

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan :

1. Penentuan target pemasangan iklan di *Facebook ads* dilakukan dengan 6 kriteria, yaitu Halaman disukai, Like, Comment, Dibagikan, Iklan ditebus dan Iklan diklik.
2. Perhitungan dengan menggunakan sistem maupun yang telah dihitung manual menunjukkan bahwa rekreasi menjadi minat terbaik karena berdasarkan dengan nilai sebesar 14.60. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa minat Rekreasi dapat dijadikan sebagai alternatif utama yang direkomendasikan untuk pemasangan iklan pada *Facebook ads*.
3. Sistem yang telah dirancang dengan mengimplementasikan metode *Multiple Attribute Decision Making* (MADM) dengan *Simple Addive Weighting* (SAW) dapat digunakan untuk melakukan pengambilan keputusan penialain terbaik untuk pemasangan iklan pada *Facebook ads*.

#### **5.2 Saran**

Saran pengembangan yang dapat dilakukan pada sistem ini adalah penambahan kriteria penilaian dan penambahan fasilitas untuk penentuan budged yang harus dikeluarkan untuk pemasangan iklan dengan *Facebook ads*.

