

## **BAB V**

### **Penutup**

#### **5.1 Kesimpulan**

1. Secara global tidak ada pengaruh, karena Perusahaan kami bergerak di pengadaan buku sekolah, karena buku ini akan berkelanjutan setiap tahunnya.prinsipnya selagi masih ada anak-anak yang bersekolah, buku akan tetap di butuhkan.
2. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dan penjualan buku
  - a. Outlet ( sekolah sasaran), semakin banyak outlet semakin besar omzet
  - b. Buku /barang yang dijual (sesuai kebutuhan sekolah)
  - c. Harga
  - d. Ketersediaan produk/ barang

Jika 4 hal tersebut diatas berada di batas aman penjualan buku tidak akan berpengaruh dengan penggunaan e-commerce. Data penjualan buku CV. Pratama Media

No.	TAHUN	PENJUALAN
1	2022	394.996.695
2	2023	817.195.979

3. e commerce atau penjualan secara on line secara keuntungan lebih besar karena tidak terlalu banyak mengeluarkan biaya dibandingkan dengan off line

		Penjualan	
No.	Biaya	off line	Online
1	Promosi	konsumen	Media
2	discount	konsumen	Konsumen
3	Tranportasi	kurir kantor	Expedisi
4.	biaya lain2	administrasi,transportasi	Administrasi
		dll	

## 5.2. Saran

Berdasarkan analisis dan pembahasan kesimpulan di atas, maka dapat dikemukakan saran sebagai berikut.

### 1. Bagi dunia usaha

Bagi dunia usaha, diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan masukan atau pertimbangan untuk lebih meningkatkan kinerja pegawai. Dengan meningkatkan kinerja karyawan, Anda dapat mencapai visi, misi, dan tujuan perusahaan sesuai keinginan.

a. Pada variabel kemudahan, faktor yang mempengaruhi tingkat kemudahan adalah kebebasan dalam bertindak. Untuk itu, diharapkan kepada CV. Pratama Media untuk memberikan kebebasan kepada para karyawannya untuk mengekspresikan diri dalam bekerja. Dimana dalam hal ini sebagai suatu perusahaan yang bergerak di bidang industr kreatif, kebebasan dalam bekerja sangat penting demi terwujudnya pencapaian yang maksimal.

b. Pada variabel kepercayaan, faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan (keputusan pembelian) adalah keinginan untuk penjualan.

Untuk itu diharapkan CV. Pratama Media terus memotivasi para karyawannya agar terus berkeinginan untuk mencapai suatu prestasi yang akan berpengaruh pada produktivitas kerja karyawan.

- c. Pada variabel Persepsi Harga, faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan (keputusan pembelian) adalah kualitas pembeli yang dihasilkan dan kemampuan karyawan dalam bekerja sama. Untuk itu diharapkan CV. Pratama Media dapat menciptakan iklim kerja yang mengutamakan kerja sama tim dengan tidak mengabaikan kualitas kerja yang dihasilkan sehingga membuat kinerja karyawan dan perusahaan menjadi lebih baik.

## 2. **Bagi Akademisi**

Bagi kalangan akademisi diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang memiliki tema berkenaan dengan kemudahan, kepercayaan, Persepsi Harga Penjualan (keputusan Pembelian)