

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Tidak adanya perbedaan persepsi antar grup dari faktor demografi umur, jenis kelamin dan tingkat pendidikan terhadap jenis situs iklan mini yang dikunjungi, kecuali grup dari faktor profesi yang memiliki perbedaan persepsi bagi jenis situs iklan mini di internet.
2. Segmen pasar manapun yang dipilih, faktor kualitas kecepatan merupakan prioritas utama.
3. Semakin besar jumlah kunjungan pada suatu situs iklan mini di internet, berdampak pada minat pemasang iklan pada situs tersebut menjadi besar.

### Saran

1. Bagi calon pengusaha situs iklan mini di internet, sebaiknya dalam menentukan segmen pasar menggunakan parameter profesi calon pengunjung situs, sehingga dapat diputuskan jenis situs iklan mini yang terbaik, misal jenis situs jual beli dan lelang.
2. Pengelola situs iklan mini di internet sudah selayaknya memperhatikan faktor-faktor kekuatan dalam mendapatkan kunjungan yang berperan dalam meningkatkan jumlah pemasang iklan pada situs iklan mini di internet.
3. Dalam pengelolaan situs iklan mini di internet diprioritaskan untuk memberikan kecepatan akses yang mampu memuaskan pengunjung, lalu kemudahan dalam mengoperasikan situs, tampilan gambar, tulisan dan suara yang baik, kelengkapan isi kebutuhan informasi pengunjung dan keakuratan dari informasi yang disajikan.