

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis efektivitas program Live Streaming Selling dan program Twin Date dalam meningkatkan penjualan pada brand Bymeldev di platform Shopee. Dengan perkembangan teknologi dan digitalisasi, strategi pemasaran telah mengalami perubahan yang signifikan, termasuk pemanfaatan fitur live streaming dan diskon kampanye pada tanggal kembar. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak kedua program tersebut terhadap minat beli konsumen.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada pengguna aktif Shopee yang pernah bertransaksi dengan Bymeldev. Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, reliabilitas, dan regresi linier sederhana untuk mengukur hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Setelah data terkumpul, analisis dilakukan menggunakan perangkat lunak statistik, seperti SPSS. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan instrumen penelitian dapat diandalkan. Selanjutnya analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing program terhadap peningkatan penjualan. Hasil analisis juga mencakup uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variasi pada variabel dependen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik program Live Streaming Selling maupun program Twin Date memberikan pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan minat beli dan penjualan produk Bymeldev. Temuan ini menekankan pentingnya strategi integrasi promosi digital yang interaktif dalam mendorong kinerja penjualan di era digital.

Kata Kunci: Live Streaming Selling, Twin Date, Shopee, Peningkatan Penjualan, Pemasaran Digital.