LINGKUNGAN PEMASARAN

LINGKUNGAN PEMASARAN

- Pelaku dan kekuatan yang berada di sekeliling perusahaan yang tidak dapat dikendalikan oleh pihak perusahaan, tetapi dapat mempengaruhi kegiatan dan kinerja pemasaran dan bisnis perusahaan.

TERDIRI MAKRO & MIKRO

Lingkungan Mikro

Merupakan pelaku dan kekuatan di sekitar perusahaan, yangs secara langsung mempengaruhi kemampuan bisnis dan kinerja pemasaran perusahaan,- meliputi:

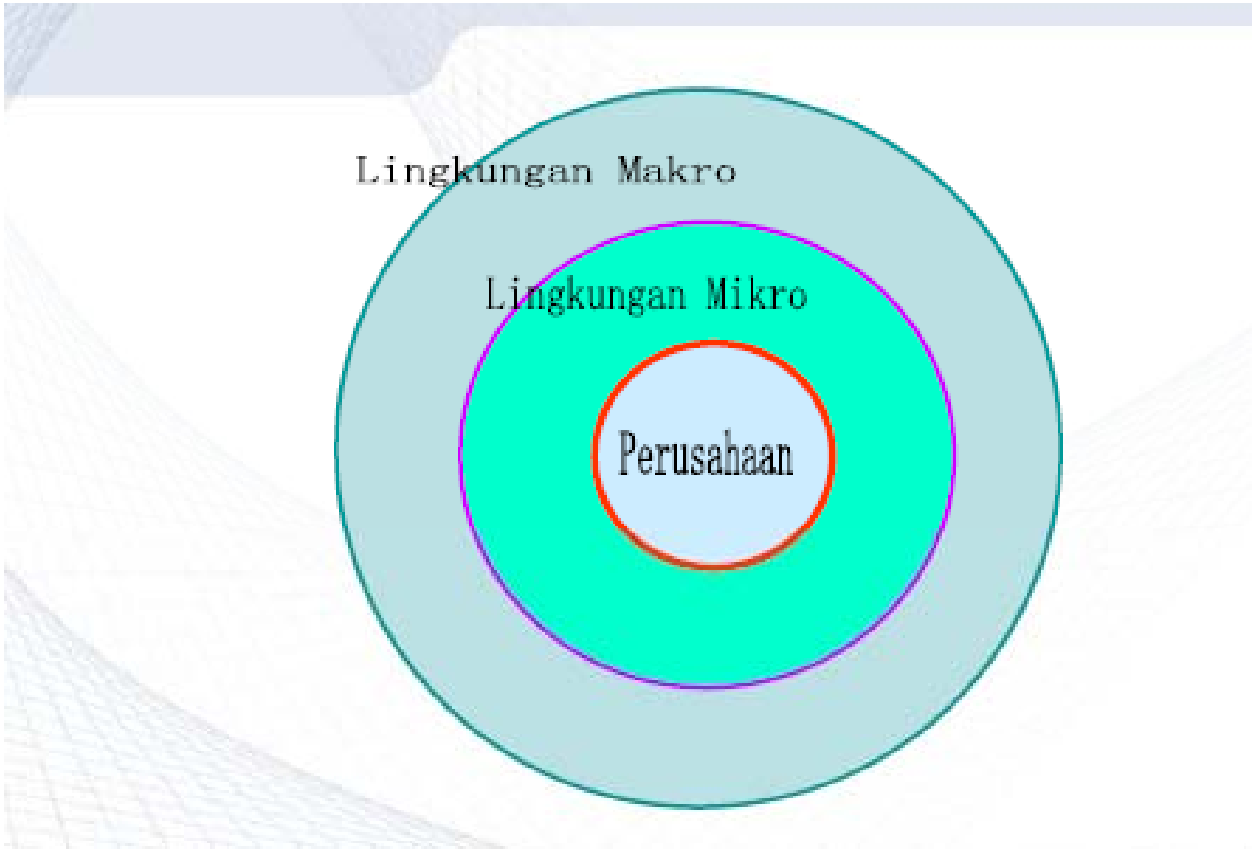
- Pemasok
- Distributor
- Pesaing
- Pelanggan
- Pasar/Masyarakat.

Lingkungan Makro

Merupakan kekuatan yang melingkupi dan berpengaruh secara langsung / tidak langsung terhadap perusahaan serta lingkungan mikro secara keseluruhan,- meliputi:

- Demografi
- Ekonomi
- Politik
- Sosial
- Budaya
- Hukum
- Teknologi
- Alam

SKEMA



LINGKUNGAN YANG PENUH PERSAINGAN

- Keanekaragaman pasar (*market - diversity*): Dimensi perubahan.
- Tantangan persaingan global.
- Memandang perubahan sebagai peluang.

PERILAKU KONSUMEN

- Merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan, menentukan produk/jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti keputusan tersebut.

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI

FAKTOR BUDAYA

- *Budaya*
- *Sub-budaya*
- *Kelas Sosial*

FAKTOR SOSIAL

- *Kelompok acuan*
- *Keluarga*
- *Peran dan status*

FAKTOR PRIBADI

- *Usia & siklus hidup*
- *Pekerjaan & lingkungan ekonomi*
- *Gaya hidup*
- *Kepribadian & konsep diri*

FAKTOR PSIKOLOGIS

- *Motivasi*
- *Persepsi*
- *Keyakinan & sikap*

PENDEKATAN MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN

- Teknik Pendekatan *Stimulus Response*
- Teknik Pendekatan Humanistik
- Teknik Pendekatan Kombinasi antara *Stimulus Response* dan Humanistik
- Teknik Pendekatan dengan Komunikasi yang Persuasif

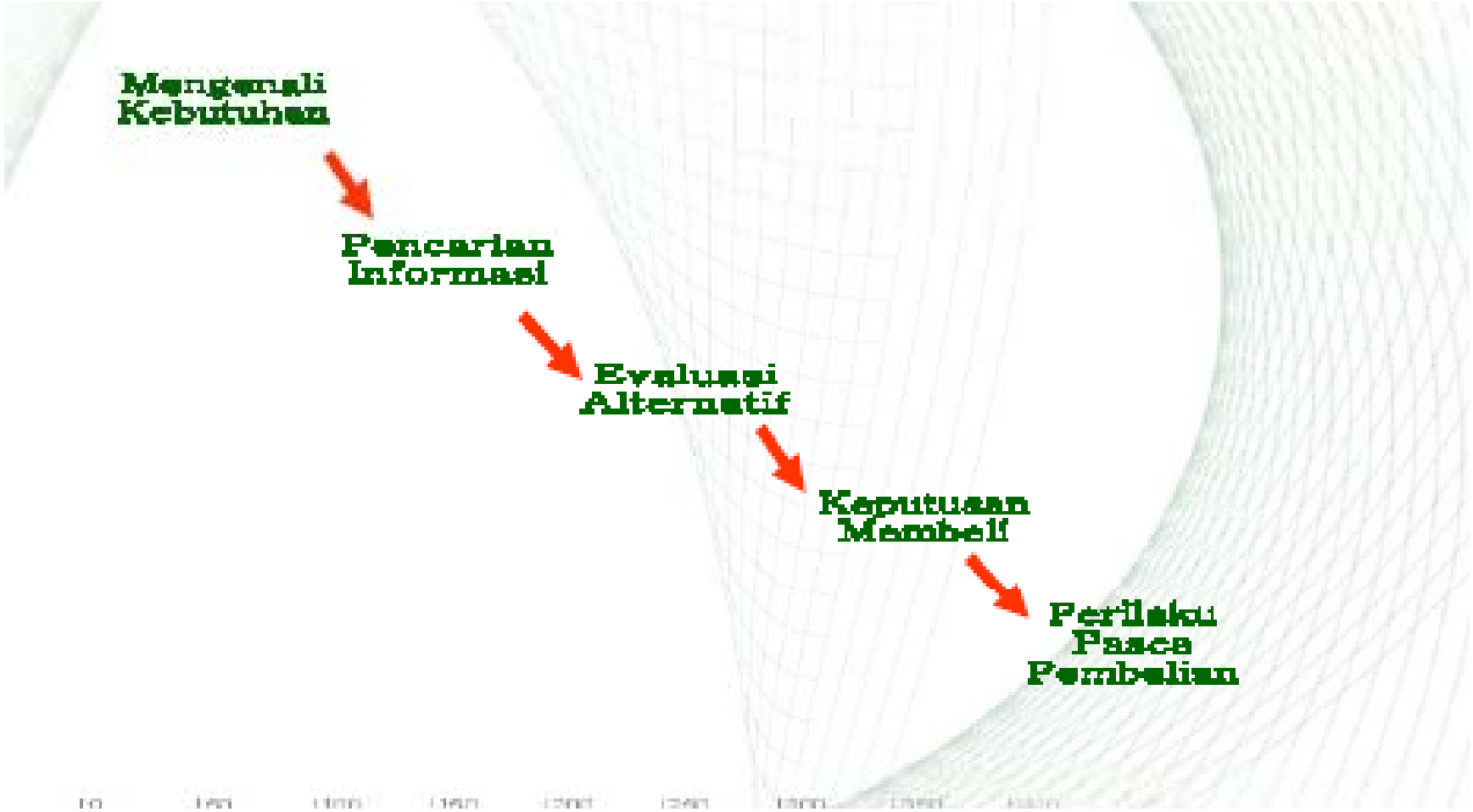
PERANAN KONSUMEN AKHIR

- INITIATOR
- INFLUENCER
- DECIDER
- BUYER
- USER

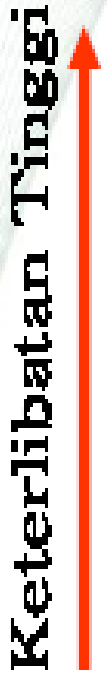
TIPE KONSUMEN ~ LOYALITAS

- BUYER
- CONSUMER
- CUSTOMER
- CLIENT
- PARTNER/ ADVOCATES

PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN



PENGAMBILAN KEPUTUSAN



- PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN LUAS
- PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN TERBATAS
- PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN KEBIASAAN

FAKTOR EVALUASI KEPUASAN KONSUMEN

PRODUK

- Performance
- Features
- Reliability
- Conformance to specifications
- Durability
- Serviceability
- Esthetic
- Perceived quality

FAKTOR EVALUASI KEPUASAN KONSUMEN

JASA

- Tangibles
- Reliability
- Responsiveness
- Assurance
- Empathy

SUPERIOR CUSTOMER SERVICES

- GARANSI / JAMINAN
- TRAINING
- KONSULTASI TEKNIS
- CUSTOMIZATION
- REPLACEMENT
- REPARASI
- SUPPLY SUKU CADANG
- KONTAK & INFO BERKALA