

EFEKTIVITAS TEKNIK PENJUALAN ONLINE MELALUI LIVE SHOWS : BERDASARKAN PENGALAMAN BELANJA ONLINE, KESESUAIAN PRODUK DAN DAYA BELI DALAM MENGIKUTI TREND BERBELANJA ONLINE

**David Hamonangan Simamora
Andreas Alvin Liadi**

Program Studi S1 Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Prima Indonesia

ABSTRAK

Toko online adalah satu dari banyaknya bentuk alternatif yang dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis untuk memberikan penawaran produk atau jasa kepada masyarakat atau yang dikenal sebagai pembeli seiring dengan kenaikan pada banyaknya pengguna internet. Penjualan melalui tayangan langsung tidak hanya tersedia di aplikasi Tiktok saja, tetapi juga di e-commerce dan media sosial seperti Shopee, Tokopedia, Facebook, Instagram, Lazada dan masih banyak lainnya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya korelasi pengalaman belanja online, kesesuaian produk dan daya beli dengan efektivitas teknik penjualan online melalui tayangan langsung. Metode penelitian yang dipilih adalah penelitian yang dilakukan secara kuantitatif dengan teknik pengujian analisis data menggunakan analisis Partial Least Square (PLS) meliputi analisis outer model, inner model dan pengujian hipotesis secara parsial dan simultan. Adapun populasi maupun sampel yang digunakan merupakan warga kecamatan di Medan Petisah yang mempunyai karakteristik sebagai responden yang menggunakan live show dalam teknik penjualan dan penawaran produk sebanyak 100 responden. Hasil penelitian atau angka yang ditunjukkan pada pengalaman belanja online dengan nilai t-statistik $1,987 > 1,66$ dan p-value 0,048, kesesuaian produk dengan nilai t-statistik $3,951 > 1,66$ dan p-value 0,000, sedangkan pada daya beli mempunyai t-statistik $3,951 > 1,66$ dan p-value 0,000. -nilai statistik $2,276 > 1,66$ dan p-values 0,023 yang berarti variabel pengalaman belanja online, kesesuaian produk dan daya beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas penjualan online melalui tayangan langsung.

Kata Kunci: Pengalaman Berbelanja, Kesesuaian Produk, Daya Beli, Efektivitas Teknik Penjualan Online

EFFECTIVENESS OF ONLINE SALES TECHNIQUES VIA LIVE SHOWS: BASED ON ONLINE SHOPPING EXPERIENCE, PRODUCT SUITABILITY AND PURCHASING POWER IN FOLLOWING ONLINE SHOPPING TRENDS

Andreas Alvin Liadi
David Hamonangan Simamora

Study Programme S1 Management
Faculty of Economic
Universitas Prima Indonesia

ABSTRACT

Online shops are one of the many alternative forms used by business people to offer products or services to the public or what are known as buyers along with the increase in the number of internet users. Sales via live broadcasts are not only available on the Tiktok application, but also on e-commerce and social media such as Shopee, Tokopedia, Facebook, Instagram, Lazada and many others. This research was conducted to determine the correlation between online shopping experience, product suitability and purchasing power with the effectiveness of online sales techniques through live broadcasts. The research method chosen is research carried out quantitatively with data analysis testing techniques using Partial Least Square (PLS) analysis including outer model analysis, inner model and partial and simultaneous hypothesis testing. The population and sample used are residents of the sub-district in Medan Petisah who have the characteristics of respondents who use live shows in sales techniques and product offerings as many as 100 respondents. The research results or figures shown on the online shopping experience are with a t-statistic value of $1.987 > 1.66$ and a p-value of 0.048, product suitability with a t-statistic value of $3.951 > 1.66$ and a p-value of 0.000, while purchasing power has t-statistics $3.951 > 1.66$ and p-value 0.000. -statistical value $2.276 > 1.66$ and p-values 0.023, which means that the variables of online shopping experience, product suitability and purchasing power have a positive and significant effect on the effectiveness of online sales through live broadcasts.

Keywords: Shopping Experience, Product Suitability, Purchasing Power, Effectiveness of Online Sales Technique