Pengantar Pemasaran Pariwisata

PERTEMUAN KE 9

Pemasaran Berorientasi Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kotler mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dengan harapan.

b. Komponen Kepuasan Konsumen

- Respon : Tipe dan intensitas

  Kepuasan konsumen merupakan respon emosional dan juga kognitif. Intensitas responnya mulai dari sangat puas dan menyukai produk sampai sikap yang apatis terhadap produk tertentu

- Fokus

  Fokus pada performasi objek disesuaikan pada beberapa standar. Nilai standar ini secara langsung berhubungan dengan produk, konsumsi, kepuasan belanja, penjualan dan toko

- Waktu respon

  Setelah konsumsi, setelah pemilihan produk atau jasa, berdasarkan pengalaman akumulatif . Durasi kepuasan mengarah pada berapa lama respon kepuasan itu berakhir

c. Ciri-ciri Konsumen yang Puas



Loyal Terhadap Produk



Word of Mouth Communication



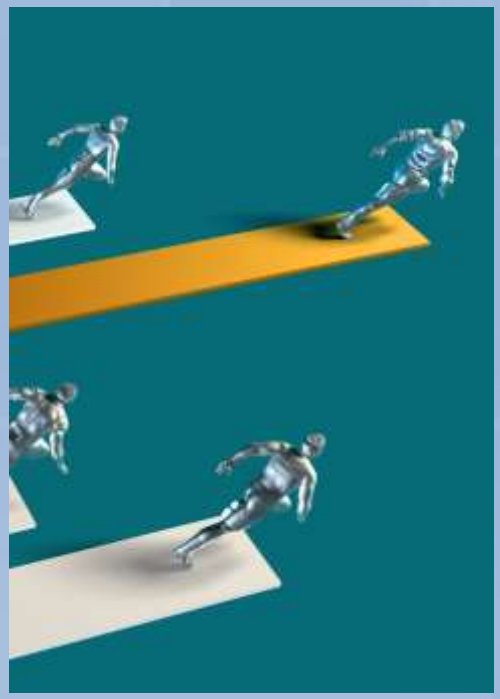
Pertimbangan Utama

d. Elemen Kepuasan Konsumen



1. ***Expectations*** **(harapan)**

2. ***Performance*** **(Kinerja)**



d. Elemen Kepuasan Konsumen



3. *Comparison*
(Perbandingan)

4. *Convirmation/ disconvirmation*
(pembuktian/ pengalaman)



Pemasaran Destinasi Berkelanjutan

a. Pembangunan berkelanjutan dalam dunia bisnis

b. Tantangan utama dalam pengelolaan pemasaran produk pariwisata berkelanjutan

c. Peran pemasaran dalam Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan

Pemasaran Destinasi Berkelanjutan

d. Dampak aktifitas pemasaran pariwisata

e. Aktifitas organisasi pemasaran destinasi

f. Dapak dari pada pemasaran pelaku usaha pariwisata

g. Manfaat mengadopsi praktek prinsip berkelanjutan dari pandangan pemasaran

☺ END ☺

Thanks for attention

See you next week