

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Simulasi ini telah menjawab bagaimana *Fermi Estimates* dapat memperkirakan secara kasar melalui berbagai *Fermi Problems* yang dibangkitkan nilainya menggunakan model dan metode yang telah diajukan. Dari hasil simulasi, terdapat dua skenario yang menjadi hasil, pertama yaitu nilai 10-20% untuk masalah Persentase Pengguna yang Melihat Iklan yaitu dengan estimasi pengguna minimum 601.817, maksimum 3.067.813, dan rata-rata 1.518.114 pengguna. Kerugian *ads campaign* terjadi pada transaksi Rp. 1000 dan Rp. 2000 pada Rp. 1.518.114.000 dan Rp. 3.036.228.000. Maka dapat ditarik kesimpulan, bahwa jika nilai transaksi per klik dibawah CPC angka estimasi dinilai buruk mengacu pada ROI, sedangkan jika diatas CPC maka angka estimasi pembeli dinilai baik dan menguntungkan mengacu pada ROI.

#### 5.1 Saran

Tentunya diperlukan pekerjaan-pekerjaan yang perlu diselesaikan untuk keberlanjutan hasil dari penelitian ini, batasan masalah pada BAB 1 menunjukkan adanya penelitian yang perlu dilakukan dengan mengambil batasan yang ada dalam penelitian ini. Saran penelitian yang dapat diberikan adalah :

1. Perlunya diadakan penelitian yang menguji keterkaitan masalah fermi yang diajukan pada penelitian ini.
2. Perlunya diadakan peneltian yang menguji posisi *Fermi Problem* yang diajukan pada penelitian ini.
3. Perlunya diadakan penelitian yang menggunakan studi kasus pada sebuah perusahaan yang mengimplementasikan model yang diuji.
4. Perlunya diadakan penelitian yang dapat menambah kriteria *Fermi Problem* yang lebih mendalam dalam bidang psikologi pengguna.
5. Perlunya diadakan penelitian yang mengangkat topik *user engagement* dalam iklan daring yang dikaitakan pada *Fermi Problem* yang telah diajukan pada penelitian ini.