

RINGKASAN PENELITIAN

Perkembangan bisnis online Indonesia saat ini berkembang semakin pesat sehingga persaingan bisnis menjadi lebih ketat. Hal ini pelaku bisnis harus memperhatikan komponen promosi dalam media digital agar sesuai dengan target pasar sehingga pesan yang disampaikan efektif dan memunculkan minat konsumen untuk membeli. Beras adalah makanan pokok bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Komoditas beras menjadi suatu tantangan dalam pemasaran online. Mengingat bahwa beras pada umumnya di jual secara langsung. Hal ini menjadi penting dalam pemasaran online dalam memperkenalkan produk agar produk beras dapat di kenal oleh konsumen yang berakhir pada keputusan pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan menganalisis efektivitas promosi pada media digital (*Facebook* dan *Instagram*) Beras Paguh dengan model AIDA (*Attention, Interest, Desire, dan Action*) terhadap keputusan pembelian di Kota Pontianak. Metode survei dengan sampel 100 responden secara *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner online melalui *google form*. Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) melalui software LISREL 8.80 dan skor rata-rata serta tabulasi sederhana. SEM digunakan untuk menganalisis pengaruh promosi media digital Beras Paguh dengan model AIDA. Kemudian skor rata-rata dan tabulasi sederhana digunakan untuk menganalisis efektivitas promosi media digital Beras Paguh.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Attention* dan *Interest* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Beras Paguh, bahwa komponen *Attention* yang terdiri dari pesan, frekuensi dan visualisasi serta komponen *Interest* yang terdiri dari efektivitas media, persepsi konsumen dan kejelasan pesan. selanjutnya pada analisis efektivitas yang dianalisis dengan penghitungan skor rata-rata dan tabulasi sederhana menunjukkan bahwa promosi dengan media digital Beras Paguh adalah Cukup Efektif. Hal ini perlu ditingkatkan diantaranya membuat desain promosi yang menarik, mengupdate postingan secara berkala, memberikan pelayanan terbaik sehingga konsumen lebih banyak memberikan testimoni secara positif, membuat konten-konten bermanfaat lebih banyak lagi dan mengadakan promo-promo perbelanjaan.