

Analisis prioritas in-store marketing berbasis eye-tracking : studi kasus pada kemasan pantyliners

Regina Prisilia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20296989&lokasi=lokal>

Abstrak

Banyak faktor yang mempengaruhi atensi pembeli ketika berhadapan dengan rak supermarket. Penelitian ini terfokus pada penentuan prioritas in-store marketing, yaitu lokasi atau desain kemasan menggunakan metode Eye Tracking. Uji desain kemasan untuk melihat pengaruh usia terhadap jenis atribut yang dilihat juga dilakukan. Penelitian ini memperlihatkan bahwa kedua faktor, lokasi dan desain kemasan, berpengaruh signifikan terhadap durasi fiksasi, dengan pengaruh lokasi yang lebih kuat daripada desain kemasan. Penelitian ini juga menemukan adanya kecenderungan atensi berdasarkan preferensi historis. Usia tidak berpengaruh secara signifikan terhadap jenis atribut yang dilihat, namun ada kecenderungan pola atensi berdasarkan perbedaan usia.

.....Many factors affect shopper's attention when facing supermarket shelf. This research focusing on finding in-store marketing priority, location or package design, using eye-tracking methods. Package design test was conducted in order to find out whether age has any influence in which attribute type was seen. This research shows both location and package design significantly affect the fixation duration, as location effects stronger than package design. This research also finds attention tendency based on past brand usage. Age does not affecting attribute type that was seen, but there is some attention pattern tendency based on age difference.