

Analisis Pengaruh Pemanfaatan Aplikasi Android Terhadap Minat Beli Pelanggan Toko ABC Palembang

Rika Kharlina Ekawati
Komputerisasi Akuntansi, STMIK GI MDP
Jl Rajawali No.14 Palembang 30113
rika@mdp.ac.id

Abstrak—Penggunaan aplikasi *mobile* sangat meningkat dalam pada saat ini, terutama untuk pemakai sistem operasi android pada *mobile phone*. Hal ini menyebabkan para penjual e-commerce mengembangkan aplikasi yang dapat diakses melalui *mobile phone* agar dapat lebih mudah memasarkan dan kemudahan dalam pemesanan produknya. Selain itu aplikasi android digunakan untuk lebih menarik minat pelanggan dalam berbelanja. Dalam penelitian ini menguji pengaruh penjualan online melalui aplikasi android terhadap minat beli pelanggan dan menganalisis aplikasi android yang digunakan.. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara empiris terdapat pengaruh negatif terhadap minat beli pelanggan. Hal ini dikarenakan toko ABC kekurangan tenaga kerja untuk menginput data ke aplikasi dan melakukan otorisasi registrasi bagi pelanggan baru yang menginstal aplikasi.

Kata kunci—Penjualan online, aplikasi android, minat beli pelanggan.

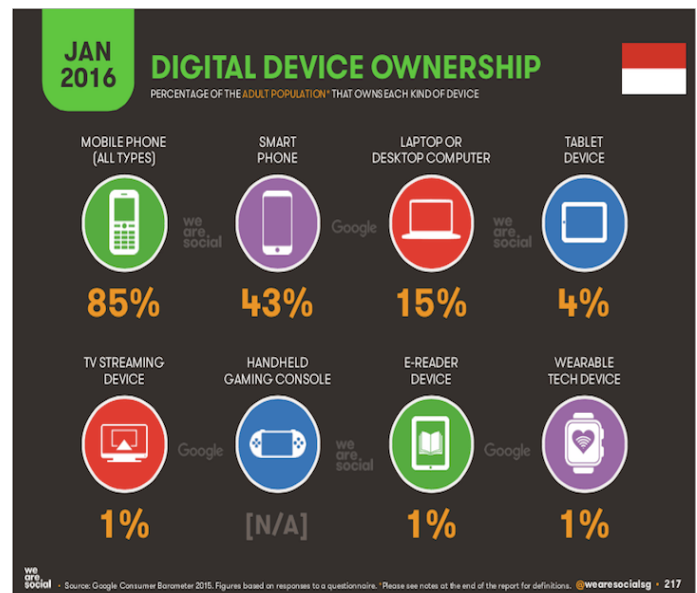
I. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi telah merambah ke semua bidang, bahkan telah masuk ke dunia ponsel yang awalnya hanya sebagai media komunikasi sekarang menjadi bagian teknologi yang terpenting bagi banyak pihak. Di dalam ponsel telah terdapat fitur dan kebutuhan lain bagi pengguna teknologi untuk memudahkan pekerjaan, Internet salah satunya.

Berdasarkan data statistik perkembangan internet dan *mobile* di Indonesia. Dari total populasi 255,5 juta, pengguna internet aktif di Indonesia yakni 28% atau 72,7 juta dari total populasi yang ada [1]. Soal akses data internet, di Indonesia tercatat paling banyak mengakses web melalui perangkat *mobile* atau smartphone mereka. Tercatat sebanyak 70 persen mengakses lewat *mobile web* sedangkan sisanya melalui perangkat laptop atau Personal Computer. Ini menandakan kenaikan sebesar 41 persen bagi penggunaan perangkat *mobile* [2].

Gambar 1. menunjukkan bahwa penggunaan *mobile phone* telah mencapai 85% per Januari 2016. Artinya sebagian besar telah meninggalkan laptop ataupun komputer untuk akses internet dan beralih ke *mobile phone*. Bahkan banyak *start up*

terkemuka maupun media sosial telah menyediakan aplikasi untuk dapat digunakan di *mobile phone*. Hal ini tentu membuka peluang mengembangkan bisnis online untuk mengenalkan sekaligus menjual produk sehingga dapat menimbulkan minat beli dari pelanggan melalui aplikasi yang mereka buat untuk dapat mengenalkan produk mereka melalui *mobile phone*. Terlebih dengan adanya aplikasi *mobile* sehingga semua transaksi online dapat dilakukan dimana saja dengan jaringan internet yang tersedia.



Gambar 1. Penggunaan Perangkat Digital
(sumber : www.pricebook.co.id)

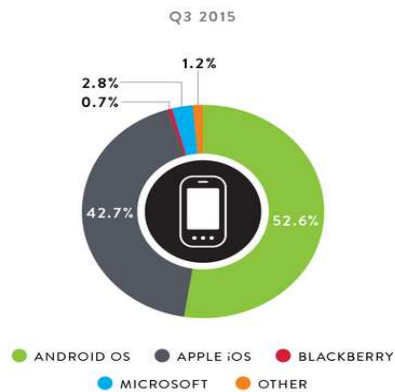
Saat ini, sistem operasi yang paling banyak digunakan oleh smartphone adalah android. Dikutip dari www.merdeka.com [3] berdasarkan survey Nielsen Company dikatakan bahwa pada tahun 2015 pengguna android telah mencapai 52% dibandingkan pengguna sistem operasi lainnya. Riset lengkapnya ditunjukkan pada Gambar 2.

Hal tersebut mengindikasikan bahwa sistem operasi android masih sangat diminati oleh pengguna smartphone. Oleh karena itu, banyak *start up*, toko online maupun e-commerce terkenal telah mengubah platform mereka yang

awalnya hanya fokus penjualan online melalui internet, sekarang perlahan-lahan menjadi aplikasi *mobile* terutama untuk sistem operasi android yang dapat di download secara gratis.

Ini dilakukan agar bisnis tersebut dapat bertahan dalam persaingan dan terus-menerus berkembang maka harus mengikuti arus globalisasi yang lebih *mobile* sehingga memudahkan calon pelanggan dan pelanggan memilih barang yang mereka inginkan, berinteraksi serta bernegosiasi dengan pelaku bisnis. Membangkitkan minat beli pelanggan merupakan hal utama yang harus ditimbulkan agar mereka tertarik akan suatu produk.

TOP U.S. SMARTPHONE OPERATING SYSTEMS
BY MARKET SHARE



Read As: During Q3 2015, 52.6% of U.S. smartphone owners used a handset that runs on the Android operating system.
Source: Nielsen

Copyright © 2015 The Nielsen Company

Gambar 2. Persentase Pengguna Sistem Operasi

Menurut Kurniawati [4], minat beli merupakan suatu model sikap seseorang terhadap objek barang yang sangat cocok dalam mengukur sikap terhadap golongan produk, jasa atau merek tertentu. Berdasarkan hal tersebut, maka jelaslah bahwa seseorang harus dibujuk terlebih dahulu agar dapat membeli suatu produk

Toko ABC yang berbasis lokasi di Palembang merupakan contoh bisnis yang mengembangkan aplikasi Android sebagai media promosi dan penjualan produknya. Permasalahan yang kemudian muncul adalah bagaimana pengaruh penggunaan aplikasi android tersebut terhadap minat beli pelanggan agar dapat membeli produknya. Produk yang dijual di Toko ABC adalah berupa fashion baju-baju muslim, kasual dan berbagai jenis mode baju yang paling baru selalu ditampilkan di aplikasi android yang dimilikinya.

II. KAJIAN TEORITIS

A. Mobile Phone

Mobile phone atau *cell phone* adalah perangkat elektronik portabel yang berfungsi sebagaimana pesawat telepon normal, yang dapat bergerak pada suatu area yang luas [5]. Dikutip

dari Supriyanto [6] dalam artikelnya yang berjudul *Perkembangan dan Manfaat Teknologi Komunikasi Mobile*, Komunikasi *mobile* berarti siapa saja bisa berkomunikasi kapan pun dan dimanapun dengan jaringan komunikasi yang selalu ada dan seolah-olah ikut 'bergerak' bersama pemakainya kemanapun. Jaringan komunikasi *mobile* ini hanya bisa dilakukan dengan didukung oleh perangkat komunikasi *mobile*, yaitu *handphone*, *smartphone* yang kini sudah merupakan kebutuhan utama masyarakat dalam komunikasi. Sistem komunikasi bergerak itu ditujukan untuk memenuhi kebutuhan komunikasi *mobile*. Dengan daerah pelayanan yang luas maka penggunaannya dibagi menjadi cakupan yang lebih kecil yaitu *cell*. Telepon genggam yang dulu hanya terbatas untuk mengirim sms dan melakukan panggilan dimana saja, maka sekarang berkembang menjadi *handphone* yang lebih canggih dan pintar disebut *smartphone*.

Manfaat komunikasi *mobile* bagi personal yaitu semakin mempermudah untuk berkomunikasi. Tidak hanya melalui pesan singkat atau panggilan saja tetapi juga bisa mengirimkan data berupa audio dan visual dengan lebih baik. Komunikasi *mobile* juga semakin mempermudah masyarakat untuk memperoleh informasi yang cepat berkat akses internet di tangan. Update informasi terbaru mudah didapat dan diikuti perkembangannya. 48% pengguna internet mengaksesnya melalui *mobile phone* [6]. Akses yang mudah dan bisa dimana saja membuat masyarakat lebih menyukainya.

B. Aplikasi Mobile

Pengertian aplikasi adalah program yang digunakan orang untuk melakukan sesuatu pada sistem komputer. *Mobile* dapat diartikan sebagai perpindahan yang mudah dari satu tempat ke tempat yang lain, misalnya telepon *mobile* berarti bahwa terminal telepon yang dapat berpindah dengan mudah dari satu tempat ke tempat lain tanpa terjadi pemutusan atau terputusnya komunikasi [5]. Sistem aplikasi *mobile* merupakan aplikasi yang dapat digunakan walaupun pengguna berpindah dengan mudah dari satu tempat ke tempat lain tanpa terjadi pemutusan atau terputusnya komunikasi. Aplikasi ini dapat diakses melalui perangkat nirkabel seperti *pager*, seperti telepon seluler dan PDA. Adapun karakteristik perangkat *mobile* yaitu [7]:

1. Ukuran yang kecil : Perangkat *mobile* memiliki ukuran yang kecil. Konsumen menginginkan perangkat yang terkecil untuk kenyamanan dan mobilitas mereka.
2. Memory yang terbatas : Perangkat *mobile* juga memiliki memory yang kecil, yaitu primary (RAM) dan secondary (disk).
3. Daya proses yang terbatas : Sistem *mobile* tidaklah setangguh rekan mereka yaitu desktop
4. Mengonsumsi daya yang rendah : Perangkat *mobile* menghabiskan sedikit daya dibandingkan dengan mesin desktop
5. Kuat dan dapat diandalkan : Karena perangkat *mobile* selalu dibawa kemana saja, mereka harus cukup kuat

untuk menghadapi benturan-benturan, gerakan, dan sesekali tetesan-tetesan air.

6. Konektivitas yang terbatas : Perangkat *mobile* memiliki *bandwith* rendah, beberapa dari mereka bahkan tidak tersambung.
7. Masa hidup yang pendek : Perangkat - perangkat konsumen ini menyala dalam hitungan detik.

C. Android

Menurut Sifaat [8] android adalah sebuah sistem operasi pada handphone yang bersifat terbuka dan berbasis pada sistem operasi Linux. Android bisa digunakan oleh setiap orang yang ingin menggunakannya pada perangkat mereka. Android menyediakan platform terbuka bagi para pengembang untuk menciptakan aplikasi mereka sendiri yang akan digunakan untuk bermacam piranti bergerak.

D. Minat Beli Pelanggan

Minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Minat beli ini menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benaknya dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang pelanggan harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada didalam benaknya.

Dalam Makhin [7] disebutkan bahwa minat beli memiliki karakter khusus antara lain :

1. Minat bersifat pribadi
2. Minat menimbulkan efek diskriminatif
3. Erat hubungannya dengan motivasi, mempengaruhi dan dipengaruhi motivasi

Minat merupakan sesuatu yang dipelajari, bukan bawaan lahir dan dapat berubah tergantung kebutuhan, pengalaman dan mode

E. Pengaruh Aplikasi Android Terhadap Minat Beli

Sebuah aplikasi biasanya dikembangkan oleh perusahaan yang sudah mumpuni dalam bisnisnya. Dengan menggunakan aplikasi, produsen pengembang dapat mengetahui berapa banyak orang yang ingin terhubung dengan perusahaan.

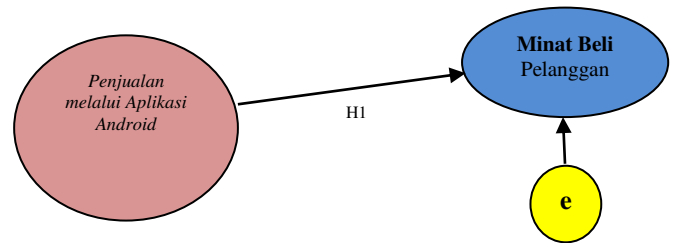
Penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi android berpengaruh negatif signifikan terhadap minat pelanggan, antar lain penelitian yang dilakukan oleh Rahayu dan Syaefullah (2014), Frisca et al (2012). Berdasarkan riset tersebut, maka dirumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:.

H1 : Penjualan Online melalui aplikasi android berpengaruh negatif terhadap minat beli pelanggan

F. Kerangka Pemikiran

Sebagai dasar dalam mengarahkan pemikiran untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini, maka

digunakan kerangka pemikiran teoritis seperti pada gambar 3.



Gambar 3. Kerangka Pemikiran

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, karena data yang diperoleh melalui kuesioner akan diubah menjadi angka berdasarkan skala likert. Dari hasil kuesioner yang diperoleh akan dianalisis lebih lanjut dengan analisis data SPSS versi 22. Penelitian ini terdiri atas variabel aplikasi android sebagai variabel bebas (*Independent*), serta minat beli pelanggan sebagai variabel terikat (*Dependent*).

A. Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua pembeli dari toko ABC Palembang yang telah menggunakan aplikasi android yang disediakan oleh toko ABC. Penentuan sampel menggunakan formula Lemeshow. Formula ini digunakan karena banyaknya responden dan terbatasnya waktu penelitian, sehingga penggunaan sampel diharapkan mampu mewakili total keseluruhan populasi

Berikut perhitungan jumlah sampel menggunakan formula Lemeshow :

$$n = \frac{Z^2 \times P(1-P)}{d^2} \quad (1)$$

Keterangan:

- N = Jumlah Sampel
 Z = Skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96
 p = Maksimal estimasi = 0,5
 d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Jika berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah 96,04 = 96, sehingga dalam penelitian ini menggunakan sampel yang dibulatkan menjadi 100 orang yang diambil secara acak (*random sampling*) dari pelanggan pada toko ABC.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang diangkakan berdasarkan skala likert. Skala penilaiannya adalah sebagai berikut:

Jawaban Sangat Setuju (SS)	= 5
Jawaban Setuju (S)	= 4
Jawaban Netral (N)	= 3
Jawaban Tidak Setuju (TS)	= 2

Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

B. Teknik Analisis Data

Kualitas data yang dihasilkan dari penggunaan instrumen penelitian dapat dievaluasi melalui uji reliabilitas dan validitas. Dalam uji validitas, kuesioner yang dijadikan alat untuk mengumpulkan data diuji validitasnya. Validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu instrumen penelitian. Uji validitas dimaksudkan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen mengukur konsep yang seharusnya diukur.

Uji lain yang digunakan yaitu uji normalitas untuk melihat apakah data berdistribusi normal. Kemudian uji linearitas juga digunakan dalam penelitian ini sebagai pengujian untuk menentukan linearitas data dengan uji Lagrange Multiplier. Untuk mengetahui terjadinya korelasi antar variabel maka digunakan uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas.

Hipotesis diuji dengan menggunakan metoda analisis Regresi dengan menggunakan persamaan yang digunakan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + \varepsilon \quad (2)$$

Dengan :

Y : Minat Beli

a : konstanta

b : slope regresi atau koefisien regresi setiap X

X : Aplikasi Android

ε : error

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji instrumen dilakukan terhadap indikator dari masing-masing variabel agar dapat diketahui tingkat data yang valid dan keandalan indikator sebagai alat ukur variabel. Uji instrumen terdiri dari uji validitas dan reliabilitas.

A. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau tidaknya indikator atau kuesioner dari masing-masing variabel. Pengujian dilakukan dengan membandingkan R hitung dan R tabel. Nilai R hitung merupakan hasil korelasi jawaban responden pada masing-masing pertanyaan di setiap variabel yang dianalisis dengan program SPSS dan outputnya bernama *corrected item correlation*. Sedangkan untuk mendapatkan R tabel dilakukan dengan tabel R *product moment*, yaitu menentukan $\alpha = 0,05$ kemudian n (sampel) = 100 sehingga didapat nilai R tabel dua sisi sebesar $(n-2) = 0,1996$. Tingkat kevalidan indikator atau kuesioner dapat ditentukan, apabila R hitung > R tabel = Valid dan R hitung < R tabel = Tidak Valid. Hasil uji validitas selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut:

TABEL 1. UJI VALIDITAS

Variabel	No. Item Pertanyaan	R hitung	R tabel	Ket
X	1	0,247	0,1996	Valid
	2	0,476		
	3	0,417		
	4	0,353		
	5	0,740		
	6	0,782		
	7	0,807		
Y	1	0,692		
	2	0,742		
	3	0,775		
	4	0,740		
	5	0,857		
	6	0,823		
	7	0,814		

Sumber : Data yang diolah, 2016

B. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah indikator atau kuesioner yang digunakan dapat dipercaya atau handal sebagai alat ukur variabel. Reliabilitas suatu indikator atau kuesioner dapat dilihat dari nilai cronbach's alpha (α), yaitu apabila nilai cronbach's alpha (α) lebih besar (>) 0,60 maka indikator atau kuesioner adalah reliabel, sedangkan apabila nilai cronbach's alpha (α) lebih kecil (<) 0,60 maka indikator atau kuesioner tidak reliabel. Secara keseluruhan hasil uji reliabilitas dapat dilihat hasilnya pada tabel berikut :

TABEL 2. HASIL RELIABILITAS

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Ket
X	0,812	0,7	Reliabel
Y	0,930		

Sumber : Data yang diolah, 2016

Nilai cronbach's alpha semua item pertanyaan lebih besar dari 0,70, sehingga dapat disimpulkan indikator atau kuesioner yang digunakan variabel X dan Y, semua dinyatakan handal atau dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel.

C. Pengujian Lainnya

Untuk uji asumsi klasik dimulai dengan menguji distribusi data.

TABEL 3 UJI NORMALITAS DENGAN KOLMOGOROV-SMIRNOV TEST

	Unstandardized Residual
Kolmogro v-Smirnov Z	0,762
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,607

Sumber: data diolah, 2016

Berdasarkan Tabel 3 diperoleh nilai KSZ sebesar 0,762 dan Asymp. Sig. sebesar 0,607 lebih besar 0,05 maka dapat disimpulkan data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji berikutnya yaitu untuk menentukan linearitas adalah dengan uji Lagrange Multiplier dengan membandingkan nilai C hitung dengan C tabel. Jika nilai C hitung > C tabel, maka hipotesis yang menyatakan model linear ditolak.

TABEL 4 UJI LAGRANGE MULTIPLIER

Model	R Square
1	0,000

Sumber: data diolah, 2016

Hasil tampilan output menunjukkan nilai R sebesar 0,000 dengan jumlah n observasi 100, maka besarnya nilai C hitung = $100 \times 0,000 = 0$. Nilai ini dibandingkan dengan C tabel dengan $df = (n-k) = 100 - 2 = 98$ dan tingkat signifikansi 0,05 didapat nilai C tabel 122,108. Oleh karena nilai C hitung lebih kecil dari C tabel, maka dapat disimpulkan bahwa model yang benar adalah model linear.

Uji Autokorelasi dilakukan untuk melihat korelasi data. Berikut hasilnya :

TABEL 5 UJI AUTOKORELASI DENGAN DURBIN-WATSON

Model	Durbin Watson
1	1,516

Sumber: data diolah, 2016

Berdasarkan tabel 5 diketahui nilai DW 1,516. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan bahwa nilai DW di antara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi.

TABEL 6 UJI HETEROKEDASTISITAS DENGAN METODE WHITE

Model	R Square
1	0,039

Sumber: data diolah, 2016

Hasil tampilan *output* menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,039 dengan jumlah n observasi 100, maka besarnya nilai c^2 hitung = $100 \times 0,039 = 3,9$. Nilai ini dibandingkan dengan c^2 tabel dengan $df = (n-k) = 100 - 3 = 97$, dan tingkat signifikansi 0,05 didapat nilai c^2 tabel 120,990. Oleh karena nilai c^2 hitung lebih kecil dari c^2 tabel, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis alternatif adanya heterokedastisitas dalam model ditolak.

D. Analisis Regresi

Analisis regresi digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai pengaruh X terhadap Y. Perhitungan statistik dalam analisis regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program Komputer SPSS. Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS selengkapnya dapat dilihat pada tabel 7:

TABEL 7 PENGARUH X TERHADAP Y

Model	R Square
	0,136

Sumber: data diolah, 2016

Besarnya angka R square (R^2) adalah 0,136 angka tersebut mempunyai arti bahwa pengaruh X terhadap terhadap Y adalah 13,6%.

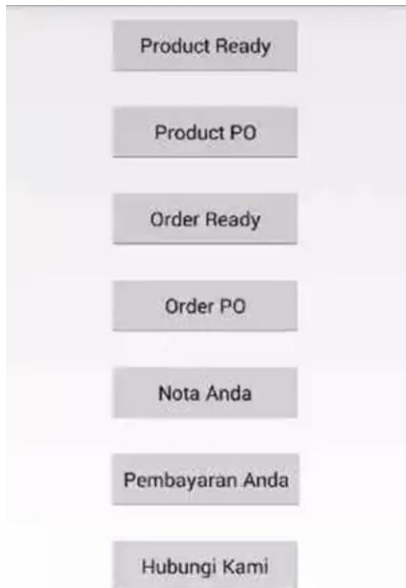
TABEL 8. HASIL UJI MODEL REGRESI

Model	t	Sig.
(Constant)	10,823	0,000
X	-3,932	0,000

Sumber : Data yang diolah, 2016

Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ atau $(-) t\text{-hitung} < (-) t\text{-tabel}$, maka H_1 diterima dan sebaliknya $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ atau $(-) t\text{-hitung} > (-) t\text{-tabel}$, maka H_1 ditolak. Besarnya angka t-tabel dengan ketentuan $\alpha = 0,05$ dan $dk = (n-k)$ atau $(100-2) = 98$. Dari ketentuan tersebut diperoleh angka t-tabel sebesar 1,66055. Didasarkan hasil perhitungan, diperoleh angka $(-) t\text{-hitung}$ sebesar $-3,932 < (-) t\text{-tabel}$ sebesar 1,66055, sehingga H_1 diterima. Artinya ada pengaruh X terhadap Y. Tabel diatas dapat dijelaskan bahwa variabel X berpengaruh negatif dengan nilai koefisien sebesar -3,932.

Dari hasil analisis yang dilakukan melalui wawancara diketahui bahwa Toko ABC memiliki aplikasi khusus android yang digunakan untuk display barang, pemesanan, *pre order* barang dan catatan persediaan barang yang ada di toko. Aplikasi ini dapat didownload di Play Store yang tersedia sejak tanggal 10 Juni 2015. Berikut tampilan pada aplikasinya:



Gambar 4. Tampilan Awal Aplikasi Android Toko ABC
(Sumber : Play Store, 2016)

Gambar 4 merupakan tampilan awal setelah login yang berisi tombol-tombol kebutuhan pelanggan. Seperti tombol untuk melihat ketersediaan produk, produk *pre order*, Order Ready, Order PO, nota pelanggan, pembayaran dan lainnya. Jika pelanggan mengklik tombol “Product Ready” maka akan muncul tampilan seperti ini :



Gambar 5. Tampilan Produk yang Tersedia
(Sumber : Play Store, 2016)

Dari gambar 5, terlihat tampilan display barang, foto, harga beserta stok yang tersedia di toko ABC. Bila salah satu

gambar di klik, maka akan muncul tampilan lebih lengkap seperti di bawah ini :



Gambar 6. Keterangan Produk di Toko ABC
(Sumber : Play Store, 2016)

Pada awal peluncuran aplikasi ini, banyak pelanggan yang mendownload dan menggunakan aplikasi untuk pemesanan dan melihat barang-barang yang ada di aplikasi. Setelah aplikasi telah terinstal, pelanggan kemudian diharuskan mendaftar dan melaporkan pada toko ABC agar data yang di registrasi di aplikasi dapat diotorisasi oleh toko ABC sehingga pelanggan dapat menggunakan aplikasinya.



Gambar 7. Rating dan Komentar di Play Store
(Sumber : Play Store, 2016)

Hingga saat ini sudah 1000 pelanggan yang mendownload aplikasi ini di Google Play Store dengan nilai aplikasi sebanyak 4 bintang seperti yang ditampilkan dalam gambar 7.

Akan tetapi, penggunaan aplikasi yang memiliki langkah penggunaan panjang seperti ini, membuat toko ABC kesulitan untuk mengotorisasi data yang ada. Seiring banyaknya produk yang masuk ke toko dan berkurangnya jumlah pegawai, maka penggunaan aplikasi semakin berkurang karena tidak adanya tenaga untuk input data ke dalam aplikasi. selain itu, toko ABC juga memiliki banyak akun media sosial untuk memasarkan produk mereka, sehingga sekarang ini lebih mengutamakan untuk memperbarui produk yang tersedia di media sosial. Untuk penginputan produk di media sosial dilakukan oleh pemilik toko ABC.

V. PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan pengaruh antara penjualan online melalui aplikasi android terhadap minat beli pelanggan. Hasil yang didapat menunjukkan bahwa penjualan online melalui aplikasi android memiliki pengaruh yang negatif terhadap minat beli pelanggan. Dengan tingkat signifikan sebesar 0,002 dan t-hitung yang menghasilkan nilai negatif sebesar -3,222.

B. Saran

Diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi penelitian selanjutnya dengan memperluas kajian dan variabel penelitian terutama jaringan informasi yang menyediakan aplikasi mobile dalam penjualannya. Sehingga mekanisme pengujian dan kevalidan data yang bertujuan untuk kepuasan pelanggan dapat lebih dimaksimalkan dalam pemasaran produk.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ahmad M.A, Perkembangan Internet dan Mobile Indonesia 2015. Dari <http://bebmen.com/0420/perkembangan-internet-dan-mobile.html> [Diakses pada 12 November 2016]
- [2] <http://www.pricebook.co.id/forumdetail/report/6045/cid-40> [diakses pada 16 November 2016]
- [3] <https://www.merdeka.com/teknologi/ini-persentase-pengguna-android-dan-ios-di-dunia-lebih-besar-siapa.html> [Diakses pada 1 Desember 2016]
- [4] Kurniawati, Dyah. Studi Tentang Sikap Terhadap Merek dan Implikasinya Pada Minat Beli Ulang (Kasus pada Produk Mi Instan Indomie di Kota Semarang). Diss. program Pascasarjana Universitas Diponegoro, 2009. eprints.undip.ac.id [Diakses pada 12 Desember 2016]
- [5] Hitam, Jantan, 2014, Pengertian Mobile Phones, <http://chipsservicetools.blogspot.co.id/2014/05/pengertian-mobile-phones.html> [diakses 14 April 2016]
- [6] Supriyanto, Drs., M.T., 2016, Perkembangan dan Manfaat Teknologi Komunikasi Mobile. adit90.ilearning.me [Diakses pada 16 November 2016]
- [7] Ahmad Makin, 2016, Pengaruh Akun Instagram Javafoodie terhadap Minat Beli Konsumen. <http://digilib.uinsby.ac.id/> [Diakses pada 22 November 2016]
- [8] Safaat, Nasruddin, Pemrograman Aplikasi Mobile Smartphone Dan Tablet PC Berbasis Android, 2012.