ABSTRAK

Tujuan Penelitian ini adalah untuk melihat peranan Sistem Informasi Penjualan Kosmetik secara Online di PT. Orindo Alam Ayu (Oriflame). Penelitian dilakukan di PT. Orindo Alam Ayu (Oriflame) Jl. Martadinata No.99 Bandung pada bulan Maret 2011.

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode deskriftif dan verifikatif. Responden yang menjadi objek penelitian adalah seluruh konsumen (consultant) produk tingkat 1. Metode penarikan sampel adalah sampling jenuh (sensus), metode pengumpulan data adalah kuesioner dan wawancara. Kuesioner bersifat tertutup dengan menggunakan skala likert. Instrumen penelitian di uji validitasnya dengan analisis korelasi pearson, sedangkan realibilitasnya menggunakan alfa cronbach. Untuk melihat hubungan antara Sistem Informasi Penjualan Kosmetik secara Online dengan Kepuasan Konsumen digunakan analisis korelasi pearson, untuk melihat seberapa besar peranan Sistem Informasi Penjualan Kosmetik secara Online terhadap Kepuasan Konsumen digunakan koefisien determinasi.

Tanggapan responden terhadap Sistem Informasi Penjualan Kosmetik secara Online menunjukan 91,98% setuju bahwa Sistem Informasi Penjualan Kosmetik secara Online sudah berjalan dengan baik. Sedangkan tingkat kepuasan responden adalah 1,13. Ini mencerminkan bahwa responden merasa sangat puas. Uji validitas dan reabilitas instrument menghasilkan bahwa butir pertanyaan bersifat valid dan realiabel. Analisis korelasi antara Sistem Informasi Penjualan Kosmetik secara Online terhadap kepuasan konsumen menghasilkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,447. Koefisien korelasi ini bermakna secara statistic dengan taraf signifikansi sebesar 1%, koefisien determinasi dari hubungan ini adalah 19,98%. Koefisien determinasi ini menunjukan besarnya peranan Sistem Informasi Penjualan Kosmetik secara Online dalam meningkatkan kepuasan konsumen (consultant) di PT. Orindo Alam Ayu (Oriflame).

Keyword/Kata Kunci : Sistem Informasi, Penjualan, Kepuasan Konsumen.