

Makalah

Perilaku Konsume dalam Era Digital



Nama : Ilham Fadhlurrohman Wirawan

NBI : 1211800199

Mata Kuliah : E-Bisnis

Kelas : R

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Program Studi Manajemen

2020

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Teknologi pada saat ini telah berubah, internet merupakan penyebab terjadinya perubahan dan perkembangan teknologi dan industri. Dimulai dari teknologi mekanis dan elektronik ke teknologi digital dan teknologi mobile, dengan adanya teknologi digital yang telah merambah semua bidang pekerjaan, bisnis dan merubah tatanan kehidupan masyarakat dunia.

Seiring dengan perkembangan teknologi internet, makin berkembang pula teknologi website. Jika pada awalnya cukup dengan halaman statis, maka pada saat ini suatu website menjadi lebih kaya fitur dengan tampilan yang dinamis dan estetis. (Supangat, Teknik Informatika, Fakultas Teknik, 2016)

Teknologi digital juga menjadi platform utama di sektor Perdagangan, dengan adanya teknologi digital di sektor tersebut yang membuat kegiatan disektor bisnis mengalami peningkatan dan melaju dengan pesat seperti e-commerce. dan e-commerce sendiri merupakan awal dari perkembangan teknologi digital di sektor perdagangan. dengan adanya hal tersebut terdapat perubahan perilaku konsumen..

Menurut Kotler dan Keller Perilaku konsumen merupakan studi tentang cara individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

BAB II

PEMBAHASAN

2.1 Kajian Teori

Perilaku konsumen adalah sejumlah aktivitas nyata individu (Konsumen) yang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal yang mengarahkan mereka untuk menilai, memilih, mendapatkan dan menggunakan barang dan jasa yang diinginkannya. (Totok Subianto (Universitas Kanjuruhan), 2007)

Era digital adalah masa dimana manusia dapat saling berkomunikasi tanpa batasan jarak. Manusia dapat dengan cepat mengetahui informasi tertentu bahkan real time. (Wawan Setiawan, 2017) . Dalam Wikipedia, era digital disebut dengan globalisasi. Globalisasi adalah proses integrasi internasional yang terjadi karena pertukaran pandangan dunia, produk, pemikiran, dan aspek kebudayaan yang disebabkan oleh kemajuan infrastruktur telekomunikasi, transportasi dan internet.

2.2 Pendekatan Perilaku Konsumen

Beberapa pendekatan untuk mempelajari perilaku konsumen

| No | Pendekatan | Disiplin Inti | Ojek Utama | Metode Utama |
|----|----------------|--------------------------|--|-------------------------------------|
| 1 | Interpretatif | Antropologi Budaya | Memahami konsumen dan artinya | Wawancara Panjang pusat kelompok |
| 2 | Tradisional | Psikologis Sosiologis | Menjelaskan perilaku dan pengambilan keputusan oleh konsumen | Eksperimen Survei |
| 3 | Ilmu Pemasaran | Ekonomi Statistik | Memprediksi pilihan konsumen dan perilakunya | Model matematika simulasi |

2.3 Jenis Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen dibagi menjadi 2 yaitu bersifat rasional dan irrasional. Perilaku konsumen rasional adalah tindakan perilaku konsumen dalam pembelian barang dan jasa yang mengutamakan aspek kebutuhan dan kepentingan. Sedangkan perilaku konsumen irrasional adalah perilaku konsumen yang mudah terpengaruh oleh diskon atau promosi dari suatu produk tanpa mengutamakan aspek kebutuhan atau kepentingan. (Dwiastuti et al., 2012)

Ciri-ciri dari perilaku konsumen yang bersifat Rasional:

- a) Konsumen memilih barang berdasarkan kebutuhan
- b) Barang yang dipilih konsumen memberikan kegunaan optimal
- c) Konsumen memilih barang yang mutunya terjamin
- d) Konsumen memilih barang yang harganya sesuai dengan kemampuannya

Ciri-ciri perilaku konsumen yang bersifat Irrasional:

- a) Konsumen mudah tertarik dengan iklan dan promosi di media cetak maupun elektronik
- b) Konsumen memilih barang bermerk atau branded yang sudah dikenal luas
- c) Konsumen memilih barang berdasarkan gengsi atau prestise

2.4 Manfaat Mempelajari Perilaku Konsumen

Mempelajari perilaku konsumen dan proses konsumsi yang dilakukan oleh konsumen memberikan beberapa manfaat(Dwiastuti et al., 2012). Mowen (1995) mengemukakan manfaat yang bisa diperoleh sebagai berikut :

1. Membantu para manajer dalam pengambilan keputusan.
2. Memberikan pengetahuan kepada para peneliti pemasaran dengan dasar pengetahuan analisis konsumen.
3. Membantu legislator dan regulator dan menciptakan hukum dan peraturan yang berkaitan dengan pembelian dan penjualan dan jasa.
4. Membantu konsumen dalam pembuatan keputusan pembelian yang lebih baik.

2.5 Perilaku Konsumen di Era Digital

Keberadaan internet dan kemajuan teknologi memberikan konsekuensi tidak hanya pada perubahan gaya hidup modern namun juga merubah perilaku konsumen dalam melakukan aktivitas pembelian produk barang dan/atau jasa secara daring. Berikut beberapa perilaku konsumen di era digital :(Nurhablisyah, 2017)

1. **Menetapkan standar**

Konsumen membandingkan semua brand yang dikonsumsi, tidak peduli industri atau produk. Mereka membandingkan tidak hanya produk tetapi berbagai elemen suatu brand seperti layanan, kualitas, dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

2. **Toleransi Pelanggan**

Media Sosial membuat pelanggan jauh lebih mudah untuk mengeluh tentang layanan yang buruk, kualitas produk yang tidak sesuai. Hal ini membuat perusahaan semakin sulit untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan.

3. **Dialog Pelanggan**

Konsumen memiliki kemampuan untuk membangun dan menghancurkan brand. Kebanyakan konsumen datang dari ulasan atau pendapat dari orang terdekat seperti teman dan keluarga, tetapi saat ini dikuatkan oleh testimoni di sosial media yang dimiliki perusahaan.

4. **Loyalitas**

Di era digital, harga murah tidak lagi menjadi satu-satunya daya tarik pelanggan. Sebagian konsumen lebih memilih harga produk yang lebih mahal, tentunya dengan kualitas dan layanan yang jauh lebih baik

5. **Informasi**

Konsumen dapat mengakses informasi dan ulasan dalam hitungan detik dengan media yang semakin mudah diakses, informasi memberi mereka cukup fakta untuk membuat keputusan pembelian suatu produk.

BAB III

PENUTUP

Kesimpulan

Teknologi pada saat ini telah berubah, internet merupakan penyebab terjadinya perubahan dan perkembangan teknologi dan industri. Teknologi digital juga menjadi platform utama di sektor Perdagangan, dengan adanya teknologi digital di sektor tersebut yang membuat kegiatan disektor bisnis mengalami peningkatan dan melaju dengan pesat seperti e-commerce.

Manusia dapat dengan cepat mengetahui informasi tertentu bahkan real time. Globalisasi adalah proses integrasi internasional yang terjadi karena pertukaran pandangan dunia, produk, pemikiran, dan aspek kebudayaan yang disebabkan oleh kemajuan infrastruktur telekomunikasi, transportasi dan internet. Perilaku konsumen dibagi menjadi 2 yaitu bersifat rasional dan irrasional.

Mempelajari perilaku konsumen memberikan beberapa manfaat(Dwiastuti et al., 2012). yang bisa diperoleh sebagai berikut :

1. Membantu para manajer dalam pengambilan keputusan.
2. Memberikan pengetahuan kepada para peneliti pemasaran dengan dasar pengetahuan analisis konsumen.
3. Membantu legislator dan regulator dan menciptakan hukum dan peraturan yang berkaitan dengan pembelian dan penjualan dan jasa.
4. Membantu konsumen dalam pembuatan keputusan pembelian yang lebih baik.

Hasil Cek Plagiasi lewat situs www.duplichecker.com/id

The screenshot shows a web browser window with the URL <https://www.duplichecker.com/id>. The page displays the results of a plagiarism check. On the left, a box labeled "Properti Pindai" shows "Jumlah kata: 896" and "Hasil Ditemukan: 7". Below this are buttons for "Binary Translator" and "PDF Converter". In the center, a donut chart shows a red segment for "Plagiat" at 18% and a green segment for "Unik" at 82%. To the right of the chart are buttons for "Buat itu unik" and "Mulai Pencarian Baru". Below the chart, a text box contains a paragraph about digital technology. To the right of the text box, a list of similar documents is shown with their similarity percentages: "Similarity 9%" for "TEORI KONSUMSI DAN PERILAKU KONSUMEN DALAM ..." and "Similarity 5%" for "Pengaruh Perilaku Konsumen Dalam Strategi Pemasaran -". The bottom of the browser window shows a Windows taskbar with the search bar and system tray.

perilaku konsumen di dunia di... X
Pemeriksa Plagiarisme | 100% C X
web untuk membuat kesimpul... X
Conclusion Generator Tool to F X

← → ↻ 🏠 🔒 <https://www.duplichecker.com/id> Kirim masukan Mengapa iklan ini? ⌵

Properti Pindai

Jumlah kata: **896**
Hasil Ditemukan: **7**

To or From To or From

Binary Translator PDF Converter

Teknologi pada saat ini telah berubah, internet merupakan penyebab terjadinya perubahan dan perkembangan teknologi dan industri. Dimulai dari teknologi mekanis dan elektronik ke teknologi digital dan teknologi mobile, dengan adanya teknologi digital yang telah merambah semua bidang pekerjaan, bisnis dan merubah tatanan kehidupan masyarakat dunia. Seiring dengan perkembangan teknologi internet, makin berkembang pula teknologi website. Jika pada awalnya cukup dengan halaman statis, maka pada saat ini suatu website menjadi lebih kaya fitur dengan tampilan yang dinamis dan estetis. (Supangat, Teknik Informatika, Fakultas Teknik, 2016) Teknologi digital juga menjadi platform utama di sektor

Similarity 9%
TEORI KONSUMSI DAN PERILAKU KONSUMEN DALAM ...
Pengertian Perilaku Konsumen Kebutuhan dan keinginan konsumen sangat... dengan perilaku konsumen adalah sejumlah tindakan nyata individu... oleh faktor internal dan eksternal yang mengarahkan mereka untuk menilai, memilih, mendapatkan dan menggunakan barang dan jasa yang diinginkannya.
<https://www.coursehero.com/file/65029353/TEORI-KONSUMSI-DAN-PERILAKU-KONSUMEN-DALAM-EKONOMI-SOSIALISdocx/>

Similarity 5%
Pengaruh Perilaku Konsumen Dalam Strategi Pemasaran -
Sep 3, 2020 – b. Barang yang dipilih konsumen memberikan kegunaan optimal bagi konsumen. c. Konsumen memilih barang yang mutunya terjamin. d.

By clicking "Accept" or continuing to use our site, you agree to our Privacy Policy for Website [Accept](#) [Privacy Policy](#)

Type here to search 7:42 PM 10/28/2020

Daftar Pustaka

- Dwiastuti, R., Shinta, A., & Isaskar, R. (2012). *Ilmu Perilaku Konsumen*.
<http://www.mendeley.com/import/>
- Nurhablisyah. (2017). Perilaku Konsumen di Era Digital Tinjauan terhadap Pembaca HAI Online. *Jurnal Magenta*, 1(02), 175–184.
- Supangat, Teknik Informatika, Fakultas Teknik, U. 17 A. 1945 S. (2016). PENGGUNAAN WEBQUAL UNTUK PENENTUAN TINGKAT KEBERGUNAAN PADA WEBSITE (STUDI KASUS PADA TEKNIK SIPIL UNTAG SURABAYA). *KONVERGENSI*, 12, 49–60.
- Totok Subianto (Universitas Kanjuruhan). (2007). STUDI TENTANG PERILAKU KONSUMEN BESERTA IMPLIKASINYA TERHADAP KE PUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 3(18), 165–182.
- Wawan Setiawan, U. P. I. (2017). Era Digital dan Tantangannya. *Seminar Nasional Pendidikan*, ISBN.978-6(9), 1–9.