

ABSTRAK

Freshgo Indonesia mangrupikeun usaha anu ngajual suplai kadaharan, sembako sareng buah. Dumasar kana hasil panalungtikan, kapanggih aya masalah dina sababaraha indikator Marketplace anu pamustunganana boga dampak negatif kana tujuan jualan.

Métode panalungtikan ngagunakeun métode déskriptif kuantitatif. Téhnik ngumpulkeun data dilaksanakeun ngagunakeun observasi non-partisipan, wawancara jeung angkét anu dibikeun ka 20 pagawé Freshgo Indonesia. Analisis data anu digunakeun nyaéta uji validitas, uji réliabilitas, uji régrési liniér basajan, koefisien korelasi rank Spearman, jeung koefisien determinasi.

Dumasar data anu dimeunangkeun tina hasil panalungtikan, nuduhkeun yén aya pangaruh pasar kana tujuan penjualan di Freshgo Indonesia di Tokopedia dumasar kana uji régrési linier basajan, sedengkeun numutkeun analisis koefisien korelasi rank Spearman nyaéta 0,839, hartina éta tujuan pasar sareng penjualan gaduh pangaruh anu kuat. Salian ti éta, aya koefisien determinasi 73,3%. Ieu nunjukkeun yén pasar gaduh pangaruh kana tujuan penjualan sareng 26,7% sésana nyaéta faktor di luar variabel pasar.

Saran anu bisa ditepikeun ku panalungtik nyaéta Freshgo Indonesia méré sanksi ka pagawé anu ngalakukeun kasalahan, anu saterusna mangaruhan kana penjualan pausahaan.

Kata Kunci: Pasar Tokopedia, Tujuan Penjualan