

**ANALISIS EFEKTIVITAS PROMOSI MELALUI SOSIAL
MEDIA INSTAGRAM TERHADAP MINAT KUNJUNGAN
WARUNG INTERNET SPADE GAMING SPACE**

TUGAS AKHIR



Arkaan Ilham Wibowo

1182003016

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK DAN ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA

2025

**ANALISIS EFEKTIVITAS PROMOSI MELALUI SOSIAL
MEDIA INSTAGRAM TERHADAP MINAT KUNJUNGAN
WARUNG INTERNET SPADE GAMING SPACE**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Teknik**



**Arkaan Ilham Wibowo
1182003016
PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK DAN ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2025**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini Adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Arkaan Ilham Wibowo

NIM : 1182003016

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and a long horizontal stroke extending to the right.

Tanggal : 4 September 2025

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Arkaan Ilham Wibowo
NIM : 1182003016
Program Studi : Teknik Industri
Fakultas : Teknik dan Ilmu Komputer
Judul Tugas Akhir : Analisis Efektivitas Promosi Melalui Sosial Media
Instagram Terhadap Minat Kunjungan Warung Internet
Spade Gaming Space

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1	: Wijaya Adidarma, S.T., M.M., CRMO	()
Pembahas 1	: Annissa Fanya, S.T., M.Sc.	()
Pembahas 2	: Anindita Prameswari, S.T., M.B.A.	()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : Kamis, 4 September 2025

KATA PENGANTAR

Penulis memanjatkan puji dan rasa syukur kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir. Laporan Tugas Akhir ini berjudul Analisis Efektivitas Promosi Melalui Sosial Media Instagram Terhadap Minat Kunjungan Warung Internet Spade Gaming Space dan disusun sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Teknik pada prodi S- 1 Teknik Industri, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Bakrie.

Penulis sadar tanpa bimbingan, motivasi, dukungan dan doa, penulis tidak mungkin bisa lulus sesuai dengan batas maksimal semester di Universitas Bakrie. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, atas segala berkah, Rahmat, tuntunan dan kemudahan yang diberikan selama penyusunan Laporan Tugas Akhir.
2. Kedua orang tua, yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat serta doa kepada penulis.
3. Ibu Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D selaku Rektor Universitas Bakrie.
4. Bapak Edo, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Bakrie.
5. Wijaya Adidarma, S.T., M.M., CRMO, selaku dosen pembimbing yang selalu membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir hingga selesai.
6. Para Dosen Teknik Industri Universitas Bakrie yang membantu mengembangkan diri penulis dari awal semester sampai di titik akhir penulis menyelesaikan tugas akhir.
7. Spade Gaming Center, atas ketersediaannya untuk dijadikan objek penelitian penulis.
8. Arief Rahman Rabbani, selaku teman penulis yang selalu mendukung dan menyemangati penulis untuk dapat menyelesaikan program Sarjana dalam tenggat waktu yang ditentukan.

ANALISIS EFEKTIVITAS PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM TERHADAP MINAT KUNJUNGAN WARUNG INTERNET SPADE GAMING SPACE

Arkaan Ilham Wibowo

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas promosi melalui media sosial Instagram terhadap minat kunjungan konsumen ke Warung Internet Spade Gaming Space Mampang dengan menggunakan pendekatan model AIDA (Awareness, Interest, Desire, Action). Latar belakang penelitian ini didasarkan pada fenomena menurunnya minat masyarakat untuk mengunjungi warung internet akibat kemudahan akses internet melalui *smartphone*, murah nya paket data, dan maraknya *game mobile*. Meskipun demikian, media sosial masih dianggap sebagai saluran strategis untuk menarik perhatian konsumen, khususnya generasi muda. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan penyebaran kuesioner online kepada 115 responden berusia 15–30 tahun yang aktif menggunakan Instagram. Analisis data dilakukan dengan teknik PLS-SEM untuk menguji pengaruh variabel bebas (Awareness, Interest, dan Desire) terhadap variabel terikat (Action). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *awareness* tidak berpengaruh signifikan terhadap *action*, sementara *interest* dan *desire* memiliki pengaruh positif dan signifikan. Hal ini membuktikan bahwa ketertarikan dan keinginan konsumen yang dibangun melalui konten promosi Instagram lebih berperan penting dalam mendorong tindakan nyata untuk berkunjung ke Spade Gaming Space. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pengelola usaha dalam merancang strategi promosi digital yang efektif guna meningkatkan jumlah pengunjung.

Kata kunci: AIDA, Instagram, Promosi Digital, Minat Kunjung, Spade Gaming Space

**ANALISIS EFEKTIVITAS PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA
INSTAGRAM TERHADAP MINAT KUNJUNGAN WARUNG
INTERNET SPADE GAMING SPACE**

Arkaan Ilham Wibowo

ABSTRACT

This study aims to analyse the effectiveness of promotion through Instagram on consumer visit intention to Spade Gaming Space Internet Café in Mampang by applying the AIDA model (Awareness, Interest, Desire, Action). The background of this research is the declining trend of internet café visits due to the easy access to the internet via smartphones, affordable data packages, and the growing popularity of mobile gaming. Nevertheless, social media remains a strategic channel to attract consumer attention, especially among younger generations. This research employs a quantitative method by distributing online questionnaires to 115 respondents aged 15–30 years who are active Instagram users. Data were analysed using PLS-SEM to examine the influence of independent variables (Awareness, Interest, and Desire) on the dependent variable (Action). The results indicate that awareness does not significantly affect action, while interest and desire have a positive and significant impact. This finding highlights that consumer interest and desire, developed through Instagram promotional content, play a more crucial role in encouraging real actions, such as visiting Spade Gaming Space. The study contributes practical insights for business managers to design more effective digital promotion strategies through Instagram to increase customer visits and engagement.

Keywords: AIDA, Instagram, Digital Promotion, Visit Intention, Spade Gaming Space

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI

TUGAS AKHIR.....	i
TUGAS AKHIR.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Batasan Masalah.....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Minat Kunjungan.....	7
2.2 Teori AIDA dalam Digital Marketing.....	7
2.3 Awareness.....	9
2.4 Interest	10
2.5 Desire.....	11

2.6	Kerangka Berpikir Konseptual	12
2.7	Penelitian Terdahulu yang Relevan	12
2.8	Hipotesis Penelitian	16
2.9	R-Tabel	16
2.10	Taraf Signifikansi (α)	17
2.11	Cronbach's Alpha	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		19
3.1	Jenis Penelitian	19
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian	19
3.3	Populasi dan Sampel	19
3.4	Diagaram Alir	21
3.5	Teknik Pengumpulan Data	22
3.6	Definisi Operational Variabel	22
3.7	Teknik Analisis Data	22
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		24
4.1	Hasil Pengumpulan Data	24
4.2	Profil Responden	24
4.2.1	Jenis Kelamin	25
4.2.2	Usia Responden	25
4.2.3	Pengalaman Bermain di Game Center	26
4.2.4	Terakhir Kali Mengunjungi Game Center	26
4.2.5	Domisili Responden	27
4.3	Analisis Deskriptif	27
4.3.1	Awareness	28
4.3.2	Interest	29
4.3.3	Desire	29

4.3.4	Action	30
4.4	Evaluasi Outer Model	31
4.4.1	Uji Validitas	31
4.4.2	Uji Reliabilitas	37
4.5	Evaluasi Inner Model.....	37
4.5.1	Uji Coefficient Determinant.....	38
4.5.2	Uji Path Coefficient.....	39
4.5.3	Pengaruh Keseluruhan (Total Effect)	40
4.6	Pembahasan	41
4.6.1	Pengaruh Awareness terhadap Action (Tindakan)	41
4.6.2	Pengaruh Desire terhadap Action.....	41
4.6.3	Pengaruh Interest terhadap Action	42
BAB V KESIMPULAN.....		43
5.1	Simpulan	43
5.2	Saran	43
DAFTAR PUSTAKA.....		45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Instagram di Indonesia Periode Januari 2023- Januari 2025	1
Gambar 2. 1 AIDA Model.....	7
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir Konseptual	12
Gambar 3. 1 Diagram Alir.....	21
Gambar 4. 1 Jenis Kelamin Responden	25
Gambar 4. 2 Usia Responden	25
Gambar 4. 3 Pengalaman Bermain Responden	26
Gambar 4. 4 Waktu Terakhir Responden Mengunjungi Game Center	26
Gambar 4. 5 Domisili Responden	27
Gambar 4. 6 Grafik Output Algoritma Percobaan Pertama	32
Gambar 4. 7 Grafik Output Algoritma	34
Gambar 4. 8 Hasil Bootstrapping PLS SEM	38

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu Umum	13
Tabel 2. 2 Tabel Penelitian Secara Khusus	15
Tabel 2. 3 Tabel Nilai R-Tabel	16
Tabel 2. 4 Tabel Taraf Signifikansi	17
Tabel 2. 5 Tabel Nilai Cronbach's Alpha.....	18
Tabel 3. 1 Tabel Operational Variabel.....	22
Tabel 4. 1 Tabel Profil Responden	24
Tabel 4. 2 Tabel Skor Indikator	28
Tabel 4. 3 Tabel Mean Variabel Awareness	28
Tabel 4. 4 Tabel Mean Variabel Interest.....	29
Tabel 4. 5 Tabel Mean Variabel Desire	30
Tabel 4. 6 Tabel Mean Variabel Action.....	31
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Konvergen	33
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Konvergen Setelah Direduksi	35
Tabel 4. 9 Tabel Ringkasan Eliminasi Indikator Validitas Konvergen	35
Tabel 4. 10 Fornell-Larcker Criterion.....	36
Tabel 4. 11 Hasil Cross Loading.....	36
Tabel 4. 12 Uji Realibilitas.....	37
Tabel 4. 13 Tabel Nilai R-Square	38
Tabel 4. 14 Hasil Path Coefficient.....	39
Tabel 4. 15 Tabel Total Effect	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner (Google Form)

Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 Hasil PLS-SEM

Lampiran 4 Hasil Bootstrapping