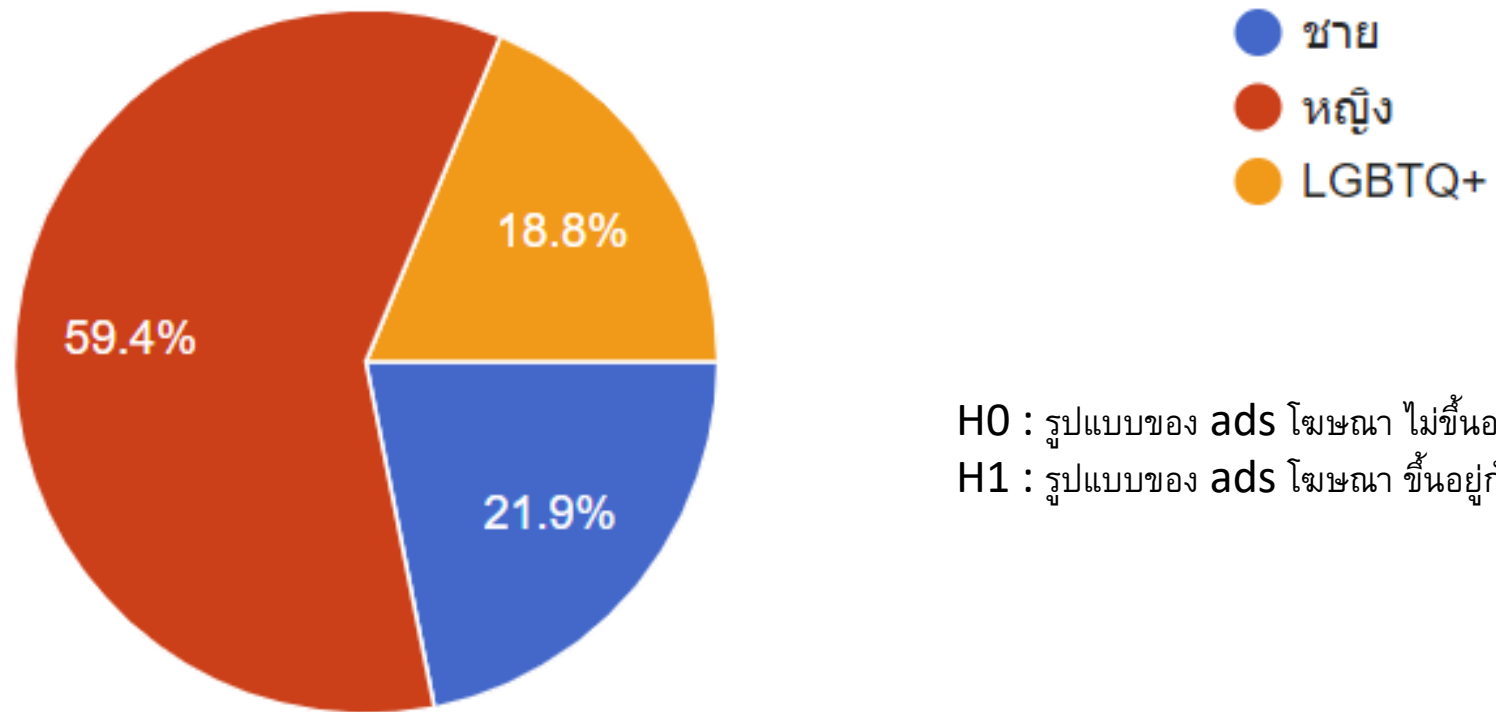




# A/B Testing

การเลือกของห้องพักจากการดูป้ายโฆษณา

# เพศ

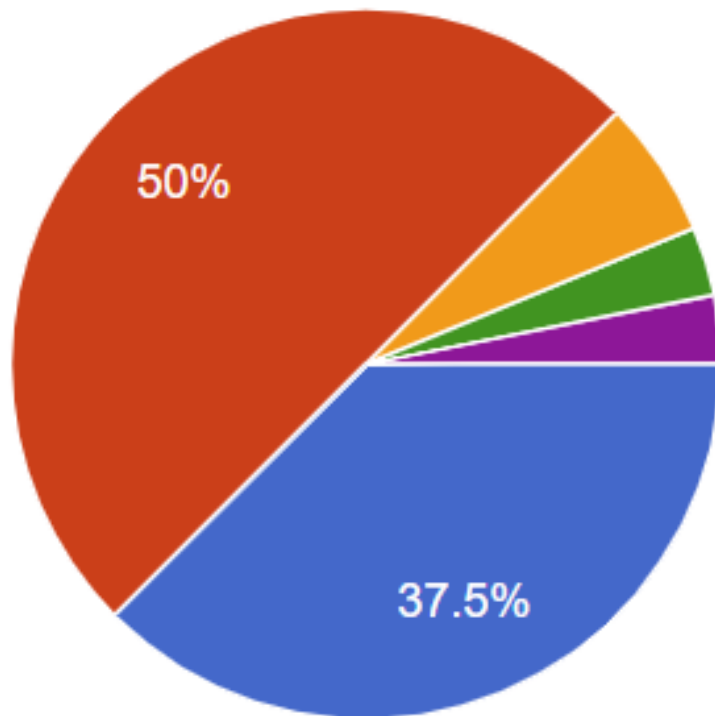


H0 : รูปแบบของ ads โฆษณา ไม่ขึ้นอยู่กับเพศ

H1 : รูปแบบของ ads โฆษณา ขึ้นอยู่กับเพศ

Ads มี 2 แบบ 1, 2

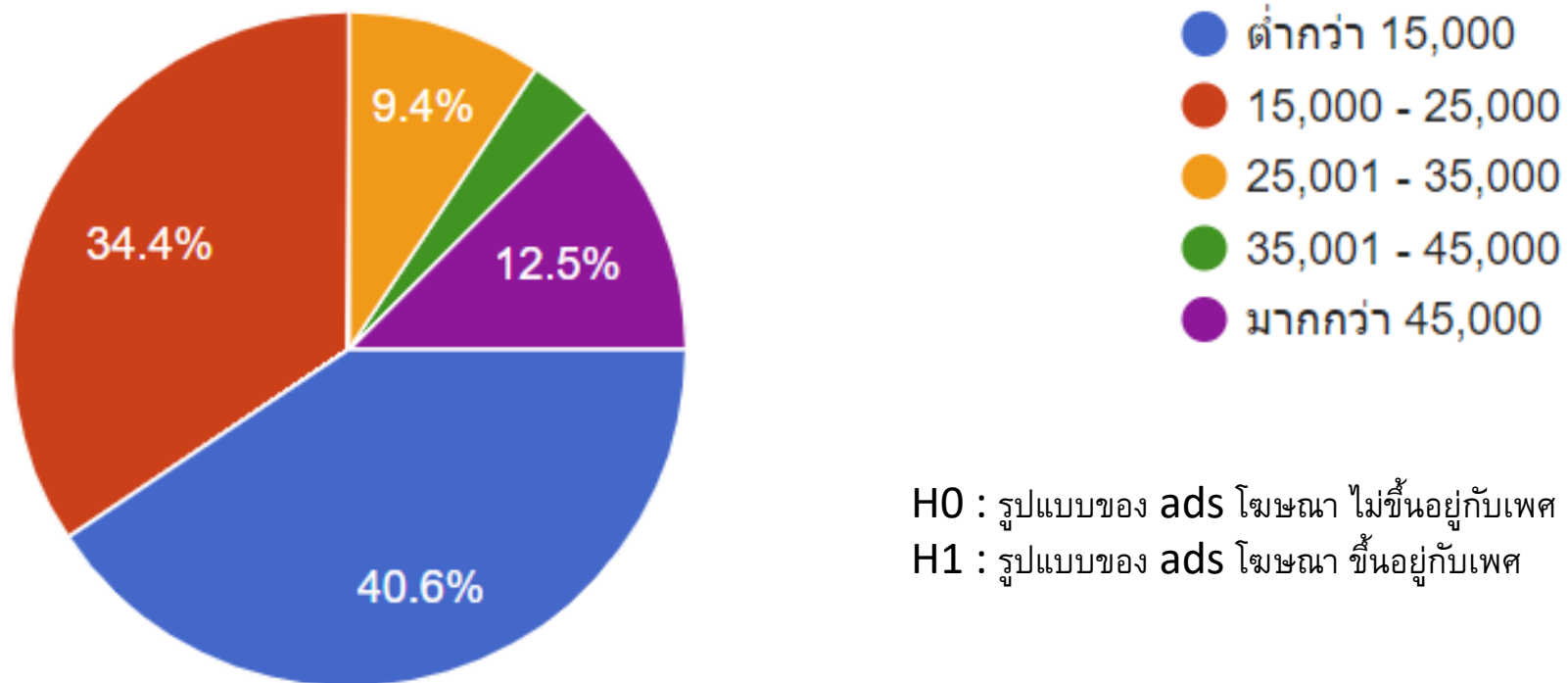
# อายุ (ปี)



H0 : รูปแบบของ ads โฆษณา ไม่ขึ้นอยู่กับอายุ

H1 : รูปแบบของ ads โฆษณา ขึ้นอยู่กับอายุ

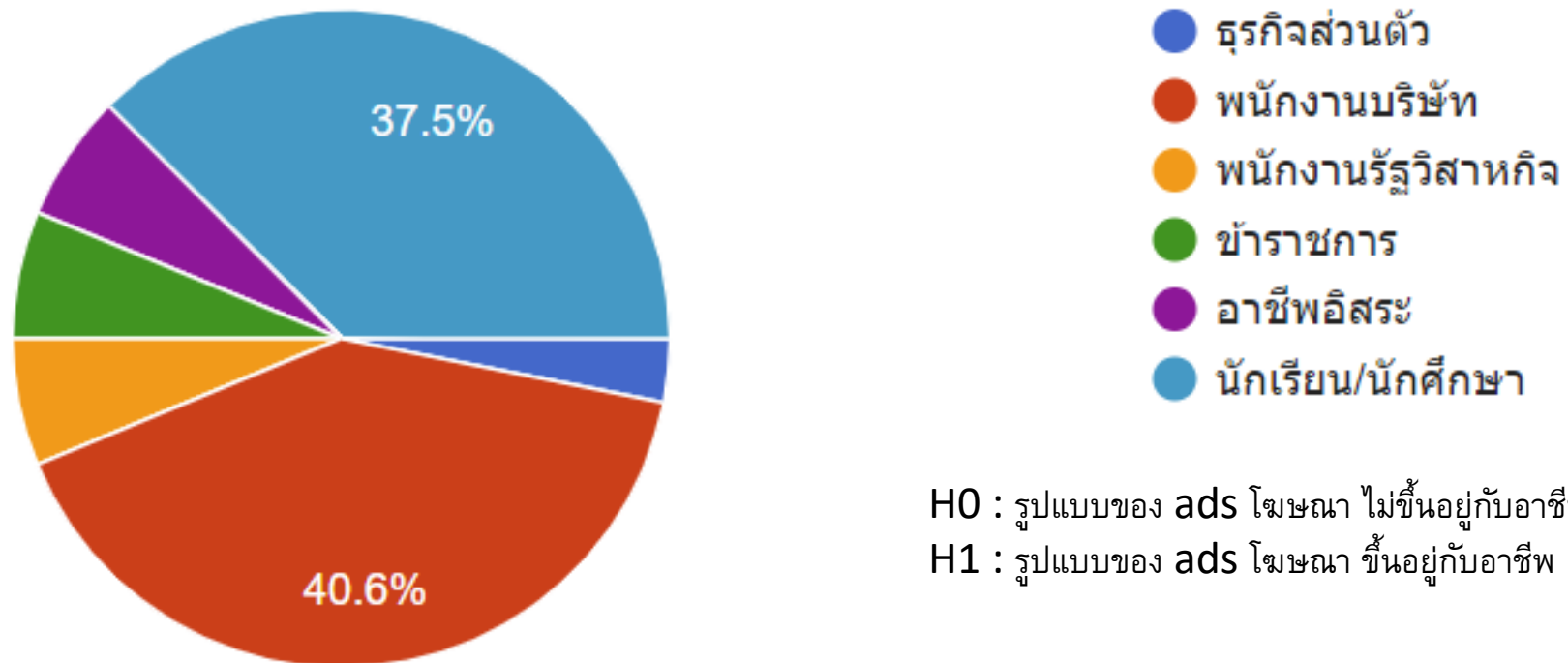
# รายได้ (บาท/เดือน)



H0 : รูปแบบของ ads โฆษณา ไม่ขึ้นอยู่กับเพศ

H1 : รูปแบบของ ads โฆษณา ขึ้นอยู่กับเพศ

# อาชีพ



H0 : รูปแบบของ ads โฆษณา ไม่ขึ้นอยู่กับอาชีพ

H1 : รูปแบบของ ads โฆษณา ขึ้นอยู่กับอาชีพ

# ท่านจะเลือกจองห้องพักเมื่อเห็นป้ายโฆษณาแบบใด?

จ่ายก่อน นอนทีหลัง

พิเศษเพียง 999.-

สามารถเข้าพักได้ตั้งแต่ วันที่ - 30 พ.ย. 64 (เลื่อนวันเข้าพักได้)

\*Maximum 2 Nights Stay (ราคาสำหรับผู้ใหญ่ 2 ท่าน)

One Bedroom Suite Pool Access  
ห้องเตียงเดี่ยว 1 ห้องนอน 1 ห้องน้สส

A La Carte Breakfast for 2 person  
ฟรี! เชื้ออาหารเช้า สำหรับ 2 ท่าน (จากอาหารเช้า ค่าละ 250.-)

Complimentary 2 Drinks with Pool/room  
ฟรี! Soft Drink หรือ Mocktail สำหรับ 2 ท่าน / ห้อง

จองและชำระเงินได้ตั้งแต่วันที่ - 15 พ.ย. 64

แบบ 1

จ่ายก่อน นอนทีหลัง

ลดสูงสุด 50% เหลือเพียง 999.-

สามารถเข้าพักได้ตั้งแต่วันที่ - 30 พ.ย. 64 (เลื่อนวันเข้าพักได้)

\*Maximum 2 Nights Stay (ราคาสำหรับผู้ใหญ่ 2 ท่าน)

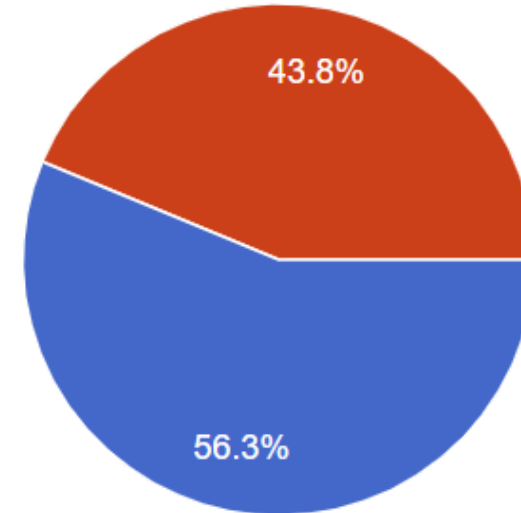
One Bedroom Suite Pool Access  
ห้องเตียงเดี่ยว 1 ห้องนอน 1 ห้องน้สส

A La Carte Breakfast for 2 person  
ฟรี! เชื้ออาหารเช้า สำหรับ 2 ท่าน (จากอาหารเช้า ค่าละ 250.-)

Complimentary 2 Drinks with Pool/room  
ฟรี! Soft Drink หรือ Mocktail สำหรับ 2 ท่าน / ห้อง

จองและชำระเงินได้ตั้งแต่วันที่ - 15 พ.ย. 64

แบบ 2



● แบบที่ 1

● แบบที่ 2



# Chi-Square

การทดสอบไคสแควร์

## gender \* ads Crosstabulation

			ads		
			ADS1	ADS2	Total
gender	male	Count	4	3	7
		% within ads	22.2%	21.4%	21.9%
	female	Count	10	9	19
		% within ads	55.6%	64.3%	59.4%
	LGBTQ+	Count	4	2	6
		% within ads	22.2%	14.3%	18.8%
Total	Count	18	14	32	
	% within ads	100.0%	100.0%	100.0%	

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	.368 <sup>a</sup>	2	.832
Likelihood Ratio	.374	2	.829
Linear-by-Linear Association	.096	1	.757
N of Valid Cases	32		

a. 4 cells (66.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.63.



# อายุ (ปี)

age \* ads Crosstabulation

			ads		
			ADS1	ADS2	Total
age	18-24	Count	7	5	12
		% within ads	38.9%	35.7%	37.5%
	25-34	Count	10	6	16
		% within ads	55.6%	42.9%	50.0%
	35-44	Count	1	1	2
		% within ads	5.6%	7.1%	6.3%
	45-54	Count	0	1	1
		% within ads	0.0%	7.1%	3.1%
	> 54	Count	0	1	1
		% within ads	0.0%	7.1%	3.1%
Total	Count	18	14	32	
	% within ads	100.0%	100.0%	100.0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	2.878 <sup>a</sup>	4	.578
Likelihood Ratio	3.617	4	.460
Linear-by-Linear Association	1.525	1	.217
N of Valid Cases	32		

a. 6 cells (60.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .44.

# รายได้ (บาท/เดือน)

salary \* ads Crosstabulation

			ads		
			ADS1	ADS2	Total
salary	< 15K	Count	8	5	13
		% within ads	44.4%	35.7%	40.6%
	15-25K	Count	7	4	11
		% within ads	38.9%	28.6%	34.4%
	25-35K	Count	1	2	3
		% within ads	5.6%	14.3%	9.4%
	35-45K	Count	0	1	1
		% within ads	0.0%	7.1%	3.1%
	>45K	Count	2	2	4
		% within ads	11.1%	14.3%	12.5%
Total	Count	18	14	32	
	% within ads	100.0%	100.0%	100.0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	2.381 <sup>a</sup>	4	.666
Likelihood Ratio	2.752	4	.600
Linear-by-Linear Association	.749	1	.387
N of Valid Cases	32		

a. 7 cells (70.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .44.

## occupation \* ads Crosstabulation

			ads		
			ADS1	ADS2	Total
occupation	BU	Count	1	0	1
		% within ads	5.6%	0.0%	3.1%
	CO	Count	8	5	13
		% within ads	44.4%	35.7%	40.6%
	SE	Count	0	2	2
		% within ads	0.0%	14.3%	6.3%
	GOV	Count	1	1	2
		% within ads	5.6%	7.1%	6.3%
	FL	Count	1	1	2
		% within ads	5.6%	7.1%	6.3%
	STU	Count	7	5	12
		% within ads	38.9%	35.7%	37.5%
Total	Count	18	14	32	
	% within ads	100.0%	100.0%	100.0%	

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	3.582 <sup>a</sup>	5	.611
Likelihood Ratio	4.691	5	.455
Linear-by-Linear Association	.049	1	.824
N of Valid Cases	32		

a. 8 cells (66.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .44.

## จะเลือกจองห้องพักเมื่อเห็นป้ายโฆษณาแบบใด?

จากการทดสอบไคสแควร์ พบว่าไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลักที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ **0.05** ทั้งอายุ เพศ รายได้ และอาชีพ

สรุปว่า ป้ายโฆษณาไม่มีผลต่อการเลือกจองห้องพัก คนชอบป้ายโฆษณาทั้งสองแบบไม่แตกต่างกัน

Thank You