

PERBEDAAN PENJUALAN VIA E-COMMERCE DAN DIRECT SELLING SUKU CADANG MOBIL AQUARIUS MOTOR

ABSTRAK

Abstract : Sales through e-commerce and direct selling have become two methods commonly used in the automotive industry to market and sell auto parts. However, there is still a paucity of research investigating the differences between these two methods, particularly in the context of Aquarius Motor auto parts. Aquarius Motor is a micro, small and medium enterprise. This study aims to determine the differences in sales via e-commerce and direct selling of Aquarius Motor car parts. This study used a quantitative research method with a purposive sampling technique in collecting questionnaire data from customers of Aquarius motor car parts as many as 84 respondents. The results showed that there was a significant difference in sales through e-commerce and direct selling of Aquarius Motor car parts. Through the analysis of the Independent Samples Test, it was found that there was a significant difference in average sales between the two methods, with a statistically significant t-statistic. Aquarius motor can optimize the use of e-commerce and direct selling to expand market share and increase profits. This research can also form the basis for further research in this field, as well as contribute to the development of knowledge in the context of auto parts sales and marketing strategy.

Keywords: product quality, price, return of goods

Abstrak : Penjualan melalui e-commerce dan direct selling telah menjadi dua metode yang umum digunakan dalam industri otomotif untuk memasarkan dan menjual suku cadang mobil. Namun, masih terdapat kekurangan penelitian yang menyelidiki perbedaan antara kedua metode ini, khususnya dalam konteks suku cadang mobil Aquarius Motor. Aquarius motor merupakan yaitu usaha mikro kecil menengah Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan penjualan via e-commerce dan direct selling suku cadang mobil aquarius motor. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling dalam pengambilan data kuesioner kepada para pelanggan suku cadang mobil aquarius motor sebanyak 84 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan dalam penjualan melalui e-commerce dan direct selling suku cadang mobil Aquarius Motor. Melalui analisis Independent Samples Test, ditemukan bahwa terdapat perbedaan signifikan dalam rata-rata penjualan antara kedua metode, dengan nilai t-statistik yang signifikan secara statistik. Aquarius motor dapat mengoptimalkan penggunaan e-commerce dan direct selling untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan keuntungan. Penelitian ini juga dapat menjadi landasan bagi penelitian lebih lanjut dalam bidang ini, serta memberikan kontribusi pada perkembangan pengetahuan dalam konteks penjualan suku cadang mobil dan strategi pemasaran.

Kata kunci: kualitas produk, harga, pengembalian barang