

Analisis variabel - variabel yang mempengaruhi penerimaan konsumen akan iklan dalam aplikasi smartphone = Analysis of variables influencing consumers acceptance of in app mobile advertising

Ahya Udin, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20346870&lokasi=lokal>

Abstrak

Banyaknya aplikasi smartphone yang muncul memberikan kesempatan baru dalam beriklan, yaitu In-app. In-appadvertising tumbuh begitu pesat, namun belum diketahui tingkat kemauan pengguna smarphonedalam menerima in-app advertising.

Penelitian ini mencoba menganalisis pengaruh variabel kegunaan, kegunaan kontekstual, kendali, pengorbanan dan kepercayaan terhadap kemauan pengguna smartphone dalam menerima in-app advertising. Hasil penelitian menemukan bahwa kegunaan, dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap kemauan konsumen dalam menerima in-app advertising, sedangkan faktor kendali berpengaruh secara negatif. Kegunaan kontekstual dan pengorbanan tidak memiliki pengaruh terhadap kemauan konsumen dalam menerima in-app advertising.

Penelitian ini menyarankan pengiklan untuk memberikan iklan yang lebih informatif dan menarik, dan perlunya meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap operator mobile, pengiklan dan undang-undang.Emerging smartphones applications provide new opportunity in advertising called in-app advertising which is rapidly growing. Nevertheless, consumers acceptance of this type of advertising is still unclear. This study investigates influence of utility, contextual utility, control, sacrifice, and trust, toward consumers? acceptance of in-app advertising. This study found that utility and trust positively influence consumers? willingness to accept in app advertising. On the other hand, control is found to negatively influence consumer willingness to accept in app advertising. Contextual utility and sacrifice have no influence on consumers acceptance.

This study suggests advertisers to make their ads more informative and attractive, and the need of increasing consumer trust toward mobile operator, advertiser, and law.