

ABSTRAK

PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA INTERNET TERHADAP VOLUME PENJUALAN

Aloysius Adi Nugroho
Universitas Sanata Dharma
Fakultas Ekonomi
2002

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh penggunaan media internet terhadap volume penjualan. Penggunaan media internet lebih dikenal dengan e-commerce.

Penelitian ini merupakan penelitian studi kasus, yang hanya berlaku pada waktu dan tempat tertentu. Adapun variabel penelitiannya adalah biaya sebelum dan sesudah menggunakan media internet, biaya perawatan *web*, biaya abonemen *email*, dan volume penjualan. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data, yaitu : wawancara, observasi, dan dokumentasi. Setelah mengumpulkan data yang berguna, maka data tersebut akan diolah dengan menggunakan alat-alat analisis (1) *Paired Sample T Test*. Alat analisis ini berguna untuk mengetahui apakah ada perbedaan yang signifikan dalam volume penjualan antara sebelum dan sesudah menggunakan media internet (2) Korelasi *Product Moment*. Alat analisis ini berguna untuk mengetahui apakah ada pengaruh penggunaan media internet terhadap volume penjualan. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS 11.0.

Penulis menarik kesimpulan menggunakan hasil dari perhitungan yang dilakukan atas satu kondisi tertentu yang terjadi dalam tempat penelitian. Kesimpulan pertama dari hasil yang diperoleh adalah ada perbedaan yang signifikan dalam volume penjualan sebelum dan sesudah menggunakan media internet, yang dapat dilihat dari *output* sebesar 0,957, dan *t* hitung dari *output* adalah -55,321 sehingga hipotesis pertama dari penelitian diterima. Kesimpulan kedua yang dapat ditarik adalah tidak ada pengaruh penggunaan media internet terhadap volume penjualan. Kesimpulan ini diambil dari nilai *output* sebesar 0,355 untuk tahun 2000 dan nilai *output* sebesar 0,258 untuk tahun 2001.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF THE USE OF INTERNET TOWARD THE SALES VOLUME

Aloysius Adi Nugroho
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2002

The purpose of the research was to identify the influence of the use of internet toward the sales volume. The use of internet was known as e-commerce.

The research was a case study; therefore the research was only relevant in a certain time and place. The research variables were the cost before and after using internet, the cost of web maintenance, the cost of email subscription, and sales volume. The data collecting techniques used were: interview, observation and documentation. After the data was collected, the data would be calculated using (1) *Paired Sample T Test*. The purpose of this analysis tool is to know if there any significant difference in sales volume before and after using the internet (2) *Product Moment correlation*. The purpose of this analysis tool is to know if there was any influence of the use of internet toward the sales volume. The data was calculated using with SPSS 11.0 software.

The summary : (1) there was significant difference in sales volume before and after using internet. The result that could be seen in the output of 0,957 and t calculated from this output of -55,321, so the first hypothesis from the research was accepted. (2) There was no influence the use of internet media toward the sales volume. This conclusion was taken from the output value of 0,355 for year of 2000 and the output value of 0,258 for year of 2001.