Universitas Indonesia Library >> UI - Tesis Open

# Analisis perbandingan korelasi advertising expenditure dengan tingkat penjualan pada brand y dan kompentionr terdekatnya band x sebagai acuan dalam menentukan strategi media placemet dan advertising budget pada PT XYZ

Alexandra Cindy, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=120659&lokasi=lokal

---

Abstrak

Hasil analisis regresi juga menunjukkan bahwa media expenditure newspaper dan media expenditure magazines tidak memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perubahan rata-raata nilai selling out Brand Y. Perubahan selling out Brand Y dapat dijelaskan oleh media expenditure televisi sebesar 47,9 % dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain misalnya consumer promo yang juga kerap dilakukan di supermarket.

Dari kedua hasil perhitungan ini dapat ditarik kesimpulan bahwa pada Brand X, advertising budget yang dialokasikan kepada media cetak dalam hal ini majalah signifikan berpengaruh terhadap penjualan. Tidak demikian halnya terhadap Brand Y yang lebih terpengaruh oleh advertising spending di media televisi. Khusus untuk Brand Y juga terlihat strategi media placement yang selama ini digunakan sudah relatif efisien apabila dibandingkan dengan Brand X sang market leader, pesaing terdekatnya.