



ASPEK PASAR & PEMASARAN

Pertemuan 4

Konsumen

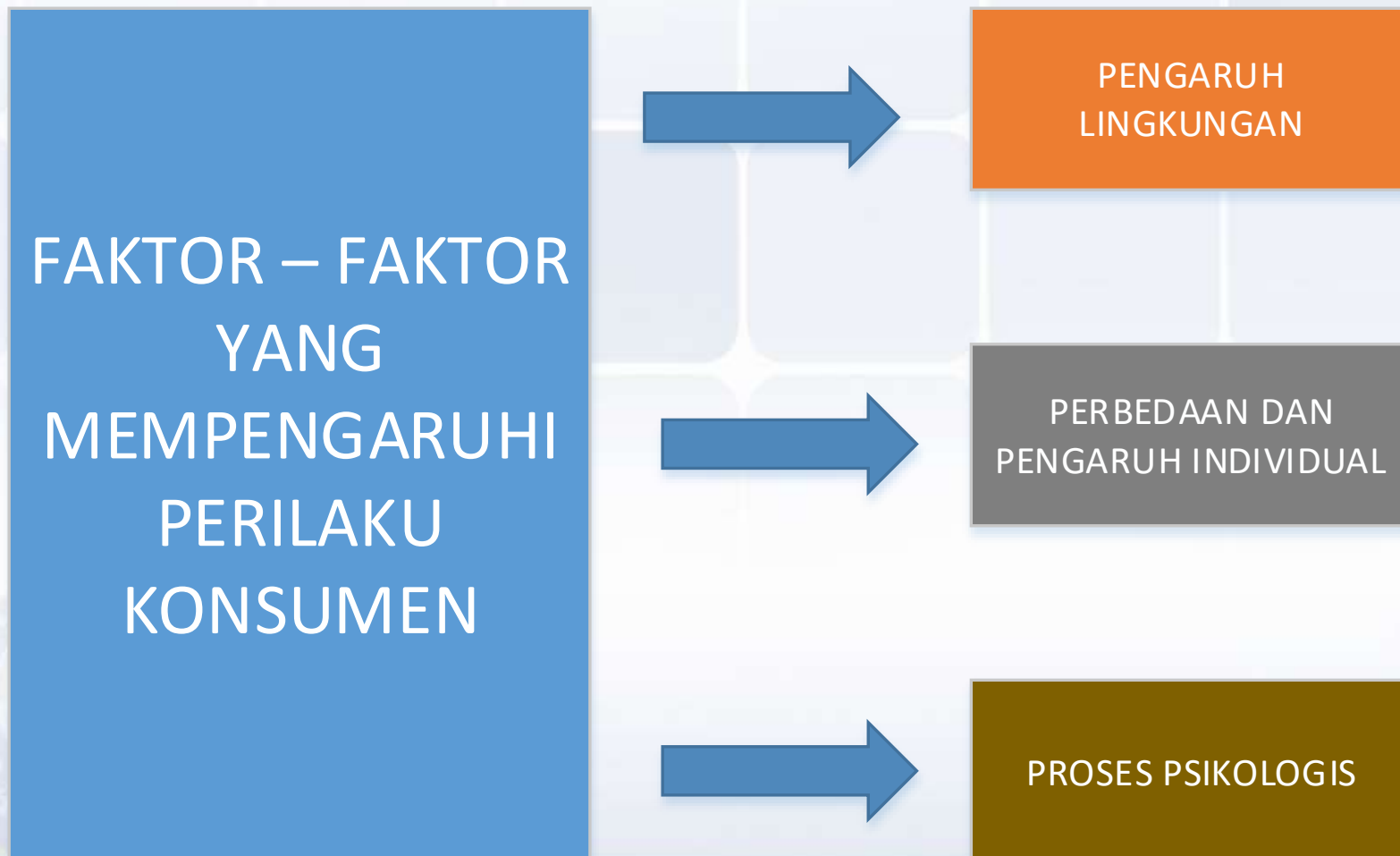
1. Siapa Konsumen
2. Apa yang menjadi kebutuhan konsumen
3. Kapan dan bagaimana mereka membeli
4. Dalam proses pembelian siapa pencetus inisiatifnya
5. Siapakah pemberi pengaruhnya
6. Siapakah pengambil keputusan
7. Siapakah yang melakukan proses pembelian
8. Siapakah yang akan memakai produk yang dibeli

Variabel-Variabel Perilaku Konsumen

- Variabel Stimulus
- Variabel Respon
- Variabel Intervening



Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen



Pengaruh Lingkungan

- Faktor Budaya
- Faktor kelas Sosial
- Faktor Pengaruh Pribadi
- Faktor Keluarga
- Faktor Situasi



Perbedaan dan Pengaruh Individual

- Sumber Daya Ekonomi
- Sumber Daya Temporal
- Sumber Daya Kognitif



Proses Psikologis

- Motivasi
- Persepsi
- Pengetahuan
- Kepercayaan





Danau Beratan, Bedugul, Bali

*“Majulah tanpa
menyingkirkan
orang lain.
Naiklah tinggi
tanpa
menjatuhkan
orang lain”*

Model Pengambilan Keputusan Konsumen



Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pilihan Konsumen

- Individu Konsumen
- Lingkungan Yang Mempengaruhi Konsumen
- Stimuli Pemasaran atau Strategi Pemasaran



Pentingnya Memahami Model Keputusan Pembelian Konsumen

1. Dapat melihat dalam perspektif yang terintegrasi
2. Dapat menjadi dasar strategi pemasaran yang efektif
3. Menjadi Dasar Segmentasi dan Positioning



Klasifikasi Keputusan Pembelian

	Keterlibatan Konsumen Tinggi	Keterlibatan Konsumen Rendah
Pengambilan Keputusan	Keputusan Pembelian yang Kompleks	Impulse
Kebiasaan	Loyalitas Merek	Inersia

Perilaku Konsumen Pasca Pembelian Produk

- Kepuasan
- Penyesalan Pasca Keputusan
- Perilaku Mengeluh Dari Konsumen
- Respon Terhadap Keluhan



Tinjauan Analisis Keputusan Pembelian

- Komunikasi pasca pembelian mengurangi dissonance, pengembalian, dan pembatalan pesanan
- Berbicaralah dengan konsumen untuk mengungkap penggunaan baru dari produk yang ada
- Selidikilah metode of product disposal

end

