



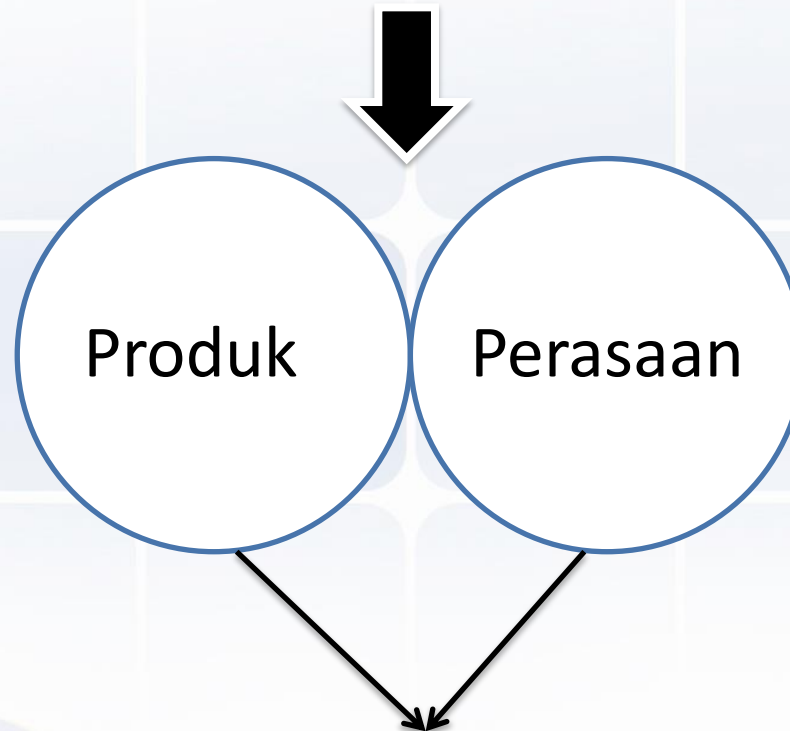
Consumer Behaviour Analysis

PERILAKU KONSUMEN DAN STRATEGI PRODUK

Dr. Novita Sari, S.Sos MM

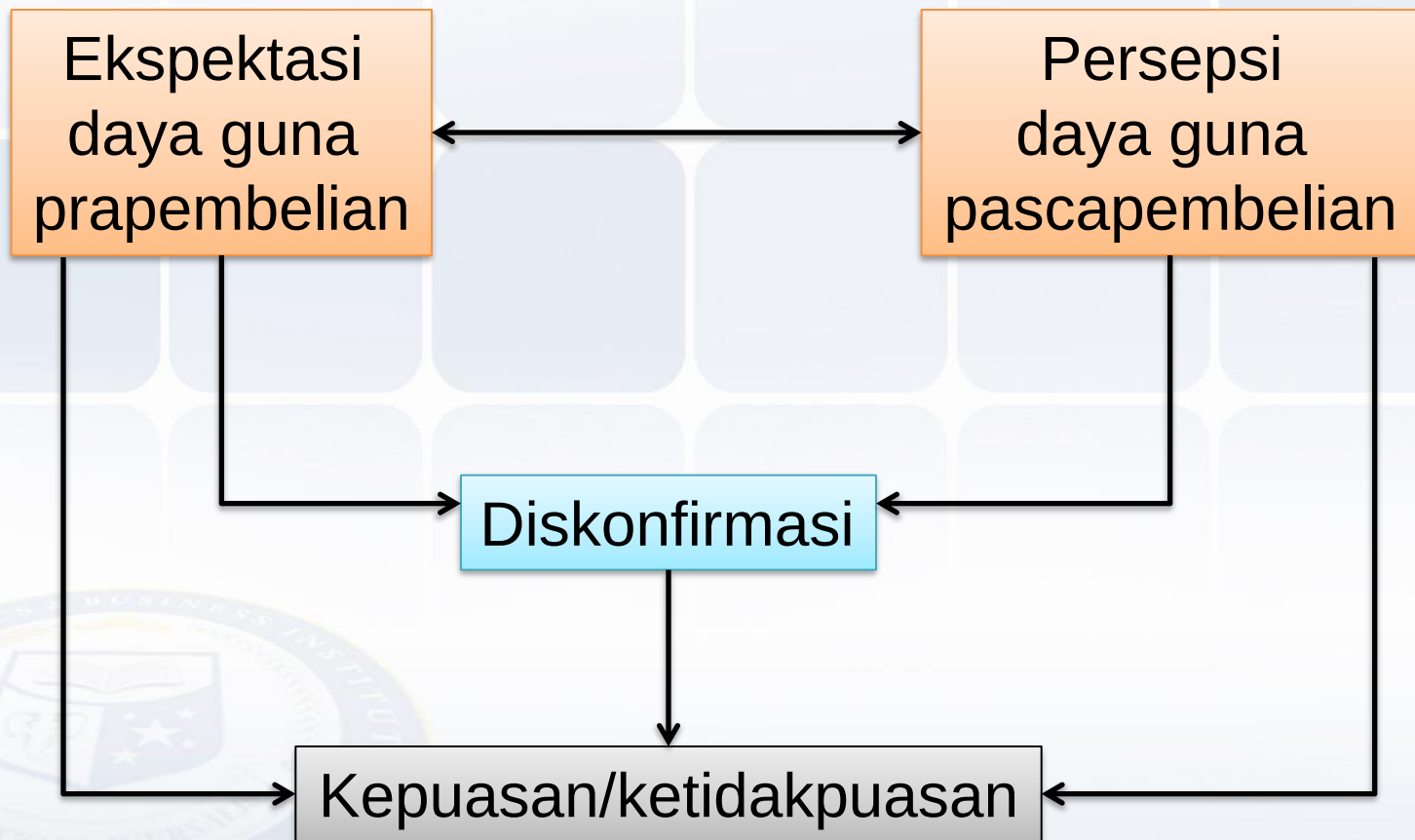


Afeksi dan Kognisi Produk



Kepuasan/Ketidakpuasan

Pendekatan diskonfirmasi pengharapan terhadap kepuasan



Perilaku Produk

1. Interaksi dengan produk
 - Mengunjungi toko-toko ecer
 - Menggunakan langsung
2. Ksetian kepada merek
3. Pencarian selingan

Kategori Komitmen kepada Merek dan Pola Pembelian

Banyak merek yang dibeli pada periode waktu tertentu

Satu

Banyak

Tinggi

Kesetian kepada merek

Pencarian selingan

Komitmen
Konsumen

Rendah

Mengulang perilaku pembelian

Perilaku bermacam-macam yang merupakan turunan

Lingkungan Produk

1. Atribut Produk

2. Pengemasan

- Ukuran kemasan
- Warna Kemasan
- Identifikasi merek dan Informasi Label

Strategi Produk

Tujuan

1. Pengaruh jangka pendek : Mencoba produk
2. Pengaruh jangka panjang :
 - Kesetiaan kepada merek
 - Mendapatkan pangsa pasar besar

Strategi Produk

Ciri Khas Konsumen

- Inovator
- Pemakai Awal
- Mayoritas Awal
- Mayoritas Akhir
- Ketinggalan

Ciri Khas Produk

- Kecocokan
- Keterujian
- Keteramatan
- Kecepatan
- Kesederhanaan
- Keuntungan Kompetitif
- Simbolisme Produk

TERIMA KASIH

