

Assalmualaikum wr wb

**Welcome to the Master of Management Graduate Consumer Behavior class. For approximately 6 months I have been Prof. Dr. Anuar Sanusi Santi will give or share with you in this class.**

Mata Kuliah ini merupakan prasarat mata kuliah konsentrasi Manajemen Pemasaran (Marketing Management). Mata kuliah ini merupakan mata kuliah wajib bagi konsentrasi Prodi magister manajemen. Setelah mempelajari mata kuliah Perilaku Konsumen di semester ini, kita diharapkan dapat menganalisis mengapa dan bagaimana konsumen berperilaku terhadap stimulus pemasaran dan keterkaitan antar faktor dalam perilaku konsumen secara jelas dan up to date sekaligus mampu menganalisis dan membaca kondisi pasar terkini. Karena muatan dari kelas ini adalah pada kemampuan anda pada cara anda menganalisis pasar beserta lingkungan persaingannya, sehingga pada akhirnya Anda memiliki kemampuan dalam membuat strategi. Saya selaku dosen pengampu berharap Anda semua tetap semangat kita untuk berkuliah dan semoga perkuliahan kalian lancar hingga lulus, aamiin YRA

**Nama : ANUAR SANUSI**

**Email : [anuar.sanusi@darmajaya.ac.id](mailto:anuar.sanusi@darmajaya.ac.id)  
: [anuarsanusi496@gmail.com](mailto:anuarsanusi496@gmail.com)**

**Kontak :082185916047**

**Pekerjaan: Dosen dan Peneliti di Pusat Kajian dan Terapan Ilmu – ilmu Ekonomi & Bisnis Di Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya**

**Pendidikan : Doktor/S3 Ilmu – Ilmu Manajemen**

**Kontrak Pembelajaran / Penilaian:**

|           |       |
|-----------|-------|
| Kehadiran | : 10% |
| UTS       | : 30% |
| UAS       | : 30% |
| Kuis      | : 15% |
| Tugas     | : 15% |

#### DESKRIPSI:

- **Perilaku konsumen** merujuk pada tindakan, keputusan, dan kebiasaan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam proses membeli dan menggunakan produk atau jasa. Ini mencakup sejumlah faktor yang memengaruhi bagaimana konsumen membuat pilihan, termasuk preferensi, kebutuhan, nilai, dan preferensi pribadi. Beberapa faktor yang memengaruhi perilaku konsumen meliputi:
- **Motivasi:** Apa yang mendorong konsumen untuk membeli produk atau jasa tertentu? Motivasi bisa berasal dari kebutuhan dasar seperti makanan dan tempat tinggal, atau dari keinginan untuk memenuhi keinginan dan keinginan tertentu.
- **Pengaruh budaya:** Nilai-nilai, norma, dan budaya memainkan peran penting dalam perilaku konsumen. Konsumen sering kali membeli produk yang sesuai dengan nilai-nilai dan norma budaya mereka.
- **Keluarga dan kelompok sosial:** Keluarga dan teman-teman juga dapat memengaruhi keputusan konsumen. Misalnya, keluarga dapat memberikan dorongan atau saran dalam memilih produk atau merek tertentu.
- **Proses pengambilan keputusan:** Proses konsumen dalam memilih produk atau jasa dapat melibatkan beberapa tahap, termasuk pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi pilihan, dan pengambilan keputusan akhir.
- **Faktor psikologis:** Aspek psikologis, seperti persepsi, sikap, dan motivasi individu, juga memainkan peran penting dalam perilaku konsumen. Konsumen sering kali membuat keputusan berdasarkan persepsi mereka terhadap produk atau merek.
- **Faktor ekonomi:** Keadaan ekonomi pribadi, seperti pendapatan dan situasi keuangan, dapat memengaruhi apa yang dapat dibeli oleh konsumen.
- **Pengalaman sebelumnya:** Pengalaman sebelumnya dengan produk atau merek tertentu dapat memengaruhi apakah konsumen akan membeli produk yang sama lagi atau mencoba sesuatu yang berbeda.
- **Promosi dan iklan:** Pesan promosi dan iklan dari produsen atau pengecer dapat memengaruhi persepsi konsumen tentang produk atau merek tertentu.
- **Memahami perilaku konsumen** adalah aspek penting dalam pemasaran dan bisnis, karena membantu perusahaan dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen.