



JILID-1

Memanfaatkan Perilaku Konsumen Di Era Digital

Dr. Nur Aziz Sugiharto, SE., Ak., MM., CA

Memanfaatkan Perilaku Konsumen di Era Digital. Jilid 1

Penulis:

Dr. Nur Aziz Sugiharto, SE., AK., M.M., C.A.



Memanfaatkan Perilaku Konsumen di Era Digital. Jilid 1

Copyright © PT Penamuda Media, 2025

Penulis:

Dr. Nur Aziz Sugiharto, SE., AK., M.M., C.A.

ISBN: 978-634-7062-83-3

Penyunting dan Penata Letak:

Tim PT Penamuda Media

Desain Sampul:

Tim PT Penamuda Media

Penerbit:

PT Penamuda Media

Redaksi:

Casa Sidoarum RT03 Ngentak, Sidoarum Godean Sleman Yogyakarta

Web: www.penamudamedia.com

E-mail: penamudamedia@gmail.com

Instagram: @penamudamedia

WhatsApp: +6285700592256

Cetakan Pertama, Maret 2025

VI + 246 halaman; 15 x 23 cm

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak maupun mengedarkan buku dalam bentuk dan
dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit maupun penulis

KATA PENGANTAR

Puji sukur saya panjatkan kehadirat Tuhan YME karena berhasil menyusun buku Perilaku Konsumen dengan judul Memanfaatkan Perilaku Konsumen di Era Digital. Buku ini terdiri dari 2 jilid, dimana pada Jilid 1 ini merupakan bagian awal dari penjelasan tentang perilaku konsumen yang sudah melibatkan perkembangan terakhir dalam perkembangan teknologi dan pengaruhnya terhadap pemasaran.

Buku ini menyajikan pola perilaku konsumen di era digital dan bagaimana pemasar harus menghadapinya, strategi apa yang harus digunakan, bagaimana mendekatkan diri dan membangun hubungan dengan pelanggan. Semoga buku ini memberikan manfaat kepada semua pihak terutama kepada pembelajar yang tengah menempuh materi perilaku konsumen.

Pada buku ini juga disediakan soal-soal untuk melatih ketajaman berfikir sebagai calon tenaga pemasar atau pekabat di perusahaan. Soal-soal latihan ini bisa dikerjakan dalam kegiatan praktikum atau asesmen bagi para pembelajar.

Akhirnya saya ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan buku ini, khususnya kepada Istri tercinta Rani Fitriani, SE, MM., dan anak tersayang Athifa Ibtisama Fawwazah yang tengah menempuh kuliah.

Segala saran dan masukan untuk penyempurnaan buku ini dapat dikirimkan ke email penulis. Terima kasih.

Bandung, 30 September 2024

Penulis.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	V
BAB 1 PENGENALAN PERILAKU KONSUMEN	1
BAB 2 KONSEP PEMASARAN	14
BAB 3 PERILAKU KONSUMEN	26
DAN STRATEGI PEMASARAN.....	26
BAB 4 ANALISIS KONSUMEN	50
BAB 5 MENGENAL AFEKSI DAN KOGNISI	68
BAB 6 PENGETAHUAN PRODUK OLEH KONSUMEN.....	89
BAB 7 PERHATIAN DAN PEMAHAMAN KONSUMEN.....	111
BAB 8 PEMAHAMAN KONSUMEN.....	153
BAB 9 SIKAP KONSUMEN	175
BAB 10 TUJUAN KONSUMEN	226
Biodata Penulis.....	245

Memanfaatkan Perilaku Konsumen Di Era Digital

Buku ini merupakan jilid 1 dan 2 jilid yang membahas secara mendalam tentang perilaku konsumen dan pentingnya pemahaman terhadap perilaku tersebut di era digital. Dalam konteks pemasaran, pengetahuan tentang bagaimana konsumen berinteraksi dengan produk dan merek sangatlah krusial. Buku ini menghadirkan konsep dasar perilaku konsumen serta relevansinya dalam strategi pemasaran modern.

Penulis menguraikan berbagai elemen yang mempengaruhi perilaku konsumen, seperti efeksi dan kognisi, yang menjelaskan bagaimana emosi dan pemikiran dapat mempengaruhi keputusan membeli. Selain itu, buku ini juga menyentuh pentingnya pengetahuan produk dan bagaimana perhatian konsumen dapat ditangkap melalui berbagai saluran digital.

Pendidikan sikap dan pemahaman konsumen menjadi fokus utama, menunjukkan bagaimana faktor-faktor tersebut mempengaruhi tujuan dan preferensi konsumen. Melalui analisis konsumen yang komprehensif, mahasiswa diajak untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan relevan di era digital, membantu mereka untuk lebih siap menghadapi tantangan dalam dunia pemasaran yang terus berkembang.

Buku ini tidak hanya sebagai referensi teoritis, tetapi juga menyediakan wawasan praktis yang berguna bagi mahasiswa dalam memahami dan menerapkan konsep perilaku konsumen dan pemasaran.



PT Penerbit Penamuda Media
Godean, Yogyakarta
085700592256
@penamuda_media
penamuda.com