

ABSTRAK

Domino's Pizza merupakan merek dagang yang dikelola oleh PT. Dom Pizza Indonesia. Domino's Pizza mendapat penghargaan '*Chain of The Year*' oleh majalah *Pizza Today* yang merupakan sebuah media terkemuka untuk industri pizza. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui "Pengaruh Promosi Penjualan di Media Sosial Instagram Terhadap Respon *Followers* Domino's Pizza". Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu promosi penjualan (X) dengan dimensi komunikasi, insentif, dan ajakan. Respon *Followers* (Y) dengan dimensi AISAS yaitu *Attention, Interest, Search, Action, Share*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif dengan metode kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah *followers* Instagram Domino's Pizza Indonesia. Pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dan penentuan sampel dengan rumus slovin, dengan hasil sampel adalah 100 responden. Berdasarkan hasil penelitian besar tanggapan mengenai promosi penjualan (X) sebesar 86,4% dan besar tanggapan mengenai respon *followers* (Y) sebesar 76,1%. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa promosi penjualan memiliki pengaruh yang positif terhadap respon *followers*, hal tersebut dibuktikan dengan t hitung (11,450) > t tabel (1,661). Besar pengaruh variabel promosi penjualan (X) terhadap respon *followers* (Y) yaitu terdapat pengaruh promosi penjualan terhadap respon *followers* Domino's Pizza sebesar 57% sedangkan sisanya 43% dipengaruhi oleh faktor lain seperti daya tarik iklan, loyalitas merek, dan *customer engagement*.

Kata kunci: Promosi Penjualan, Respon *Followers*, AISAS