Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu apakah tingkat pengaruh penggunaan aplikasi E-Commerce Instagram terhadap penjualan produk HIJUP.COM memiliki sifat yang tidak signifikan ataukah signifikan.

Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kuantitatif yang merupakan riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digenerealisasikan (Kriyantono: 2010, p. 55). Menurut tingkatan interpretasinya, penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori, artinya penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis variabel penelitian. Alasan peneliti menggunakan metode eksplanatif adalah untuk mencoba menjelaskan mengapa suatu hal dapat terjadi dan apakah pengaruhnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram memiliki pengaruh positif pada penjualan HIJUP, walaupun dengan jumlah presentase yang kecil (15.5%). Walaupun jumlah followers HIJUP yang tinggi, dan penggunaan aplikasi Instagram di Indonesia yang tinggi pula. Hal ini menjadi Paradoks karena yang pada awalnya kita bisa melihat betapa *massive* nya penggunaan sosial media di Indonesia, dan kepopuleran perusahaan HIJUP di aplikasi Instagram yang tinggi, ternyata tidak memberikan pengaruh yang tinggi terhadap penjualan HIJUP. Seperti yang dikatakan Marcel Prouts, bahwa: "Paradoks hari ini adalah prasangka dari masa depan."

Kata kunci: E-Commerce, Instagram, Penjualan

SEMARANG

FEB UNDIP