

Share	Eksposure dari hadiah yang di dapatkan oleh konsumen akan mengajak konsumen untuk mengepost hadiah yang mereka dapatkan	
-------	---	--

Tabel 4.2 Bagan AISAS
Sumber : Penulis

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Dapat disimpulkan bahwa Fun Cooking with Richeese Factory adalah sebuah gim yang mengajak para pemain untuk bermain dan berkompetisi bersama teman dan keluarga, akan tetapi dikarenakan kurangnya informasi yang jelas tentang gim ini serta promosi yang tidak menyeluruh ini membuat tingkat respon masyarakat terhadap gim ini sangatlah rendah.

5.2 Saran

Dengan adanya promosi yang direncanakan dan disediakan dapat membawa Fun Cooking with Richeese Factory ke strata bisnis yang berbeda, oleh karena itu ada baiknya selalu melakukan perencanaan terhadap promosi terlebih dahulu sebelum mengeksekusi.

DAFTAR PUSTAKA

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga

Moriarty, Sandra, DKK. 2011. Advertising. Jakarta: Prenadamedia Group

Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama

Ratna, Nyoman Kutha. 2010. *Metodologi Penelitian: Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar

Rustan, Suriyanto. 2017. *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyama, Kotaro & Tim Andree. 2011. *The Dentsu Way*. United States: Dentsu Inc

Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual – Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi

Swasty, W., & Utama, J. (2017). Warna Sebagai Identitas Merek Pada Website. ANDHARUPA : Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia. Vol 03. No 01 (2017).

Basu, Swastha, 2000. *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Sumber Lainnya

Data Observasi Richeese Factory

Wawancara dengan Ibu Siti Rosidah *Supervisor Marketing Communication*

Data Perusahaan Richeese Factory

Data Observasi Game Fun Cooking with Richeese Factory