

ISBN : 978-623-7893-13-4

Buku Referensi



PERILAKU KONSUMEN

Dalam Pembelian Online

Oleh : Gogi Kurniawan



Buku Referensi

**PERILAKU
KONSUMEN
Dalam Pembelian Online**

Oleh :

Gogi Kurniawan

Penerbit :

SASANTI INSTITUTE

PERILAKU KONSUMEN
Dalam Pembelian Online

Penulis :

Gogi Kurniawan

Diterbitkan pertama kali dalam bahasa Indonesia
oleh :

SASANTI INSTITUTE

Jl.Lesanpura No.498 Teluk, Kec. Purwokerto Selatan
Kab. Banyumas 53145

Telp . 087898404858

Email : arimurti.adne@upnjatim.ac.id

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang.

Dilarang memproduksi atau memperbanyak sebagian atau
seluruh isi buku ini tanpa seijin tertulis dari
penerbit.

ISBN : 978-623-7893-13-4

Cetakan pertama, April 2020

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT atas perkenan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan buku ini. Tanpa pertolongan -Nya penyusun tidak akan sanggup menyelesaikan dengan baik.

Perkembangan pasar online di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Baik dari segi konsumen maupun produsen hingga penyedia jasa market place semakin melebarkan sayap, tentu dengan perkembangan era digital seperti ini memberikan dampak penurunan terutama pada sektor belanja konvensional. Pada beberapa sumber diatas juga disebutkan bahwa terjadinya penurunan minat belanja secara konvensional disebabkan oleh bergamnya keuntungan dari aktifitas belanja online. Dari penjelasan tersebut penlii berniat memperdalam kajian untuk menggali dan menganalisis terpaan era digitalisasi media pemasaran online. Perkembangan digital dalam globalisasi sangat berpengaruh pada roda ekonomi termasuk pasar ritel. Pasar ritel yang beberapa waktu sebelumnya mencoba untuk menggosur keberadaan pasar tradisional, tetapi pada kenyataannya keberadaan pasar ritel modern dipengaruhi oleh globalisasi terlihat bahwa beberapa pasar ritel mulai turun seperti musim gugur. Satu persatu pasar ritel modern, skala besar, mikro, hingga kecil mulai turun satu persatu. Hal ini disebabkan kurangnya minat konsumen untuk berbelanja secara konvensional meskipun fasilitas fisiknya sangat nyaman dan hampir tidak ada celah. Tetapi dengan menghadirkan kemudahan berbelanja pada kenyataannya di era digital orang tetap enggan dan lebih suka melakukan aktivitas belanja online atau menggunakan aplikasi media.

Buku ini disusun oleh penyusun dengan berbagai rintangan. Baik itu yang datang dari diri penyusun maupun yang datang dari luar. Semoga Buku ini dapat memberikan wawasan yang lebih luas kepada pembaca. Buku ini masih jauh dari kesempurnaan untuk itu penyusun mohon untuk saran dan kritiknya. Terima kasih.

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	ii
Bab I Perilaku Konsumen di Era Digital.....	1
Bab II Motivasi Konsumen	13
Bab III Model perilaku konsumen	22
Bab IV Kepribadian dan Gaya Hidup	29
Bab V Pengolahan Informasi.....	35
Bab VI Afeksi konsumen	42
Bab VII Pandangan Kognitif dan Pendekatan perilaku	49
Bab VIII kepuasan dan Loyalitas konsumen	61
Bab IX Komunikasi	88
Bab X Perilaku Konsumen Generasi Milenial	96
DAFTAR PUSTAKA	

ISBN 978-623-7893-13-4



9 786237 893134