

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan uraian-uraian yang telah penulis paparkan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Hasil analisis regresi menunjukkan Sistem Penjualan Melalui Media Sosial = $4.904 + 0.367 \text{ Harga} - 0,070 \text{ Promosi} + 0.456 \text{ Transaksi Penjualan}$.

Kontribusi pengaruh variabel harga, promosi dan transaksi penjualan terhadap variabel Y (sistem penjualan melalui media sosial) sebesar 69.3 % dan sisanya 30.7 % di tentukan oleh variabel lain yang tidak di teliti.

Berdasarkan hasil korelasi variabel harga, promosi dan transaksi penjualan memiliki hubungan yang sangat kuat dengan sistem penjualan melalui media sosial

5.2 . Keterbatasan

Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu sebagai berikut.

1. Faktor yang mempengaruhi sistem penjualan melalui media sosial ini hanya berfokus pada faktor harga, promosi dan transaksi penjualan, sehingga faktor lain selain harga, promosi dan transaksi penjualan belum bisa dimasukkan dalam penelitian ini.
2. Penelitian ini hanya mengambil sampel pada 30 toko yang menjalankan usahanya melalui media sosial di Kota Gorontalo, toko tersebut ini hanya berfokus pada toko yang bergerak dalam bidang *fashion*.

5.3 Saran

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis ingin memberikan beberapa saran yang nantinya diharapkan semoga dapat dijadikan sebagai bahan acuan dalam menetapkan suatu kebijakan dalam penjualan melalui media sosial

1. Mengingat sistem penjualan melalui media sosial sangat dipengaruhi variabel harga dan transaksi penjualan, maka sudah selayaknya pihak pembisnis untuk selalu memperhatikan harga secara terus-menerus dalam menjaga serta meningkatkan system penjualan melalui media sosial.
2. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat memilih variabel lain yang dapat mempengaruhi sistem penjualan melalui media sosial

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, R. F. (2013). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dengan sistem pre order secara online (Studi Kasus Pada Online Shop Chopper Jersey. Skripsi. Universitas Diponegoro.
- Adityan, N. (2014). Macam-macam metode transaksi jual beli online di indonesia. <http://www.aditya-web.com/2014/06/macam-macam-transaksi-jual-beli-online-di-indonesia.html?m%3D1&hl=id-ID> .
- Adnan, H. (2014). An analysis of the factors affecting online purchasing behavior of Pakistani consumers. *International Journal of Marketing Studies*, 6 (5), 134-137.
- Baridwan; Zaki. (2009). *Sistem akuntansi, penyusunan, prosedur dan Metode*. Yogyakarta: BPFEE.
- Bashir, R; Mehboob, I; Bhatti, W.K. (2015). Effects online shopping trends on consumer buying behavior; an empirical study of pakistan. *Journal of Management and Research*. 2(2).
- Bauboniene, Z. (2015). E-commerce factors influencing consumers' online shopping decision. ISSN 2029-7564 (online) *Socialines technologijos social technologies*, 5(1), 74–81.
- Buttner, O.B; Goritz, A.S. (2008). Perceived trustworthiness of online shops. *Journal of Consumer Behaviour*- January- February 7. 35–50.

- Boyer, K.K; Hallowell, R; Roth, A.V. (2002). E-services; operations strategy-a case study and a method for analyzing operational benefits, *journal of operations management*, 20(2). 175.
- Elvandari, S.D. (2011). Penerimaan sistem online berdasarkan unifiield theory of acceptance and usage of technology, *Jurnal integra*, 1 (1), 72-79
- Fandy, T. (2008). Implementasi sistem penjualan *online* berbasis e-commerce pada usaha rumamhan griya unik wanita. Jakarta. Fakultas sains dan teknologi.
- Friska, M.W. (2015). Jual beli *online* yang aman dan sya'riah (Studi Terhadap Pandangan Pelaku Bisnis *Online* di Kalangan Mahasiswa dan Alumni Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga. 7(2). Desember.
- Granito. (2008). *Panduan mendirikan dan mengelola distro clothing company*. Yogyakarta: Media pressindo.
- Guritno, B. (2007). *Perilaku organisasi*. Jakarta: Salemba empat.
- Ghozalo, I. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, N. (2011). *Corporate social responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Haji, N. (2013). *A study of the impact of social media on consumers. international journal of market research.* 56 (3).

Hermawan, A. (2005). *Penelitian bisnis paradigma kuantitatif.* Jakarta: PT Gramedia

Himawan; Asep. S; Sugeng, S. (2014). Analisis dan perancangan sistem informasi penjualan *online (E-Commerce)* pada CV Selaras batik menggunakan Analisis Deskriptif. *Scientific journal of informatics,* 1(1). ISSN 2407-7658.

<https://www.akuntansionline.id/perkembangan-terkini-teknologi-informasi-akuntansi/>

Howard F. Stettler. (2010), *Auditing principles objectives, Procedures, Working papers,* Dikutip oleh Zaki Baridwan, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Juju; Maya. (2010). *Perilaku belanja online dan kontrol diri mahasiswa belitung di yogyakarta.*

KeuLSM. (2012). *Definisi dan ruang lingkup akuntansi keperilakuan.* Desember. (<http://keuanganlsm.com/definisi-dan-ruang-lingkup-akuntansi-keperilakuan/>)

- Kiyiti, M. (2012). Internet shopping behavior of college of education students. *The turkish online journal of educational technology* – July. 11 (3).
- Krisnawati, A; Suhadak. (2013). Analisis sistem informasi akuntansi penjualan dan penerimaan kas (Study Pada Penjualan Speedy PT.Telekomunikasi Indonesia Tbk Kandatel Malang). *Jurnal administrasi bisnis (JAB)| 1 (1). April | [Http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id](http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id)*
- Kristi, J.R; Ardini, L. (2015). Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan. *Jurnal ilmu dan riset akuntansi. 4 (6), 1 – 19.*
- Kuncoro, M. (2013). *Metode riset untuk bisnis dan ekonomi: bagaimana meneliti dan menulis tesis*. Edisi 4. Jakarta: Erlangga.
- Laskar; Mery, M. (2013). Analisis dan perancangan sistem informasi untuk siklus pembelian dan penjualan dalam pengembangan bisnis onlines shop pada “Holly Shop” Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya. 2 (2).*
- Leokamto, A. (2012). Implementasi technology acceptance model (TAM) dalam online shopping. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen. 1(3).*
- Mapata. (2017). *Buku penunjang mata pelajaran IPS untuk SMP/MTS*. Yogyakarta: Deepublish.

- Mashuri. (2008). *Metode analisis verifikatif dan cara menentukannya*. Yogyakarta: Fakultas psikologi UGM.
- Merdiani, I. E; Imanuel, O. (2013). Analisis keputusan pembelian konsumen melalui media online (E-Marketing). *Jurnal ekonomi-november*. 4 (2)
- Mhd, Y.S; Waniti: (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan sparepart pada PT. Calispo multi utama. *Jurnal akuntansi dan bisnis*. 3(1). ISSN: 2443-3071 (p). ISSN: 2503-0337 (online). Medan.
- Mulyadi. (2010). *Sistem akuntansi*. Edisi ketiga. Jakarta: Salemba empat.
- Mustafa, Z, (1995). *Pengantar statistik terapan untuk ekonomi*. Edisi 2. Fakultas Ekonomi UII. Yogyakarta.
- Natali. (2008). *Perspektif manajemen dan perilaku konsumen*. Yogyakarta: ANDI.
- Nurdin, N; Fadel, R. (2016). Analisis strategi pemasaran dan penjualan e-commerce pada tokopedia.com. *Jurnal elektronik sistem informasi dan komputer*. 2 (1).
- Osman, S. (2011). Simulation of sales promotions towards buying behavior among university students. *International journal of marketing studies*. 3 (3)

- Prayudiawan, H. (2010). *Pernyataan standar akuntansi keuangan No.23 (Revisi 2010)*. Yogyakarta.
- Rahardjo; Susilo, T. (2009). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi motif belanja secara online di komunitas kaskus semarang*. Semarang.
- Rahayu. (2015). Pengaruh gaya hidup dan persepsi mahasiswa terhadap keputusan pembelian secara online di Kota Palembang. *Jurnal manajemen dan bisnis sriwijaya*. 13 (3). 283 – 299.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus integrated marketing communication*. Bogor: Grafika Mardi Yuana.
- Ronny, J.K; Lilis, A: (2015). Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan. *Jurnal ilmu dan riset akuntansi*. 4 (6), 1 – 19.
- Prasetio, (2012). <http://www.hestanto.web.id/online-shop/>
- Samosir, B. H; Arief, B. P. (2015). Pengaruh perspektif harga dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen produk *enervon-c*. *Jurnal ilmiah manajemen dan bisnis*. 1 (3). 1 – 13.
- Santos, J. (2003). E-service quality; a model of virtual service quality dimensions. *Management service quality*. 13(3). 233-246.
- Schiffman; Leon,. G; Kanuk; Leslie, L. (2007). *Perilaku konsumen alih bahasa: zoekifli Kasip*. Jakarta: Indeks.

- Setiadi, N. (2013). *Perilaku konsumen perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen edisi revisi*. Jakarta: Kecana Prenada Media Group
- Siadian, H; Cahyono, E. (2014). Analisis website quality, trust dan loyalty pelanggan online shop. *Jurnal manajemen pemasaran* Oktober. 8 (2). Doi: 10.9744/pemasaran.8.2.55-61 ISSN1907-235X.
- Sidharta, I; Suzanto, B. (2015). Pengaruh transaksi online shopping dan kepercayaan konsumen terhadap sikap serta konsumen pada e-commerce". *Jurnal computech dan bisnis*. 9 (1). 23-96.
- Simamora, B. (2008). *Panduan riset perilaku konsumen*. Jakarta: PT Gramedia.
- Sugiyono. (2009). *Metode penelitian bisnis, pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tasin; Nadiah, B. (2017). Factors influencing customer's trust in online shopping among executive in a bank. *Malaysia journal of social sciences and humanities (M)-SSH*. 1 (3). 47 – 60.

- Tjiptono, F. (2008), Strategi pemasaran, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta
- Tsaanii; A. (2016). Analisis persepsi dan keterlibatan konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian dalam transaksi *e-commerce*. *Jurnal ilmu dan riset akuntansi*. 5 (6). 1 – 15.
- Umar, H. (2003). *Metode riset bisnis panduan mahasiswa untuk melaksanakan riset di lengkapi contoh proposal dan hasil riset bidang manajemen dan akuntansi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Warni, S. (2016). Apakah bisnis online membutuhkan pencatatan akuntansi secara online ? ". August. (<https://zahiraccounting.com/id/blog/apakah-bisnis-online-membutuhkan-pencatatan-akuntansi-secara-online/>).
- Wicaksono, Y. (2010). *Panduan praktis buka usaha dengan modal laptop*. Jakarta: Elex media komputindo.
- Yusuf, M. (2014). *Metode penelitian: kuantitatif, kualitatif, dan penelitian gabungan*. Jakarta: Kencana
- Zeithaml, V.A; Marry, J.B. (2000). *Service marketing*. Singapore: Irwin Mc Grawhill.