

ABSTRAK

PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA INTERNET SEBAGAI SARANA PEMASARAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN

Betyasari Binandari

Universitas Sanata Dharma

Fakultas Ekonomi

2005

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan antara volume penjualan sebelum dan sesudah menggunakan media internet sebagai sarana pemasaran perusahaan dan untuk mengetahui pengaruh biaya *email* dan biaya perawatan *web* (yang merupakan biaya internet) terhadap volume penjualan.

Penelitian ini adalah studi kasus pada Perusahaan Batik BIXA-Batik Natural Colour di Dusun Ngentak Pelem Rt.07, Rw.03, Baturetno, Banguntapan, Bantul. Data dikumpulkan dengan teknik : (1) wawancara; (2) Observasi; (3) dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah : (1) Analisis Uji-T; (2) Analisis Regresi linier Berganda.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil sebagai berikut : (1) ada perbedaan yang signifikan antara volume penjualan sebelum dan sesudah menggunakan media internet sebagai sarana pemasaran. Hal ini terlihat dari hasil output *Paired Sample Statistics T-Test* yang menunjukkan bahwa perbedaan volume penjualan rata-rata perusahaan sebelum menggunakan internet mencapai 56,58 meter/bulan. Sedangkan setelah menggunakan internet, volume penjualan rata-rata perusahaan mencapai 254,58 meter/bulan. (2) Biaya internet yang terdiri dari biaya *email* dan biaya perawatan *web* berpengaruh positif terhadap volume penjualan. Hal ini terlihat dari nilai F 83,041 ($p < 0.05$). Hal tersebut juga terlihat dari nilai R^2 sebesar 0,949 yang berarti 94,9% volume penjualan dipengaruhi biaya internet, seangkan 5,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF USING INTERNET AS MARKETING COMMUNICATION TOOL ON SALES VOLUME

Betyasari Binandari

Sanata Dharma Univercity

Economic Faculty

2005

The objective of the research was to find out the difference between sales volume before dan after using internet as marketing communication tool and the influence of email and *web* maintenance costs (as the total internet costs) on sales volume.

This research was a case study at Batik BIXA company-Batik Natural Colour in Ngentak Pelem Village Rt.07, Rw.03, Baturetno, Banguntapan, Bantul. The data were gathered using: (1) interviews; (2) observation; (3) documentation. The data analysis techniques were: (1) T-Test Analysis; (2) Multiple Linier Regression Analysis.

Based on the reserch it was found that: (1) there was a significant difference in sales volumes before ang after using the internet as marketing communication tool. It was indicated by *Paired Sample Statistics T-Test* result in which sales volume mean value before using internet was 56,58 meters/month, whereas it was 256,58 meters/month after using internet. (2) Internet costs which consist of *email* costs and *web* maintenance costs gave a positive influence to sales volume. It was indicated by the F value of 83,041 ($p < 0.05$). Such a conclusion was also supported by the R^2 value of 0,949, meaning that 94.9% of the sales volume was influenced by internet costs. The 5.15 of the rest was influenced by other factor.