

Pemanfaatan Strategi Komunikasi Uncertainty Reduction Theory dalam Pengaruhnya Mengurangi Ketidakpastian Produk dan Ketidakpastian Penjual Secara Online melalui Live Streaming Shopping = The Utilization of Uncertainty Reduction Theory Communication Strategies in Reducing Product and Seller Uncertainty Online through Live Streaming Shopping

Meilinda Kurniawati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920545398&lokasi=lokal>

Abstrak

Konsumen yang aktif dalam pasar online sering mengalami tantangan terkait ketidakseimbangan informasi yang berfokus pada dua sumber utama asimetri informasi yang dihadapi yaitu tentang ketidakpastian penjual dan ketidakpastian tentang produk. Penelitian ini menggunakan Uncertainty Reduction Theory untuk mengurangi asimetri informasi yang dihadapi konsumen dengan mengaplikasikan tiga strategi utama dalam mengurangi ketidakpastian yaitu melalui efektivitas deskripsi produk, interaktivitas yang dirasakan, dan efektivitas sistem ulasan. Penelitian bertujuan untuk membuktikan dan menjelaskan pengaruh strategi komunikasi URT, ketidakpastian tingkat produk dan penjual terhadap perilaku konsumen secara online melalui live streaming shopping. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif melalui kuesioner online dan memiliki 13 hipotesis dengan pendekatan purposive sampling. Responden sebanyak 240 orang yang merupakan pengguna Shopee Live Streaming Shopping. Analisis data dilakukan menggunakan SmartPLS. Sebagian besar teori hubungan antara strategi komunikasi uncertainty reduction theory dan ketidakpastian penjual, ketidakpastian kualitas produk, serta ketidakpastian kesesuaian produk adalah signifikan, dengan pengecualian yaitu dampak efektivitas sistem ulasan terhadap ketidakpastian penjual tidak terkonfirmasi. Efektivitas sistem ulasan secara kuat mengurangi ketidakpastian kesesuaian produk yang dirasakan konsumen. Hal ini menyiratkan bahwa efektivitas sistem ulasan merupakan faktor mitigasi yang paling efektif dari ketiga fasilitator strategi komunikasi dalam mengatasi ketidakpastian produk.

.....Active consumers in online market often challenges related to information imbalance, focusing on two main sources of information asymmetry: seller uncertainty and product uncertainty. This study uses Uncertainty Reduction Theory (URT) to reduce the information asymmetry faced by consumers by applying three main strategies to reduce uncertainty which the effectiveness of product descriptions, perceived interactivity, and the effectiveness of the review system. Study aims to demonstrate and explain the impact of URT communication strategies, product uncertainty, and seller uncertainty on consumer behavior online through live streaming shopping. This research is quantitative, conducted via an online questionnaire, and involves 13 hypotheses using a purposive sampling approach. The respondents are 240 users of Shopee Live Streaming Shopping. Data analysis using SmartPLS. Most of the theoretical relationships between the communication strategies of uncertainty reduction theory and seller uncertainty, product quality uncertainty, and product fit uncertainty are significant, with the exception of the impact of the review system's effectiveness on seller uncertainty, which is not confirmed. The effectiveness of the review system strongly reduces the perceived product fit uncertainty. This implies that the effectiveness of the review system is the most effective mitigating factor among the three communication strategy facilitators in addressing product uncertainty.