

Mutia Riani Destary 9:45 pm on April 14, 2017

Kesimpulan

Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Ketika memutuskan akan membeli suatu barang atau produk, tentu Anda sebagai konsumen selalu memikirkan terlebih dahulu barang yang akan Anda beli. Mulai dari harga, kualitas, fungsi atau kegunaan barang tersebut, dan lain sebagainya. mempelajari ilmu perilaku konsumen ternyata berfungsi untuk menentukan Berhasil atau tidaknya strategi pemasaran yang dilaksanakan perusahaan berdasarkan pada perilaku konsumen itu sendiri dari segi psikologis ilmu perilaku konsumen juga Memahami pengaruh yang kompleks ketika konsumen mengonsumsi produk yang dibeli. dari sisi teori antropologi sendiri guna dari ilmu perilaku konsumen adalah perilaku pembelian dari suatu kelompok masyarakat yang ruang lingkupnya sangat luas, seperti kebudayaan, kelas-kelas sosial dan sebagainya dan yang terakhir dilihat dari perspektif sosial, ilmu perilaku konsumen adalah teori yang membuktikan bahwa kebutuhan akan barang dan jasa konsumen tergantung dari kelas sosial dan gaya hidup sang konsumen. dan yang terakhir adalah teori menurut perspektif ekonomi mikro dimana setiap konsumen akan selalu berupaya untuk memperoleh kepuasan yang maksimal. Jadi, mempelajari ilmu perilaku konsumen ini memang dianggap penting bagi pemasar di suatu usaha atau perusahaan oleh:

pendidikan. kesejahteraan keluarga (sie1)

jihan Gusvarina Nuraini (545131942)

Wulan Dian Ningsih S (5545160169)

Sri Rezki Utami (5545161020)

Siti Nur Aisyah (5545161527)

Fathia Azzahra (5545161542)

Mutia Riani Destary (5545161757)

Reply



Wulan Dian Ningsih (5545160169) 12:00 am on April 15, 2017

1. Studi mengenai perilaku konsumen telah dilakukan oleh para ahli, salah satunya adalah Solomon yang mendefinisikan perilaku konsumen sebagai....

A. Perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang

mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka

B. Studi terhadap proses yang dilalui oleh individu atau kelompok ketika memilih, membeli, menggunakan atau membuang suatu produk, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka

C. Proses pengambilan keputusan dan aktivitas fisik dalam mengevaluasi, memperoleh, menggunakan dan membuang barang atau jasa

D. Studi mengenai pembelian dan pertukaran yang terkait dengan memperoleh, mengonsumsi dan membuang barang, jasa, pengalaman dan ide-ide

Jawaban : B

2. Dibawah ini terdapat beberapa Aplikasi Pemahaman akan perilaku konsumen yang dapat diaplikasikan dalam beberapa hal, kecuali...

A. Untuk mengetahui kerugian yang diperoleh setiap bulannya

B. Untuk merancang sebuah strategi pemasaran yang baik, misalnya menentukan kapan saat yang tepat perusahaan memberikan diskon untuk menarik pembeli.

C. Perilaku konsumen dapat membantu pembuat keputusan membuat kebijakan publik. Misalnya dengan mengetahui bahwa konsumen akan banyak menggunakan transportasi saat lebaran, pembuat keputusan dapat merencanakan harga tiket transportasi di hari raya tersebut.

D. Dalam hal pemasaran sosial (social marketing), yaitu penyebaran ide di antara konsumen. Dengan memahami sikap konsumen dalam menghadapi sesuatu, seseorang dapat menyebarkan ide dengan lebih cepat dan efektif.

Jawaban : A

3. Dibawah ini terdapat beberapa alasan mengapa perilaku konsumen perlu dipelajari, kecuali...

A. Kepentingan pemasaran, yaitu para pemasar harus memahami mengapa dan bagaimana konsumen mengambil keputusan konsumsi, sehingga pemasar dapat merancang strategi pemasaran dengan lebih baik.

B. Kepentingan individu, dalam memenuhi kebutuhan dan mengerti dalam proses pengambilan keputusan pembelian.

C. Untuk mengetahui mengenai lingkungan konsumen pada kehidupan sekitar.

D. Untuk memata-matai kehidupan sehari-hari si konsumen.

Jawaban : D

Reply



sdoriza 3 mins ago

85

Reply



Siti Nur Aisyah (5545161527) 12:01 am on April 15, 2017

1. Perilaku Konsumen adalah studi mengenai individu, kelompok atau organisasi dan dimana mereka menyeleksi, menggunakan dan membuang produk, layanan, pengalaman atau ide untuk memuaskan kebutuhan dan dampak dari proses tersebut pada konsumen dan masyarakat.

Dari pernyataan diatas, merupakan pengertian perilaku konsumen menurut..

- a. Gerald Zaldman dan Melanie Wallendorf
- b. James F. Engel, et.al
- c. Schiffman dan Kanuk
- d. Hawkins dan Coney

Jawaban : D

2. Mengapa kita perlu mempelajari perilaku konsumen..

- a. Sebagai mengimplementasikan konsep pemasaran sebagai rencana mempengaruhi konsumen
- b. Untuk konsumen agar menjadi konsumen jujur
- c. Sebagai bahan pembelajaran diri
- d. Kepuasan pemasaran didasarkan pada asumsi pemasar

Jawaban : A

3. Salah satu hal yang wajib diketahui oleh pemasar atas konsumennya adalah..

- a. Bagaimana konsumen menetapkan harga
- b. Mengetahui apa yang dibutuhkan konsumen
- c. Mengetahui perasaan konsumen
- d. Bagaimana pemasar mempromosikan barang

Jawaban : B

Reply



sdoriza 3 mins ago



sri rezki utami 12:06 am on April 15, 2017

sri rezki utami (5545161020)

1. Pendekatan dalam meneliti perilaku konsumen yang menggunakan cara wawancara panjang dan focus group discussion untuk memahami apa makna sebuah produk dan jasa bagi konsumen dan apa yang dirasakan dan dialami konsumen ketika membeli dan menggunakannya disebut pendekatan...

- a. Pendekatan tradisional
- b. Pendekatan sains pemasaran
- c. Pendekatan diskusi
- d. Pendekatan interpretif

Jawaban : D

2. Perhatikan ciri-ciri perilaku konsumen berikut!

- Konsumen sangat cepat tertarik dengan iklan dan promosi di media cetak maupun elektronik
- Konsumen memiliki barang-barang bermerk atau branded yang sudah dikenal luas
- Konsumen memilih barang bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan gengsi atau prestise

Berdasarkan teks diatas ciri-ciri perilaku konsumen tersebut bersifat...

- a. Bersifat irrasional
- b. Bersifat hedon
- c. Bersifat konsumtif
- d. Bersifat rasional

Jawaban : A

3. Faktor apa saja yang mempengaruhi pemahaman konsumen terhadap produk?

- a. kebutuhan dan harga
- b. Lingkungan, psikologis dan harga
- c. Merek, strategi pemasaran dan budaya
- d. Kebutuhan dan pengalaman

Jawaban : C



sdoriza 2 mins ago

83

Reply



Fathia Azzahra 12:16 am on April 15, 2017

1. "Perilaku Konsumen didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut" merupakan definisi perilaku konsumen yang dikemukakan oleh...

- a. Schiffman dan Kanuk
- b. Solomon
- c. James F. Engel, et.al
- d. Gerald Zaldman

Jawaban : C

2. Dibawah ini adalah tujuan mempelajari perilaku konsumen, kecuali...

- a. Untuk meningkatkan kepercayaan diri manajer pemasaran dalam memprediksi respon konsumen setelah strategi pemasaran dilaksanakan dan ditetapkan
- b. Memahami pengaruh yang kompleks ketika konsumen mengonsumsi produk yang dibeli.
- c. Mengimplementasikan konsep pemasaran sebagai rencana mempengaruhi konsumen.
- d. Untuk mendapatkan laba sebanyak-banyaknya

Jawaban : D

3. Salah satu hal yang wajib diketahui oleh pemasar atas konsumennya, yaitu...

- a. Bagaimana konsumen mengambil keputusan
- b. Apa yang konsumen lakukan
- c. Dari kalangan mana konsumen berasal
- d. Bagaimana kepribadian konsumen

Jawaban : A

Reply



sdoriza 2 mins ago

82

Reply



Mutia Riani Destary 5:33 am on April 15, 2017

Mutia Riani Destary (5545161757)

1. Sebutkan 3 pendekatan dalam ilmu ekonomi untuk mengenali perilaku konsumen

- Pendekatan Interpretif, Tradisional , dan Sains Pemasaran
- Pendekatan behavior, lingkungan dan moral
- Pendekatan intensif, tradisional dan sugesti
- Pedekatan nilai guna cardinal,intensif dan tradisional

jawaban : A

2. Sebutkan urutan yang tepat Tahap-tahap keputusan pembelian konsumen!

- post-purchase evaluation – problem recognition – information source – alternative evaluation – purchase decision
- purchase decision – post-purchase evaluation – information source – alternative evaluation – problem recognition
- problem recognition – information source – alternative evaluation – purchase decision – post-purchase evaluation
- information source – problem recognition – purchase decision – alternative evaluation – post-purchase evaluation

Jawaban: C

3. teori yang membuktika perilaku konsumen seputar ruang lingkup pembelian atau konsumsi yang dilakukan oleh konsumen adalah

- teori sosiologi
- teori antropologi
- teori ekonomi mikro
- teori psikolog

Jawaban : B

Reply



sdoriza 2 mins ago

81

Reply



Jihan Gusvarina 3:03 pm on April 15, 2017

Jihan Gusvarina Nuraini

5545131942

1. Sebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkah laku konsumen

- a. Faktor agama, suku, dan ras
- b. Faktor lingkungan
- c. Faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis.
- d. Faktor keluarga, kerabat, dan tren.

Jawaban: C

2. Jelaskan arti dari perilaku konsumen menurut hawkins dan corney

- a. Proses individu atau kelompok menyeleksi, membeli, menggunakan, dan membuang produk, layanan atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan.
- b. Tindakan individu secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang jasa.
- c. Proses pengambilan keputusan & aktivitas individu secara fisik yang di libatkan dalam proses mengevaluasi.
- d. Proses ketika individu atau kelompok menyeleksi produk atau barang dan jasa.

Jawaban: A

3. Apakah tujuan dari mempelajari ilmu perilaku konsumen

- a. Untuk mengetahui proses yg di lalui oleh individu atau kelompok dalam mencari , membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan membuang produk atau jasa.
- b. Untuk mengetahui tahapan pembelian, yaitu sebelum membeli, saat membeli, dan setelah membeli.
- c. Untuk memastikan proses yang di lalui oleh konsumen.
- d. Untuk menentukan berhasil atau tidaknya strategi pemasaran yang di

laksanakan perusahaan berdasarkan pada perilaku konsumen.

Jawaban: D

Reply



sdoriza Now

80