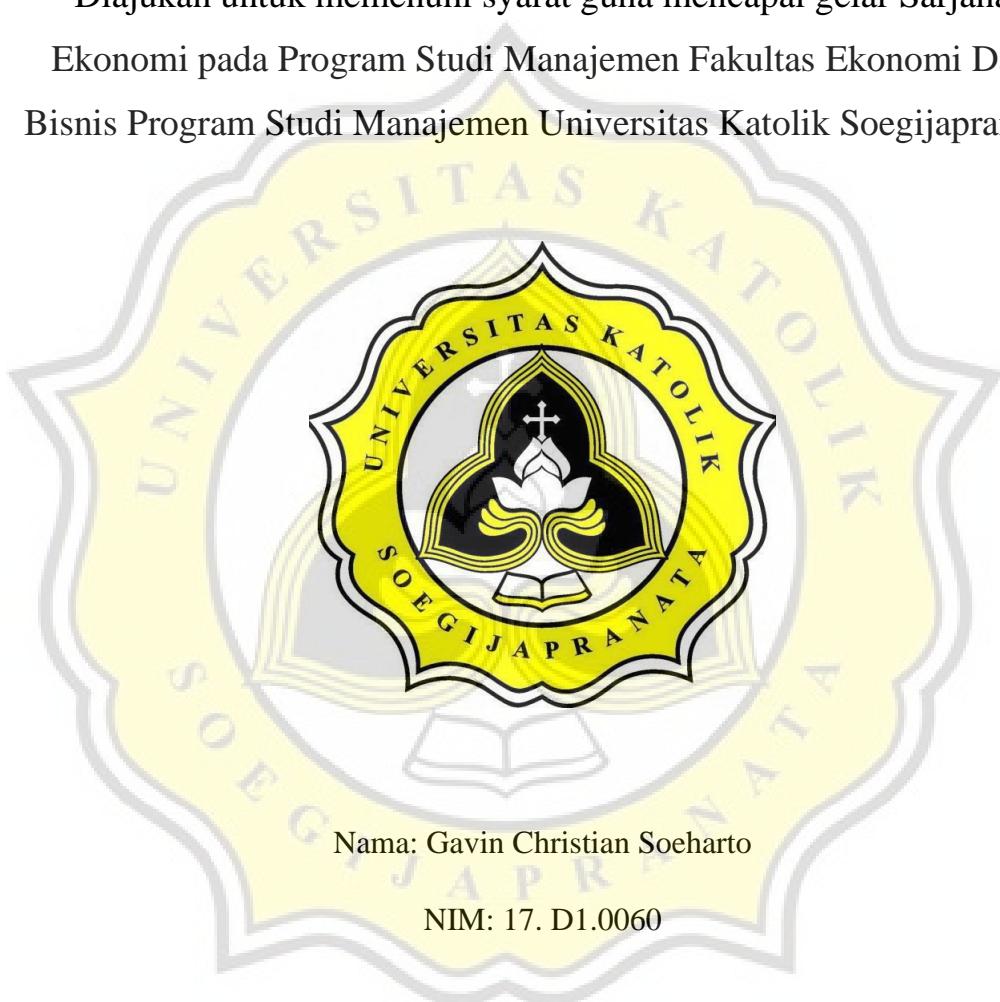


**Efektivitas Iklan di Instagram dengan Pendekatan Attention,  
Interest, Desire dan Action (AIDA) (Studi pada Burger King  
Pandanaran Kota Semarang)**

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana  
Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan  
Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata



**Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi Manajemen  
Universitas Katolik Soegijapranata  
2022**

## **HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Gavin Christian Soeharto

NIM : 17.D1.0060

Progdi : Program Studi Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Efektivitas Iklan di Instagram dengan Pendekatan Attention, Interest, Desire dan Action (AIDA) (Studi pada Burger King Pandanaran Kota Semarang)” merupakan hasil penelitian saya dengan pengawasan dan bimbingan dari dosen pembimbing dan bukan hasil plagiat. Saya bertanggung jawab atas kesalahan keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang dijunjung tinggi.

Semarang, 26 September 2022

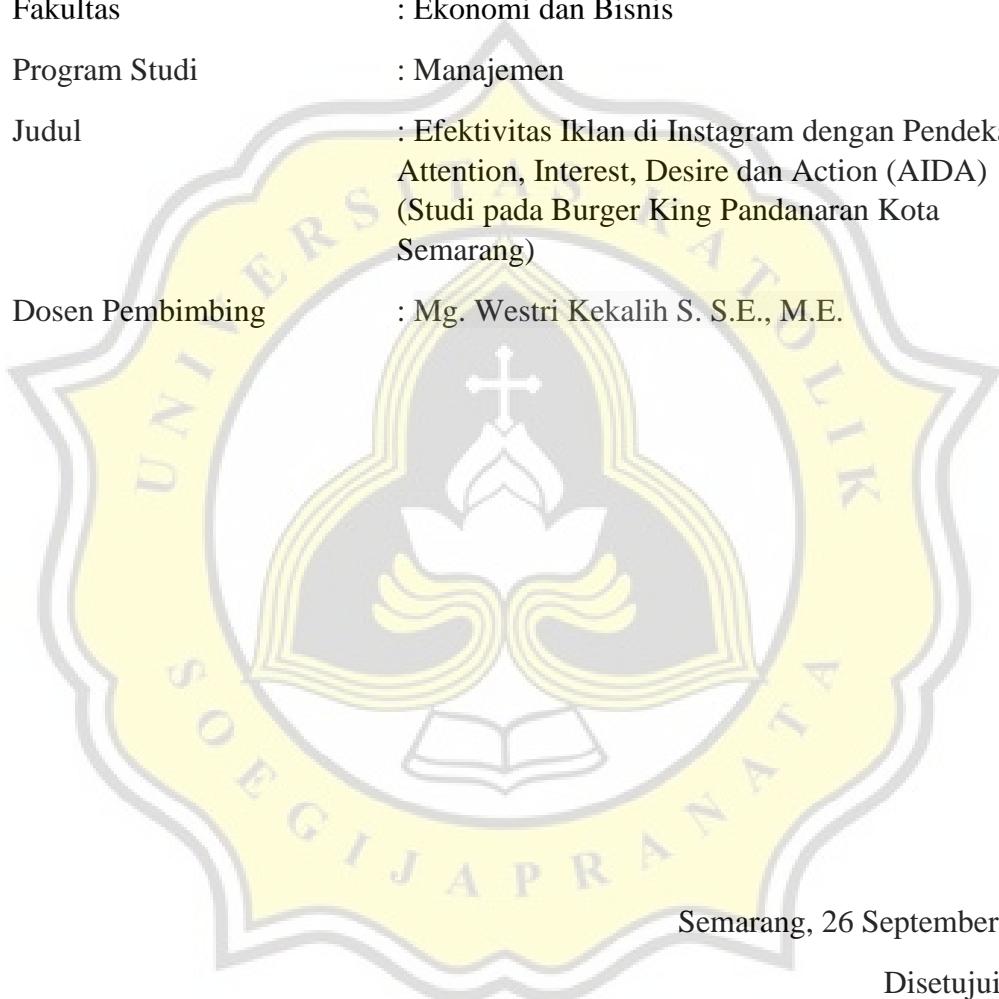


Gavin Christian Soeharto

## **HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

Dengan ini, saya menyatakan bahwa:

Nama : Gavin Christian Soeharto  
NIM : 17.D1.0060  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Judul : Efektivitas Iklan di Instagram dengan Pendekatan Attention, Interest, Desire dan Action (AIDA)  
(Studi pada Burger King Pandanaran Kota Semarang)  
Dosen Pembimbing : Mg. Westri Kekalih S. S.E., M.E.



Semarang, 26 September 2022

Disetujui Oleh

(Mg. Westri Kekalih S .,SE.ME.)

Dosen Pembimbing



## HALAMAN PENGESAHAN

- Judul Tugas Akhir: : Efektivitas Iklan di Instagram dengan Pendekatan Attention, Interest, Desire dan Action (AIDA) (Studi pada Burger King Pandanaran Kota Semarang)
- Diajukan oleh : Gavin Christian Soeharto
- NIM : 17.D1.0060
- Tanggal disetujui : 26 September 2022
- Telah setujui oleh
- Pembimbing : Mg. Westri Kekalih S. S.E., M.E.
- Pengaji 1 : Dr. Retno Yustini Wahyuningdyah M.Si.
- Pengaji 2 : A. Haryo Perwito S.E., MA.TRM.
- Pengaji 3 : Mg. Westri Kekalih S. S.E., M.E.
- Ketua Program Studi : Dr. Widuri Kurniasari S.E., M.Si.
- Dekan : Drs. Theodorus Sudimin M.S.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

[sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=17.D1.0060](http://sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=17.D1.0060)

## **HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Efektivitas Iklan di Instagram dengan Pendekatan Attention, Interest, Desire dan Action (AIDA) (Studi pada Burger King Pandanaran Kota Semarang)

Yang disusun oleh

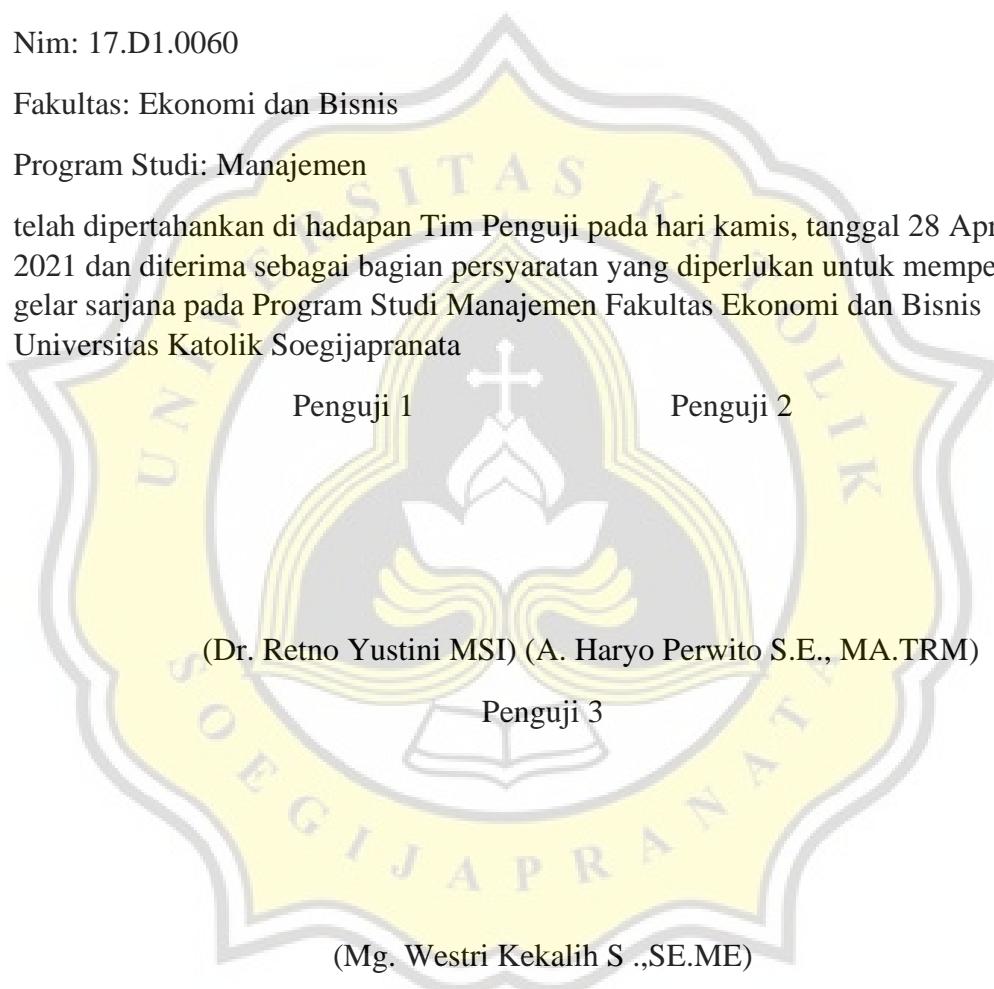
Nama: Gavin Christian Soeharto

Nim: 17.D1.0060

Fakultas: Ekonomi dan Bisnis

Program Studi: Manajemen

telah dipertahankan di hadapan Tim Pengaji pada hari kamis, tanggal 28 April 2021 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

(Linggar Yekti Nugraheni SE., MCom., Akt., PhD., CA)

## **HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Gavin Christian Soeharto

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Nonekslusif atas karya ilmiah yang berjudul “Efektivitas Iklan di Instagram dengan Pendekatan Attention, Interest, Desire dan Action (AIDA) (Studi pada Burger King Pandanaran Kota Semarang)” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonekslusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 26 September 2022

Yang menyatakan



(Gavin Christian Soeharto)

## KATA PENGANTAR

Dengan rahmat Tuhan, peneliti ucapkan rasa syukur yang sangat mendalam kepada Tuhan yang Maha Esa, yang telah melimpahkan berkat dan anugerahnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Efektivitas Iklan di Instagram dengan Pendekatan Attention, Interest, Desire dan Action (AIDA) (Studi pada Burger King Pandanaran Kota Semarang) dengan sangat baik. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan mata kuliah skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universal Katolik Soegijapranata Semarang. Peneliti menyadari bahwa penelitian skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan kali ini, peneliti menyadari bahwa berkat bimbingan, arahan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang telah diberikan. Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari anugrah yang diberikan Tuhan.
2. Ibu Mg. Westri Kekalih S .,SE.ME sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan masukan hingga nasihat dalam membantu untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Kedua orang tua peneliti yang tercinta yaitu Johan Soeharto dan Sandra Kristiana, terima kasih atas segala doa, dukungannya, pengertian, kesabaran, dan pengorbanan yang terus menerus diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.
4. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Kaprodi S1 Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
5. Seluruh staf pengajar.
6. Teman-teman yang sudah mendukung dari awal sampai akhir dari membantu memberikan pendapat dan mendengar keluh kesah dalam perjalanan menyelesaikan skripsi.
7. Semua pihak yang membantu dan mendukung jalannya skripsi yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan keterbatasan pengetahuan serta pengalaman peneliti. Maka dari itu, segala kritik dan saran yang bersifat membangun akan membantu menyempurnakan penulisan skripsi ini agar bermanfaat bagi peneliti, pembaca dan juga penelitian selanjutnya. Semoga skripsi yang sederhana ini dapat dipahami bagi siapapun yang membacanya.

Semarang, 26 September 2022

Peneliti,



Gavin Christian Soeharto

NIM : 17.D1.0060



## **ABSTRAK**

Oleh:

Gavin Christian Soeharto

NIM: 17.D1.0060

Program Studi Manajemen

Efektivitas Iklan di Instagram dengan Pendekatan Attention, Interest, Desire dan Action (AIDA) (Studi pada Burger King Pandanaran Kota Semarang).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan melalui media social Instagram dengan variabel Iklan, Attention, Interest, Desire, dan Action yang berpengaruh secara cikup efektif terhadap efektivitas iklan yang dilakukan oleh Burger King.

Pada penelitian ini menggunakan data primer dengan menggunakan kuesioner dalam mengumpulkan tanggapan responden dan dengan metode non probability sampling. Total responden pada penelitian ini berjumlah 100 orang dengan pelanggan yang sudah menjadi follower Burger King di instagram dan pernah menggunakan promo Burger King yang didapat dari iklan di instagram. Teknik analisis menggunakan analisis efektivitas AIDA dengan mengukur efektivitas dari Attention, Interest, Desire, dan Action.

Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Attention, Interest, Desire, dan Action memiliki Pengaruh yang cukup signifikan pada tingkat efektivitas iklan melalui media sosial instagram.

## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	iii
BAB I .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan masalah.....	4
1.3 Tujuan penelitian .....	4
1.4 Manfaat penelitian .....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II.....	6
2.1 Promosi.....	6
2.2 Minat Beli.....	7
2.3 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli .....	7
2.4 Efektivitas Iklan .....	8
2.5 Instagram .....	8
2.6 Pendekatan AIDA.....	10
2.7 Penelitian Terdahulu.....	11
2.8 Kerangka Pemikiran .....	14
2.9 Definisi Operasional.....	15
BAB III .....	19
3.1. Objek Penelitian dan Lokasi Penelitian.....	19
3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	19
3.3. Metode Pengumpulan Data .....	20
3.3.1. Jenis dan Sumber Data.....	20
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.3.3. Uji Validitas .....	21
3.3.4. Uji Reliabilitas .....	25
3.4. Alat Analisis Data .....	26
3.4.1. Analisis Deskriptif .....	26
3.4.2. Efektivitas .....	27
BAB IV .....	29

4.1.	Gambaran Umum Responden.....	29
4.1.1.	Karakteristik Responden .....	29
4.2.	Analisis Efektivitas Iklan .....	31
4.3.	Perhitungan Tingkat Efektivitas Melalui Analisis AIDA .....	31
4.3.1.	Perhitungan Total Nilai Penuh Harapan .....	31
4.3.2.	Perhitungan Total Nilai .....	32
4.3.	Tingkat Efektivitas Variabel AIDA.....	33
4.4.	Pembahasan .....	34
BAB V.....		36
5.1.	Kesimpulan.....	36
5.2.	Saran .....	37
DAFTAR PUSTAKA .....		38
LAMPIRAN .....		40

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. 1 Contoh posting-an burgerking.id di instagram.....	3
Gambar 2. 1: kerangka pikir .....	14



## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2. 1 Definisi Operasional .....	15
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	21
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Iklan.....	22
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Attention (Perhatian) .....	22
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Interest (Minat).....	23
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Desire (Keinginan) .....	24
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Action (Tindakan) .....	25
Tabel 3. 7 Uji Reliabilitas .....	26
Tabel 3. 8 Interval Skala .....	27
Tabel 3. 9 Standar Ukuran Efektivitas .....	28
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden .....	29
Tabel 4. 2 Tingkat Presentase Efektivitas AIDA .....	33
Tabel 4. 3 Tingkat Ukuran Efektivitas AIDA .....	34

