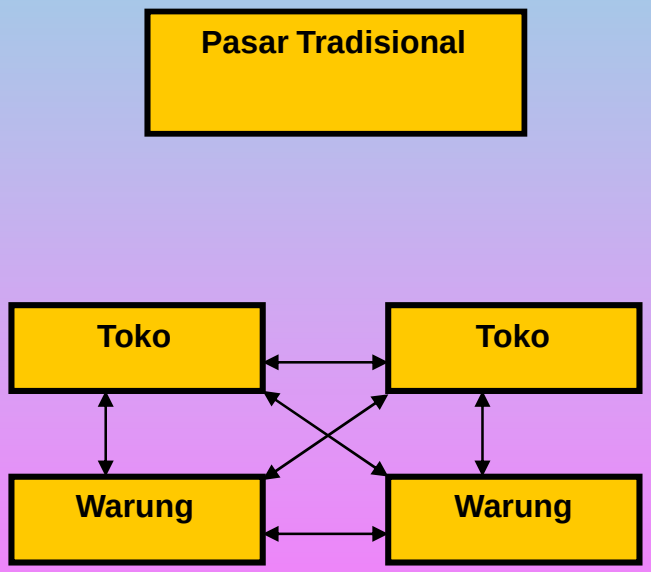
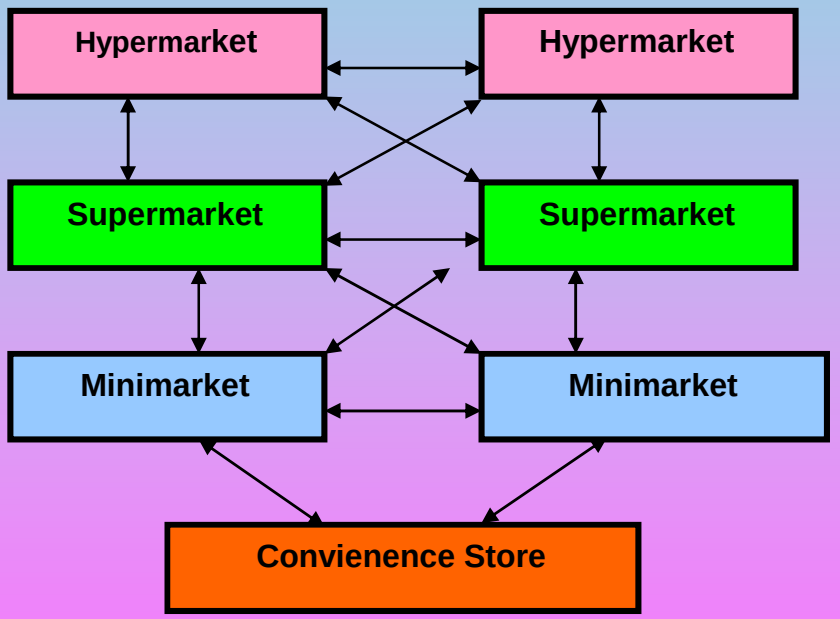
Persaingan Antarperusahaan Dan Antarfomat

Format Tradisional



Format Modern



PERILAKU KONSUMEN

Sifat Motivsi Pembelian

- **Emosional**

  motivasi yang dipengaruhi emosi berkaitan dengan perasaan, baik tu keindahan, gengsi atau perasaan lainya termasuk iba atau rasa marah

- **Rasional**

  sikap belaja rasional dipengaruhi oleh alasan rasional dalam pikian seorang konsumen

PERILAKU KONSUMEN

Orientasi”belanja adalah belanja” (lebih mementingkan hal-hal fungsional

Prabelanja
(mencari dan memeilih belanja)

- Lokasi mudah dcapai
- Cukup parkir
- Dekat dengan gerai lain
- Pilihan merchandise pelengkap dan penggenti

Selama Belanja

- Barang yang tersedia
- Harga menarik
- Cukup proses pembayaran (antrean di kasir tidak terlalu panjang)

Pasca Belanja
(antaran barang, pemasangan, evaluasi, kunjungan ulang)

- Display barang
- Area infomasi dan petunjuk bagi konsumen

Orientasi”rekreasi” (lebih dipengaruh oleh suasana lingkungan tempat belanja

Prabelanja
(mencari dan memeilih belanja)

- Bergengsi
- Ada toko utama, seperti Hero, Matahari
- Pilihan banyak barang
- Merchandise ekslusif

Selama Belanja

- Daya tarik ambience (suasana internal)
- Visual merchandising
- Fasilitas dalam gerai
- Pusat barang dan jasa
- Fsilitas kredit

Pasca Belanja
(antaran barang, pemasangan, evaluasi, kunjungan ulang)

- Display tema
- Area informsi dan petunjuk bagi konsumen