BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan analisa yang telah dilakukan pada bab sebelumnya yaitu bab hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dalam penerapannya, Sistem Informasi Penjualan Kosmetik secara Online sudah berjalan dengan baik dan sistem yang ada di PT. Orindo Alam Ayu (Oriflame) memang belum ada di perusahaan lain.
2. Tanggapan responden (konsumen) mengenai Sistem Informasi Penjualan Kosmetik secara Online menunjukan bahwa responden yang setuju adalah 91,98% dan tidak tahu 8%. Hal ini menunjukan bahwa hampir seluruh konsumen menganggap bahwa Sistem Informasi Penjualan Kosmetik secara Online sudah berjalan dengan baik.
3. Tingkat kepuasan terhadap Sistem Informasi Penjualan Kosmetik secara Online mencapai nilai 1,13. Ini menunjukan bahwa konsumen (consultant) sangat puas terhadap implementasi sistem tersebut.
4. Hubungan antara Sistem Informasi Penjualan Kosmetik secara Online dengan Kepuasan Konsumen bermakna secara statistik dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,447. Sedangkan peranan Sistem Informasi Penjualan Kosmetik secara Online dalam meningkatkan kepuasan

konsumen adalah 19,98%. Peranan ini relatif kecil dikarenakan masih banyak variabel lain yang berperan untuk meningkatkan kepuasan tersebut.

5.2 Saran

Ada beberapa saran yang ingin disampaikan berkenaan dengan penelitian ini.

1. Perlu memunculkan fitur – fitur produk yang lebih lengkap.
2. Perlu penelitian lanjutan untuk melihat variabel apa lagi selain Sistem Informasi Penjualan Kosmetik secara Online yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen (consultant) sehingga perusahaan dapat meningkatkan laba.