

**Analisa preferensi konsumen untuk pengembangan iklan televisi produk baru dengan metode analisa konjoin dan studi kasus pasta gigi remaja =
Consumer preference analysis for the development of new product
television advertisement using conjoint analysis method and teenager
tooth paste case study**

Daniel Yudhistyra Agustinus, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20313627&lokasi=lokal>

Abstrak

**ABSTRAK
**

Persaingan bisnis consumer goods melahirkan banyak produk baru yang memasuki pasar setiap tahunnya. Salah satu contohnya adalah pasta gigi dengan konsumen remaja sebagai segmentasi konsumen yang potensial. Produk baru tentunya membutuhkan iklan untuk mengenalkan produknya, terutama iklan televisi. Penelitian ini mencoba untuk mencari tahu preferensi konsumen terhadap iklan televisi pasta gigi remaja sehingga produk baru yang diiklankan bisa secepatnya mendapatkan perhatian konsumen. Metode yang digunakan adalah metode analisa konjoin. Dari hasil penelitian, diketahui bahwa karakter promosional, pemain dalam iklan, stasiun televisi, dan jam tayang iklan merupakan faktor penting bagi konsumen dalam iklan televisi pasta gigi remaja dengan preferensi tersendiri bagi masing-masing faktor tersebut.

<hr>

**ABSTRACT
**

Consumer Goods business competition gives birth to many new products entering market every year. One of the example is tooth paste with teenager consumer as potential consumer segmentation. New product surely needs advertisement to introduce the product, especially television advertisement. This research tries to identify consumer preference for television advertisement so new product which being advertised can get consumer attention as soon as possible. The method being used is conjoint analysis method. From the research result, it is known that promotional character, endorser, television channel, and advertisement time are important factors for consumer in teenager tooth paste television advertisement with individual preferences for each factor.