

BAB VI

PENUTUP

6.1.KESIMPULAN

Dari hasil analisa dan perancangan serta implementasi dan pengujian pada bab – bab sebelumnya dalam skripsi ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Aplikasi sistem pemasaran online berbasis web berhasil dibuat dan dapat mengelompokan data – data yang semula manual menjadi terkomputerisasi dengan penyimpanan data pada database.
2. Aplikasi yang dihasilkan mampu menerapkan layanan komunikasi yang baik dalam kegiatan jual beli barang antara member dengan pengunjung sistem.
3. Aplikasi yang dirancang dengan disertai fitur – fitur penunjang dapat meningkatkan minat beli masyarakat akan produk yang dipasarkan.
4. Dari hasil analisa didapatkan hasil penelitian tentang hubungan minat beli dengan kepercayaan tidak ada hubungan nyata karena nilai angka P adalah 0,942 melebihi ketentuan nilai probabilitas 0,05. Dinyatakan jika hasil nilai melebihi probabilitas maka dinyatakan tidak ada hubungan.
5. Dari hasil analisa didapatkan hasil penelitian tentang hubungan minat beli dengan social media tidak ada hubungan nyata karena nilai angka P adalah 0,963 melebihi ketentuan nilai probabilitas 0,05. Dinyatakan jika hasil nilai melebihi probabilitas maka dinyatakan tidak ada hubungan.
6. Dari hasil analisa didapatkan hasil penelitian tentang hubungan minat beli dengan produk tidak ada hubungan nyata karena nilai angka P adalah 0,955 melebihi ketentuan nilai probabilitas 0,05. Dinyatakan jika hasil nilai melebihi probabilitas maka dinyatakan tidak ada hubungan.

6.2.SARAN

Meskipun rancang bangun Aplikasi Pemasaran Online berbasis web dengan pendekatan Social commerce berhasil dilaksanakan, sistem ini masih dapat dikembangkan lagi menjadi lebih baik. Saran yang dapat penulis sampaikan adalah sebagai berikut :

1. Dalam penelitian ini aplikasi dibangun dengan berbasis website sehingga dapat dikembangkan lagi menjadi berbasis Android agar dapat diakses secara luas dan mudah.
2. Beberapa fitur juga masih belum maksimal dan desain interface nya dapat diperbaharui kembali sehingga menghasilkan sistem yang lebih baik.
3. Dalam layanan social commerce pada sistem hanya menggunakan layanan facebook. Sehingga dapat dikembangkan kembali menggunakan layanan social media lainnya.
4. Pengembangan lebih lanjut sistem ini dapat diintegrasikan dengan data toko yang lain sehingga dapat digunakan untuk mengolah data dari tempat pemasaran online yang lainnya juga.