

Analisis preferensi konsumen pada penggunaan mobile advertising dengan metode conjoint analysis = Analysis of consumer preferences at mobile advertising using conjoint analysis methods

Desti Yus Virgieni, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20332298&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan teknologi telekomunikasi menjadikan telepon seluler sebagai media komunikasi yang paling dekat dengan penggunanya. Telepon seluler kemudian dijadikan media baru untuk memasarkan produk atau promosi dari sebuah perusahaan. Media promosi dengan menggunakan telepon seluler dinamakan dengan Mobile advertising. Oleh karena itu, dilakukan penelitian tentang preferensi konsumen terhadap penerimaan mobile advertising menggunakan conjoint analysis agar dapat menjadi strategi pemasaran yang tepat dan efektif sesuai dengan segmentasi penerima. Penelitian terdiri atas dua segmen, yaitu mahasiswa dan karyawan swasta. Konsumen mahasiswa menyukai menerima sms mobile advertising yang berisi informasi potongan harga, menerima sms pada hari libur (weekend), menggunakan bahasa Indonesia, dan lokasi penerimaan di rumah atau kantor. Sedangkan konsumen karyawan swasta menyukai menerima sms mobile advertising yang berisi informasi potongan harga, menerima sms pada hari libur (weekend), menggunakan bahasa apa saja (Indonesia dan Inggris), serta mau menerima sms di mana saja.

The development of telecommunications technology to make mobile phones as a medium of communication that is closest to the user. The cell phone then used the new media to market your product or promotion of a company. Media campaigns using mobile phones called the Mobile advertising. Therefore, do research on consumer preferences toward mobile advertising revenue using the conjoint analysis in order to be a proper marketing strategy and effective according to the segmentation of the recipient. The study consisted of two segments, namely students and private sector employees. College student consumers like receiving mobile advertising, which provides discounts, receive message on holiday (weekend), using the Indonesian language, and location of the reception in your home or office. While consumers like private sector employees receive mobile advertising, which provides discounts, receive on holiday (weekend), using any language (Indonesian and English), and would receive anywhere.