

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari pembahasan di awal, maka dapat disimpulkan:

1. Dari semua komponen EPIC Model yang telah diketahui nilai efektifitasnya berdasarkan skala *Linkert* dapat disimpulkan bahwa *Mobile Advertising* adalah media yang efektif untuk periklanan khususnya pada konten-konten *game* di Android
2. Dari hasil analisis efektifitas pada setiap komponen EPIC model. *Impact* (dampak) adalah komponen EPIC Model yang paling dominan sebagai pengukur efektifitas *Mobile Advertising* sebagai media periklanan di *smartphone* berbasis Android dengan tingkat efektifitas *Impact* (I1) sebesar 4,887 dan *Impact* (I2) sebesar 4,460 dan keduanya masuk kedalam kategori sangat efektif

5.2 Saran

Dari beberapa kajian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka disarankan:

1. Bagi pengiklan-pengiklan di *smartphone* berbasis Android hasil penelitian ini bisa dijadikan salah satu rujukan dan pertimbangan dalam membuat iklan pada Android khususnya iklan yang ada di dalam konten *game*. Hasil penelitian ini secara umum menunjukkan komponen EPIC yang dijadikan pendekatan oleh peneliti memiliki tingkat efektifitas yang tinggi. *Emphaty* masuk kedalam kategori yang sangat efektif *Impact*, *Persuasion* dan *communication* masuk kedalam kategori efektif, berdasarkan hal tersebut pengiklan di Android bisa mempertahankan *Emphaty* pada golongan yang sangat efektif dan

meningkatkan *Impact*, *Persuasion* dan *communication* agar bisa masuk pada golongan yang sangat efektif.

2. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik tentang topik iklan diharapkan untuk menggunakan objek lain, yaitu media yang digunakan. Namun apabila tertarik ingin meneliti media yang sama yaitu *Mobile advertising* diharapkan menggunakan metode lain untuk menghitung tingkat efektivitasnya, untuk melihat apakah masih memiliki hasil yang sama jika dihitung dengan model yang berbeda. Hal ini dilakukan karena perhitungan efektivitas iklan bukan hanya 1 cara tetapi ada beberapa cara.



DAFTAR PUSTAKA

Al-qur'anulkarim

Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, PT Rineka Cipta, Jakarta.

B.N Marbun.2003. *KamusManajemen*, PustakaSinarHarapan, Jakarta.

BAK Fakultas Ekonomi. 2014. Hasil Validasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Malang.

Basu, Swasta dan Irawan. 2008. "*Manajemen Pemasaran Modern*", Penerbit Liberty, Yogyakarta.

Basu Swastha dan Irawan. 2003. "*Manajemen Pemasaran Modern*", Edisi kedua, Cetakan ke sebelas, Liberty Offset, Yogyakarta.

Bungin, Burhan. 2005. *Metode Penelitian Sosial*, Airlangga University Press, Surabaya.

Cummins, Julian & Mullin, Roddy. 2004. *Sales Promotion :Menciptakan, Mengimplementasikan, danMengintegrasikan Program PromosiPenjualan*,Penerbit PPM, Jakarta.

Darmadi, Durianto. 2003, *Invasi Pasar dengan Iklan Yang Efektif*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 1988. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta.

Durianto, Sugiarto, Widjaja dan Supraktino. 2003. *Invasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Etzal, Michael J. Walker, Bruce J. Stanton, William J. 1997. *Marketing*. Edisi ke 11. USA. McGraw-Hill, Inc.

Frisca, Puspitasar, S.T. Setyady, Y. Sari dan Sani M. Isa, April 2011, "Analisis Efektivitas Pemasangan Iklan Pada Aplikasi Mobile Dan Faktorfaktor Yang Memengaruhinya". *Journal of Information Systems*, Volume 7, 5 Juni 2014.

Hermawan Kertajaya Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, PT Mizan Pustaka Bandung.

Kasali, Rhenald. 1995. *Manajemen Periklanan*, Pustaka Utama Grafiti, Jakarta.

Kasali, Rhenald. (2007). *Membidik Pasar Indonesia Segmentasi Targeting Positioning*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Kasali, Rhenald. 2007. *Manajemen Periklanan : Konsep dan Aplikasinya*, Pustaka Utama Grafiti, Jakarta.

- Kotler, Philip. amstrong 1997. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Edisi ke sembilan, PT Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, PT. Prehallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2006. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi Kedua belas, Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium diterjemahkan Benyamin Molan, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi (disertai contoh praktis riset media public relations, advertising komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran)*, PT Kencana, Jakarta.
- Lamb, Hair, Me Daniel . 2001. *Pemasaran*, Buku Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta.
- Lovelock,C and Wirtz,J. 2004. “*Services Marketing*”, Fifth Edition, Prentice Hall, New Jersey.
- Moch.Nazir. 2003. *Metode Penelitian*, Salemba Empat, Jakarta.
- Ndubisi, Nelson Oly, at al. 2007. Suppliercustomer Relationship Management and Customer Loyalty: The Banking Industry Perspective. *Journal of Enterprise Information Management*, volume 20 no 2, halaman 222-236.
- Philip Kotler dan Amstrong. 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran*, jilid 1 dan 2, Jakarta.
- Rismiati, Catur. dan Bondan Sutrisno. 2001. *Pemasaran Barang dan Jasa*, Kanisius, Jakarta.
- Radio, Sunu. 1995. *Manajemen Pemasaran,” Suatu Pendekatan Analisis”* Edisi 2, BPFE, Yogyakarta.
- Rakhmat, J. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi*, PT. Remaja Rosdakarya,Bandung.
- Singgih Santoso, 2000. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. PT Elek Media Komputindo, Jakarta.
- Stanton, William J. 1996. *Fundamentals of Marketing*, McGraw Hill, Singapore.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.

Tjipyono, Fandi. 2002. *Strategi Pemasaran*, Cetakan Pertama, CV. Alpha Beta, Bandung.

Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua, Cetakan Kelima, Andi Offset, Yogyakarta.

Trisno Heriyanto. 2014. Indonesia Masuk 5 Besar Negara Pengguna Smartphone. (online) <http://inet.detik.com/read/2014/02/03/171002/2485920/317/indonesia-masuk-5-besar-negara-pengguna-smartphone>. Diakses : 5 Juni 2014.

Umar, Husain. 2003, *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, Gramedia PustakaUtama, Jakarta.

Wikipedia. 2014. Telepon cerdas. (online)http://id.wikipedia.org/wiki/Telepon_cerdas. Diakses : 5 Juni 2014.

Wikipedia. 2014. Google play. (online) http://id.wikipedia.org/wiki/Google_Play. Diakses : 5 Juni 2014.

Wikipedia. 2014. Mobile advertising. (online)http://id.wikipedia.org/wiki/Mobile_advertising. Diakses : 5 Juni 2014.

