

Eksplorasi data pemasaran beberapa barang rumah tangga yang tahan lama untuk keperluan beriklan menggunakan metode komponen utama

Eni Anantawati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20180546&lokasi=lokal>

Abstrak

Untuk strategi beriklan secara efektif dan efisien, seyogyanya digunakan informasi dan analisis yang akurat berdasarkan data hasil survey pemasaran. Tugas akhir ini menganalisis data PT. Survey Research Indonesia, hasil survey pemilikan 39 barang-barang rumah tangga yang tahan lama secara serental menggunakan metode komponen utama untuk suatu analisis multivariat. Data pemilikan diperhatikan menurut beberapa segmen berdasarkan kategori pengelompokan pengeluaran rumah tangga per bulan. Analisis komponen utama digunakan untuk menggambarkan struktur variabilitas sekelompok variabel.

Data yang digunakan adalah data hasil survey pemasaran tahun 1993-1994 pada 830 rumah tangga di DKI Jakarta, dari PT. Survey Research Indonesia. Hasil yang diperoleh adalah profil konsumsi 39 barang untuk setiap kategori kelompok pengeluaran per bulan.