Perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Kepolisian (STIK) >> Buku

Perilaku konsumen : konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran

Nugroho J Setiadi

Deskripsi Lengkap: https://library.stik-ptik.ac.id/abstrakpdfdetail.jsp?id=26271&lokasi=lokal

---

Abstrak

Konsumen adalah entitas yang mudah berubah, Keinginan mereka tak selalu dalam garis lurus, kadang berbelok dengan amat cepat, untuk itu diperlukan suatu studi tentang perilaku konsumen agar segala gerak mereka mudah diantisipasi. Dalam buku ini pemasar akan dapat mempelajari keinginan, persepsi, preferensi, dan perilaku konsumen serta menyiapkan kebijakan seperti produk berciri tetentu,harga saluran distribusi, penyampaian pesan unsur-unsur penting lainnya dari bauran pemasaran.
Sebagai perangakt dasar dalam manajemen pemasaran, studi tentang perilaku konsumen amatlah menentukan, Dalam buku ini pengarang menjelaskan perilaku konsumen mulai dari konseptual hingga aplikasi dan aplikasinya untuk strategi dan penelitian pemasaran, Disususn dalam empat bagian utama yang sangat penting : Pertama pengenalan perilaku konsumen secara umum dan hubungannya dengan strategi pemasaran, kedua faktor-faktor interen dan individual yang mempengaruhi konsumen, seperti motivasi dan keterlibatan, keribadian dan gaya hidup, persepsi konsumen, pembelajaran dan sikap konsumen, Ketiga topik lingkungan yang mempengaruhi konsumen, meliputi komunikasi, dinamika kelompok dan kelompok rujukan, kelas sosal dan kelompok status, serta pengaruh budaya terhadap perilaku konsumen, dan keempat penyebaran motivasi dan keputuasan pembelian konsumen.
Semua materi yang disajikan dalam buku ini diramu dengan gaya bahasa yang mudah dipahami, yang lebih istimewa adalah adanya contoh kasus dan disetap akhir bab diberi pertanyaan kajian dan diskusi.