

ABSTRAK

Penggunaan instagram sebagai platform untuk melakukan pemasaran produk sudah sangat umum didengar oleh masyarakat terutama para milenial. Hal ini terbukti dengan banyaknya toko online yang menggunakan Instagram sebagai media dalam menyediakan layanan informasi, promosi dan fungsi penjualan. Salah satu toko online yang memasarkan produknya di instagram adalah akun @er_custom.id yang menawarkan produk custom (casing, powerbank, mug, tumbler, dsb). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis iklan online *paid promote*, promosi penjualan, dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan volume penjualan pada akun @er_custom.id. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan datanya diperoleh dari kuesioner yang disebar secara online. Sampel responden dalam penelitian ini adalah akun yang akan/sedang/pernah membeli produk pada akun @er_custom.id yang berjumlah 80 responden. Alat uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda menggunakan *software* IBM SPSS Statistics 26.

Setelah dilakukan pengujian atas hipotesis yang diajukan, maka diperoleh nilai koefisien regresi variabel iklan online *paid promote* sebesar -0,023, variabel promosi penjualan sebesar 0,451 dan variabel kualitas pelayanan sebesar 0,091. Dan nilai uji F sebesar F hitung 12,233 > F tabel 2,72 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$, yang artinya variabel iklan online *paid promote*, promosi penjualan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama mempengaruhi volume penjualan. Hasil uji T iklan online *paid promote* sebesar T hitung -0,414 < T tabel 1,990, variabel promosi penjualan sebesar T hitung 3,818 > T tabel 1,990 dan variabel kualitas pelayanan sebesar T hitung 0,820 < T tabel 1,990, yang artinya variabel iklan online *paid promote* dan variabel kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap volume penjualan dan hanya variabel promosi penjualan yang berpengaruh terhadap volume penjualan.

Kata Kunci : Iklan online *paid promote*, promosi penjualan, kualitas pelayanan, volume penjualan

ABSTRACT

The use of Instagram as a platform for marketing products is very commonly heard by the public, especially millennials. This is evidenced by the many online stores that use Instagram as a medium in providing information services, promotions and sales functions. One of online store that markets their product on Instagram is @ er_custom.id that offers custom product (casing, powerbank, mug, tumbler, etc.). This reserch aims to analyze online advertisement such paid promote, sales promotions, and service quality to increase their sales volume on the account @ er_custom.id. The research method used was quantitative research and the data were obtained from online questionnaires. Respondent's sample in this research is an accounts that will / do / have purchased products on the account @ er_custom.id, with 80 respondents. Equipment test that using in this reserch was a multiple linear regression analysis technique using SBM SPSS Statistics 26 software.

After testing the proposed hypothesis, the regression coefficient value of the online advertising paid promote variable is -0.023, the sales promotion variable is 0.451 and the service quality variable is 0.091. And the F test value of F calculated 12.233 > F table 2.72 with a significance level of 0.00 < 0.05, which means that the online advertising paid promote variable, sales promotion and service quality together affect sales volume. T test results for online advertising paid promote T calculated -0,414 < T table 1,990, sales promotion variable T calculated 3,818 > T table 1,990 and service quality variable equal to T calculated 0,820 < T table 1,990, which means the online advertising paid promote variable and the variable service quality partially does not affect sales volume and only sales promotion variables that affect sales volume.

Keywords : Online Advertising Paid Promote, Sales Promotion, service quality, Sales Volume