

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan:

1. Dengan dibuatnya aplikasi teknologi *Augmented Reality* sebagai promosi produk menggunakan *magic book* berbasis android dilakukan melalui lima tahapan yaitu, concept, design, material collection, assembly, testing, dan distribution. Dibuatnya aplikasi ini dapat disimpulkan bahwa teknologi *Augmented Reality* sebagai promosi produk menggunakan *magic book* berbasis android dapat digunakan sebagai media yang mampu menampilkan informasi 3D mengenai produk yang ada pada katalog.
2. Berdasarkan hasil pengujian aplikasi maka dapat disimpulkan bahwa penerapan teknologi *Augmented Reality* sebagai promosi produk Tupperware menggunakan *magic book* berbasis android dapat berjalan dengan baik sehingga layak untuk digunakan

5.2 Saran

Bedasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas maka saran dapat diberikan kepada mahasiswa atau peneliti yang akan mengembangkan aplikasi teknologi *Augmented Reality* sebagai promosi produk menggunakan *magic book* berbasis android, dapat memperhatikan beberapa hal berikut:

1. Objek 3D dapat dikembangkan menjadi lebih baik, seperti menambahkan lebih banyak lagi objek terkait produk tupperware, karena masih ada beberapa objek

yang belum ditambahkan.

2. Animasi yang digunakan dalam aplikasi ini masih sangat sederhana, diharapkan ditambahkan beberapa animasi yang dapat membantu dalam penyampaian informasi tentang katalog
3. Harus menggunakan computer atau laptop dengan spesifikasi yang menengah ke atas untuk dapat memaksimalkan pengerjaan pembuatan aplikasi augmented reality.

DAFTAR PUSTAKA

- A.F. Stoner. 2006. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara.
- Daft, Richard L. 2002. Manajemen. Jakarta : Erlangga.
- Fiki, Ariyanti. 2013. Manajemen. <https://www.cermati.com/artikel/manajemen-pengertian-manajemen-fungsi-dan-jenis-keilmuan-yang-harus-kamu-tahu>. Diakses pada tanggal 22 juni 2021 pukul 22:00 wita.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga : Jakarta.
- Nourzamany, Afif. 2013. Pembuatan aplikasi magic book anatomi tubuh manusia sebagai sarana edukasi berbasis teknologi augmented reality. Makalah
- Novi, fuji astute. 2012. Pengertian pemasaran menurut para ahli. <https://www.merdeka.com/jabar/pengertian-pemasaran-menurut-para-ahli-berikut-strategi-dan-fungsinya-klm.html?page=1>. Diakses pada 22 Juni 2021 pukul 22:00 wita.
- Pande putu gede putra pertama. 2015. Implementasi teknologi augmented reality media promosi pada STMIK STIKOM BALI berbasis android
- Stanton, William J. 2013. Prinsip Pemasaran. Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta : Erlangga.
- Uun kurniawan. 2018. Penerapan teknologi augmented reality sebagai media promosi toko anugrah jaya blora. Makalah
- Wahyu Anggara, 2018. “Aplikasi Media Promosi Produk Kreatif Menggunakan Teknologi Augmented Reality”. Skripsi. Bandar Lampung: Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya