

Model respon penjualan terhadap iklan

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20180893&lokasi=lokal>

Abstrak

Sebuah perusahaan memutuskan untuk go-public. Respon penjualan saham terhadap iklan dimodelkan ke dalam model kontrol optimal. Model kontrol yang dihasilkan diselesaikan dengan menggunakan Prinsip Maksimum Pontryagin. Dalam skripsi ini dibahas peran parameter periklanan terhadap penjualan saham