

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih guna mengukur tingkat efektivitas promosi melalui angka dan data statistik dengan berpedoman pada kerangka AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*), di mana setiap tahapannya telah dijabarkan ke dalam indikator-indikator terukur. Menurut Sugiyono (2022), kuantitatif bersumber pada paradigma positivisme dan biasa digunakan untuk menyelidiki sampel atau populasi tertentu. Pada dasarnya, penelitian ini menghasilkan dan mengolah data yang bersifat numerik sebagai temuan utamanya.

Pendekatan deskriptif dalam penelitian berfokus pada mengkaji berbagai subjek, seperti kelompok masyarakat, objek, situasi, hingga peristiwa yang berlangsung dalam konteks kekinian. Tujuannya adalah untuk menyajikan gambaran yang sistematis, objektif, dan sesuai fakta mengenai suatu fenomena. Khusus untuk jenis deskriptif kuantitatif, penekanannya terletak pada mendeskripsikan variabel-variabel penelitian dengan menggunakan data numerik yang diperoleh dari situasi atau kondisi nyata di lapangan. Pemilihan metode kuantitatif deskriptif ini dinilai paling tepat karena penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat efektivitas promosi dalam bentuk skor yang dihasilkan dari setiap tahapan model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*). Data berupa angka yang diperoleh dari responden akan diolah dan dianalisis secara statistik untuk mendeskripsikan tingkat efektivitas promosi pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Sumatera Barat.

3.2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah suatu tempat atau objek dimana dilakukannya sebuah penelitian untuk mengumpulkan data yang relevan. Adapun lokasi penelitian ini berada di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Sumatera Barat.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut Creswell dalam Zulfikar & dkk (2024) Populasi merujuk pada sekelompok individu yang memiliki karakteristik tertentu yang seragam. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan sifat dan ciri khusus yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan dianalisis sehingga memperoleh kesimpulan. Populasi tidak semata-mata dilihat dari jumlahnya, melainkan juga dari semua ciri dan sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek tersebut. Ukuran populasi bisa besar atau kecil, bergantung pada parameter yang hendak dicapai dalam penelitian (Sugiyono, 2022).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemustaka yang terdaftar sebagai anggota perpustakaan di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Sumatera Barat selama tahun 2024 bulan Januari - Desember, yaitu sebanyak 1.078 orang berdasarkan data keanggotaan tahun 2024. Populasi tersebut terdiri dari berbagai kategori pengguna, seperti pelajar (329 orang), mahasiswa (412 orang), pegawai (88 orang), dosen (21 Orang), dan masyarakat umum (228 orang). Namun, dalam konteks penelitian ini, seluruh anggota populasi dianggap memiliki karakteristik yang homogen terhadap variabel yang diteliti, yaitu persepsi terhadap efektivitas promosi perpustakaan pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Sumatera Barat.

3.3.2. Sampel

Menurut Sugoyono (2022), sampel adalah sebagian dari populasi yang mewakili jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh keseluruhan populasi. Sampel berfungsi sebagai subkelompok dari populasi yang dipilih secara terencana untuk diteliti, dengan tujuan agar hasil penelitiannya dapat digeneralisasikan kepada populasi secara keseluruhan. Teknik sampling adalah metode pengambilan sampel yang digunakan untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*, yaitu salah satu teknik

pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2022). Teknik ini dipilih karena penentuan sampel didasarkan pada pertimbangan tertentu, yaitu pemustaka yang terdaftar sebagai anggota aktif perpustakaan, pernah melihat dan terpapar oleh kegiatan promosi di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Sumatera Barat, dan bersedia menjadi responden dalam penelitian ini. Hal ini sejalan dengan tujuan penelitian untuk mengeksplorasi efektivitas promosi berdasarkan pengalaman nyata dari setiap strata pemustaka.

Apabila populasi penelitian kurang dari 100, maka keseluruhan populasi diambil sebagai sampel. Namun, jika jumlah dari populasi penelitian lebih dari 100, sampel yang dapat diambil sebesar 10-15% atau 20-25%, atau lebih (Arikunto, 2016). Penentuan ukuran sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10%, (0,1) sehingga jumlah sampelnya sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan:

n = sampel

N = populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan

Dalam penelitian ini tingkat (e) error adalah 10% dan N adalah 1.078 jadi sampel yang di ambil dari penelitian ini adalah:

$$n = \frac{1.078}{1 + 1.078 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.078}{1 + 1.078 (0,01)}$$

$$n = \frac{1.078}{1 + 10,78}$$

$$n = \frac{1.078}{11,78} = 91,51$$

n = 91,51 dibulatkan menjadi 92

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin, diperoleh angka sampel sebesar 91,51. Setelah dilakukan pembulatan, jumlah sampel yang ditetapkan adalah 92 responden. Dengan demikian, dari total populasi sebanyak 1.078 individu, sampel dalam penelitian ini berjumlah 92 orang yang terdiri dari lima kategori pemustaka perpustakaan, meliputi pelajar, mahasiswa, pegawai, dosen, dan masyarakat umum. Agar setiap kategori terwakili secara proporsional, maka dilakukan penetapan kuota berdasarkan proporsi populasi masing-masing kategori. Adapun distribusi sampel penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 1 Kategori Responden

No	Kategori Responden	Jumlah Sampel
1.	Pelajar	28
2.	Mahasiswa	35
3.	Pegawai	8
4.	Dosen	2
5.	Masyarakat Umum	19
Total		92

3.4. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan atribut atau ciri khas digunakan dalam membedakan antara individu, objek, atau aktivitas tertentu, yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dikaji dan dianalisis guna memperoleh suatu kesimpulan (Sugiyono, 2022). Variabel penelitian ini adalah variabel tunggal (*single variable*) yaitu variabel efektivitas promosi. Efektivitas promosi dalam konteks penelitian ini merujuk pada sejauh mana kegiatan promosi terpadu mampu menggerakkan audiens pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Sumatera Barat menggunakan model AIDA sehingga dapat diukur dengan 4 indikator yaitu:

- a. *Attention* (Perhatian): mengukur sejauh mana kegiatan promosi perpustakaan mampu menarik perhatian pemustaka. Perhatian dapat muncul melalui promosi yang dilakukan perpustakaan. Jika promosi berhasil mencuri perhatian, maka pemustaka mulai menyadari adanya layanan atau program perpustakaan.
- b. *Interest* (Minat): Tingkat ketertarikan pemustaka yang muncul setelah promosi dilakukan, ditunjukkan dengan rasa ingin tahu untuk mengetahui lebih banyak informasi.
- c. *Desire* (Keinginan): Keinginan pemustaka untuk memanfaatkan layanan atau fasilitas perpustakaan setelah merasa promosi sesuai dengan kebutuhan mereka.
- d. *Action* (Tindakan): Tindakan nyata yang dilakukan pemustaka, seperti berkunjung, meminjam koleksi, atau menggunakan layanan perpustakaan setelah terpapar promosi.

3.5. Prosedur Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan) dan gabungan ketiganya (Sugiyono, 2017). Adapun untuk memperoleh data yang relevan dalam penelitian ini menggunakan Teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang menjadi objek atau indikator-indikator dari variabel penelitian. Penelitian ini mengoptimalkan metode observasi untuk memperoleh gambaran mendalam yang akurat dari fenomena yang diteliti. Pertimbangan utamanya adalah bahwa observasi langsung terhadap objek penelitian merupakan cara yang sangat efektif dan kontekstual untuk mengumpulkan data. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mencatat setiap fakta secara objektif,

mendokumentasikan proses kejadian secara detail, serta melakukan penilaian terstruktur terhadap objek tersebut sebagai indikator dari variabel penelitian. Dalam pelaksanaannya, observasi digunakan sebagai sarana untuk memahami kondisi aktual di lapangan. Proses pengumpulan data dilakukan melalui serangkaian aktivitas sistematis, mulai dari pengamatan, pencatatan, hingga analisis awal terhadap berbagai fakta yang teramati (Saefuddin & Wulan, 2023).

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan penyampaian serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Jenis pertanyaan dalam kuesioner dapat dibagi menjadi dua, yaitu terbuka dan tertutup. Pertanyaan terbuka meminta responden untuk menyusun jawaban dalam bentuk naratif, sementara pertanyaan tertutup mengharuskan responden untuk memilih satu opsi jawaban dari pilihan yang tersedia. Setiap pertanyaan dalam kuesioner menghasilkan data dalam bentuk nominal, ordinal, interval, dan rasio, terutama pada pertanyaan tertutup (Sugiyono, 2022).

Jenis kuesioner atau angket yang diterapkan pada penelitian ini yaitu kuesioner tertutup, di mana responden langsung memberikan jawaban dengan menandai (✓) pada opsi jawaban yang dianggap sesuai. Format angket yang akan diberikan yaitu skala Likert. Skala Likert merujuk pada teknik pengukuran yang digunakan untuk mengevaluasi sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial (Sugiyono, 2022). Ketika melakukan penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung dengan membagikan kertas yang berisi pernyataan kuesioner dan ada juga melalui link <https://forms.gle/54L7qEdgD2LhLyK9A> yang saya sediakan di barcode.

3. Wawancara

Wawancara atau interview merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pertemuan langsung antara pewawancara dan narasumber. Proses ini umumnya

berlangsung dengan penyampaian pertanyaan secara lisan oleh pewawancara dan penerimaan jawaban secara lisan pula dari narasumber. Interaksi tatap muka ini menjadi karakteristik khas yang membedakan wawancara dari metode kuesioner tertulis. Dalam penelitian ini, diterapkan pendekatan wawancara mendalam, yaitu teknik untuk memperoleh data secara lengkap dan mendalam melalui interaksi langsung dan terbuka dengan informan. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menggali informasi secara lebih fleksibel, terstruktur, dan kontekstual sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2022). Untuk memperoleh data awal penelitian, peneliti melakukan wawancara dengan pustakawan pada tanggal 3 Oktober 2025. Selanjutnya, wawancara kedua dilaksanakan pada 19 Februari 2026 bersama pustakawan dan pemustaka di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Sumatera Barat. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan bukti nyata yang mendukung setiap tahapan dalam Model AIDA.

3.6. Instrumen penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data secara menyeluruh, objektif, dan dapat dipertanggungjawabkan, sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan dalam penelitian ini. Adapun instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket). Data penelitian dikumpulkan menggunakan instrumen kuesioner yang disusun berdasarkan sub-variabel dalam model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*). Kuesioner ini bertujuan untuk mengukur tingkat efektivitas promosi yang dilaksanakan oleh Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Sumatera Barat. Sebagai acuan, penyusunan kuesioner merujuk pada format yang dikemukakan oleh Nurhidayanti dalam Putri (2023), sebagaimana terlihat pada Tabel 3.1 di bawah ini.

Tabel 3. 2 Kuesioner Model AIDA

Variabel	Sub-variabel	Indikator	Pernyataan
Promosi perpustakaan	<i>Attention</i>	Tulisan atau gambar	Menurut saya, informasi yang disampaikan dalam promosi perpustakaan mudah dipahami
			Menurut saya postingan yang digunakan dalam promosi sudah terlihat menarik perhatian.
			Desain, warna, dan gambar yang digunakan dalam berbagai media promosi perpustakaan terlihat menarik.
		Mudah diingat	Saya mudah mengingat informasi atau pesan yang di sampaikan dalam promosi perpustakaan.
			Saya masih dapat mengingat informasi promosi perpustakaan setelah beberapa waktu melihatnya.
		Karakteristik	Menurut saya, promosi perpustakaan memiliki ciri khas atau identitas yang konsisten.
			Gaya dalam penyampain promosi mencerminkan identitas dinas kearsipan dan perpustakaan provinsi sumatera barat.
	<i>Interest</i>	Rasa ingin tahu	Saya merasa penasaran dan ingin mengetahui lebih lanjut tentang layanan perpustakaan setelah melihat promosi.
			Saya tertarik mencari informasi tambahan mengenai program atau koleksi perpustakaan.
		Rasa ingin mengamati	Saya mengamati dengan saksama setiap informasi yang disampaikan dalam promosi perpustakaan.
			Saya ingin melihat lebih detail konten/materi promosi yang dibagikan perpustakaan.
		Rasa ingin mendengar	Saya tertarik untuk mencari tahu secara lebih detail tentang layanan perpustakaan yang dipromosikan

	<i>Desire</i>	Mempertimbangkan keuntungan/kerugian	Saya merasa layanan perpustakaan dapat memenuhi kebutuhan informasi atau edukasi saya.
		Akibat	Saya yakin promosi perpustakaan memberikan dampak positif bagi masyarakat.
			Saya merasa promosi perpustakaan mampu mempengaruhi minat baca dan kunjungan.
		Motivasi	Promosi perpustakaan memotivasi saya untuk datang dan menggunakan layanannya.
			Menurut saya promosi pada perpustakaan dapat memberikan motivasi bagi pengguna untuk berkunjung ke perpustakaan setelah melihat promosi.
	<i>Action</i>	Kunjungan	Saya pernah berkunjung ke perpustakaan setelah melihat promosi.
			Saya berencana untuk mengunjungi perpustakaan dalam waktu dekat.
		Keinginan	Saya ingin terlibat dalam kegiatan yang diselenggarakan perpustakaan.
		Keputusan	Saya memutuskan untuk menjadi anggota perpustakaan setelah melihat promosinya.
			Saya merekomendasikan perpustakaan kepada orang lain setelah melihat promosinya.

Sumber indikator yang digunakan dalam penyusunan kuesioner ini diadaptasi dari beberapa penelitian terdahulu yang mengembangkan model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) dalam konteks promosi layanan informasi. Seperti Nurhidayanti (2020) sebagai dasar utama penyusunan indikator untuk dimensi *Attention, Interest, Desire*, dan *Action*, karena penelitian tersebut secara khusus menilai efektivitas promosi perpustakaan menggunakan model AIDA, Fadhli (2023) digunakan sebagai acuan tambahan dalam perumusan indikator terkait minat kunjung pemustaka

dan bentuk media promosi perpustakaan. Penyesuaian dilakukan agar relevan dengan konteks promosi di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Provinsi Sumatera Barat.

Dengan demikian, setiap indikator dalam kuesioner penelitian ini telah disusun berdasarkan teori dan hasil penelitian sebelumnya, serta telah melalui proses validasi isi (*content validity*) oleh dosen pembimbing untuk memastikan kesesuaian dan kejelasan makna setiap butir pernyataan.

Menurut Sugiyono (2022), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini digunakan skala Likert sebagai metode pengukuran. Skala Likert dipilih karena mampu mengukur sikap, persepsi, dan pendapat responden terhadap objek penelitian secara kuantitatif. Melalui skala ini, responden diminta untuk memberikan tingkat kesetujuan mereka terhadap pernyataan yang diajukan dalam kuesioner (Sugiyono, 2022). Adapun bentuk skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 3.2 berikut:

Tabel 3. 3 Keterangan Skor Skala Likert

Pilihan jawaban	Nilai
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu (RR)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

3.7. Uji Validitas dan Reliabilitas

3.7.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan melalui dua pendekatan:

a. Uji Validitas Isi (*Content Validity*)

Uji validitas isi dilakukan melalui *expert judgment* (penilaian ahli) oleh dosen pembimbing. Proses ini bertujuan untuk memastikan bahwa indikator-indikator

dalam kuesioner telah merepresentasikan dengan tepat aspek-aspek yang diukur berdasarkan model AIDA (Attention, Interest, Desire, Action). Melalui penilaian ahli, dilakukan evaluasi terhadap: Kesesuaian indikator dengan variabel penelitian, kejelasan dan relevansi pernyataan kuesioner, tata bahasa dan redaksional yang digunakan. Berdasarkan masukan dari dosen pembimbing, dilakukan revisi perbaikan terhadap kuesioner hingga dinyatakan layak untuk diujikan.

b. Uji Validitas Konstruk (*Construct Validity*)

Uji validitas adalah suatu pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah suatu alat ukur valid atau tidak valid (Sugiyono, 2016). Alat ukur yang dimaksud adalah pertanyaan atau pernyataan yang disusun ke dalam kuesioner yang nantinya akan disebar kepada responden. Pengujian validitas menggunakan Statistical Product and Service Solution (SPSS) 21 dengan teknik analisis *Product Moment Correlation*. Suatu instrumen penelitian dinyatakan valid jika nilai *r-hitung* > *lebih dari r-tabel*, sedangkan jika *r-hitung* < *r-tabel*, instrumen tersebut dianggap tidak valid. Untuk menentukan validitas item kuesioner, peneliti menggunakan kriteria *r-hitung* > *r-tabel* pada taraf signifikansi 0,05, yang menunjukkan bahwa item tersebut memenuhi syarat validitas (Janna, 2021). Berikut adalah hasil uji validitas kuesioner dengan 30 orang responden.

Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas

Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	0,679	0,361	Valid
2	0,688	0,361	Valid
3	0,435	0,361	Valid
4	0,475	0,361	Valid
5	0,701	0,361	Valid
6	0,477	0,361	Valid
7	0,632	0,361	Valid
8	0,720	0,361	Valid
9	0,785	0,361	Valid

10	0,708	0,361	Valid
11	0,692	0,361	Valid
12	0,519	0,361	Valid
13	0,647	0,361	Valid
14	0,595	0,361	Valid
15	0,703	0,361	Valid
16	0,725	0,361	Valid
17	0,689	0,361	Valid
18	0,755	0,361	Valid
19	0,641	0,361	Valid
20	0,737	0,361	Valid
21	0,749	0,361	Valid
22	0,719	0,361	Valid

Sumber: data yang diolah oleh peneliti, 2026

Hasil uji validitas yang disajikan pada Tabel 4.1 menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi (r -hitung) untuk setiap pernyataan lebih besar daripada nilai kritis r -tabel (0,361). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua indikator pada setiap sub-variabel model AIDA yang diukur melalui kuesioner adalah valid.

3.7.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indikator seberapa reliabel atau dapat diandalkannya suatu alat ukur. Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan perangkat lunak (*Statistical Product and Service Solution*) SPSS 21 dengan menganalisis konsistensi setiap item melalui nilai *Alpha Cronbach*. Teknik ini dipilih karena dianggap sebagai metode yang efektif untuk mengukur konsistensi internal instrumen. Instrumen penelitian dinyatakan handal atau reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, sedangkan apabila nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,60$ menunjukkan instrumen tidak reliabel (Janna, 2021). Berikut adalah hasil uji reliabilitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah.

Tabel 3. 5 Uji Reliabilitas

Sub- Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Alpha	Keterangan
<i>Attention</i>	0,678	0,60	Reliabel
<i>Interest</i>	0,712	0,60	Reliabel
<i>Desire</i>	0,695	0,60	Reliabel
<i>Action</i>	0,769	0,60	Reliabel

Sumber: Data yang diolah oleh peneliti, 2026

Hasil uji reliabilitas yang disajikan pada Tabel 4.32 menunjukkan bahwa nilai koefisien *Cronbach's Alpha* untuk seluruh sub-variabel dalam penelitian ini lebih besar daripada nilai kritis yang ditetapkan, yaitu 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator pada setiap sub-variabel model AIDA yang diukur melalui kuesioner adalah reliabel atau memiliki tingkat keandalan yang tinggi. Hal ini berarti instrumen penelitian yang digunakan mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten dan dapat diandalkan jika dilakukan pengukuran ulang pada subjek yang sama di waktu yang berbeda.

3.8. Teknik Analisis Data

Menganalisis data merupakan teknik yang digunakan oleh peneliti untuk memproses data yang telah terkumpulkan dengan maksud menjawab pertanyaan penelitian. Menurut Sugiyono (2016), analisis data merupakan langkah yang dilakukan dimana setelah semua data dari responden atau sumber data lainnya telah terkumpulkan. Menurut Pasabiru dkk. (2022), statistika deskriptif adalah metode statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan data yang telah terkumpul sesuai dengan keadaannya, tanpa bertujuan untuk membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Data yang telah terkumpul melalui kuesioner dianalisis untuk mendeskripsikan efektivitas promosi berdasarkan model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*).

Langkahnya adalah mengelompokkan data dari setiap indikator kemudian disajikan dalam bentuk tabel, diagram, dan uraian naratif, serta pengolahan data dengan

perangkat lunak IBM SPSS versi 21. Karena penelitian ini bersifat deskriptif, maka tidak dilakukan uji signifikansi atau penghitungan taraf kesalahan, sebab peneliti tidak bermaksud menggeneralisasi kan hasil penelitian ke populasi yang lebih luas. Untuk menginterpretasikan tingkat efektivitas promosi berdasarkan skor rata-rata (mean) yang diperoleh dari setiap sub-variabel AIDA, digunakan interval klasifikasi tiga tingkatan (Darma, 2021). Penentuan interval ini dilakukan dengan menghitung rentang skala terlebih dahulu. Rentang skala dihitung menggunakan rumus:

$$\text{Skala Interval} = \frac{m-n}{b}$$

Keterangan:

m = Skor Tertinggi

n = Skor terendah

b = Jumlah kategori yang diterapkan

diketahui:

Skor tertinggi (m) = 5

Skor terendah (n) = 1

Jumlah kategori yang diterapkan (b) = 3

$$\text{Skala Interval} = \frac{5-1}{3} = \frac{4}{3} = 1,33$$

Berdasarkan skala interval 1,33 tersebut, maka interval interpretasi penentuan indikator efektivitas promosi pada tabel bwrikut:

Tabel 3. 6 Indikator Interpretasi Efektivitas

No	Mean Range	Interpretasi
1.	3,68-5,00	Efektivitas Tinggi
2.	2,34-3,67	Efektivitas Sedang
3.	1,00-2,33	Efektivitas Rendah