



Buku Ajar

CONSUMER BEHAVIOR

Konsep Perilaku Konsumen



**ELAN RUSNENDAR
DWITA LEONI ISWARDANI**

Buku Ajar

CONSUMER BEHAVIOR

Konsep Perilaku Konsumen

PENULIS:

Elan Rusnendar
Dwita Leoni Iswardani



BUKU AJAR

CONSUMER BEHAVIOR

Konsep Perilaku Konsumen

Copyright © 2024 pada penulis.

ISBN:

Penulis:

Elan Rusnendar

Dwita Leoni Iswardani

Diterbitkan pertama kali oleh:

Unibi Press

Anggota IKAPI, Jawa Barat, 2021

Jl. Soekarno Hatta no. 643, Bandung, Jawa Barat 40285

Tlp./SMS/Whatsapp : 0812-222-881-89

unibipress@unibi.ac.id

Hak cipta dilindungi undang–undang. Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ke dalam bentuk apapun, secara elektronik maupun mekanis, termasuk fotocopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah *subhanahu wa ta'ala* dan sholawat serta salam kepada junjungan Nabi Muhammad SAW. Berkat rahmat Allah *subhanahuwata'ala*, penulis dapat menyelesaikan buku dengan judul “**CONSUMER BEHAVIOR: Konsep Perilaku Konsumen**”. Buku ini menyajikan konsep perilaku konsumen yang ditujukan untuk mahasiswa dan praktisi di bidang pemasaran yang ingin memahami tentang konsep-konsep dasar yang perlu diketahui dalam mempelajari perilaku konsumen. Buku ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi bagi para mahasiswa maupun praktisi dalam memahami konsep dasar perilaku konsumen.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat dalam penulisan buku ajar ini. Penulisan buku ini menggunakan banyak referensi dari penulis-penulis sebelumnya yang bergerak dalam bidang pemasaran dan perilaku konsumen, sehingga penulis berharap buku ajar ini dapat memberikan pemahaman yang mendalam mengenai perilaku konsumen berdasarkan sumber-sumber dari penulis terdahulu. Dalam penulisan buku ini, penulis menggunakan bahasa yang harapannya dapat dimengerti baik bagi pembaca mahasiswa maupun praktisi.

Maret 2024

Tim Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB I KONSEP PERILAKU KONSUMEN.....	1
DEFINISI PERILAKU KONSUMEN	1
PERILAKU KONSUMEN DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN.....	2
FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERILAKU KONSUMEN	4
BAB II PERSEPSI KONSUMEN	7
DEFINISI PERSEPSI KONSUMEN	7
FAKTOR YANG MEMENGARUHI PERSEPSI KONSUMEN	8
PROSES PEMBENTUKAN PERSEPSI	9
BAB III BUDAYA DALAM PERILAKU KONSUMEN.....	11
PENGERTIAN BUDAYA.....	11
BUDAYA DALAM PERILAKU KONSUMEN	11
BAB IV SIKAP KONSUMEN	13
DEFINISI SIKAP	13
KARAKTERISTIK SIKAP	13
PEMBENTUKAN SIKAP KONSUMEN.....	14
PERUBAHAN SIKAP KONSUMEN	16
BAB V KEPERIBADIAN DAN GAYA HIDUP	19
KEPERIBADIAN.....	19
GAYA HIDUP	20
BAB VI MOTIVASI KONSUMEN	22
DEFINISI MOTIVASI KONSUMEN	22
BENTUK-BENTUK MOTIVASI.....	24
TEORI MOTIVASI.....	24
BAB VII PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN	27
KEPUTUSAN KONSUMEN.....	27
INFORMASI DAN KEPUTUSAN KONSUMEN	28
PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN	29
BAB VIII SEGMENTING, TARGETING, DAN POSITIONING	37
<i>SEGMENTING</i>	37
<i>TARGETING</i>	40
<i>POSITIONING</i>	41

BAB IX PASAR KONSUMEN	43
PASAR KONSUMEN	43
TIPE PERILAKU PEMBELIAN	44
PSIKOLOGI DAN ANALISIS PASAR.....	45
ADOPSI PRODUK.....	46
DIFUSI PRODUK.....	47
DAFTAR PUSTAKA.....	49
TENTANG PENULIS	50