

MAKALAH

“ Perilaku Konsumen di Era Digital ”



Di susun oleh :

Nama. : NUR WILUJENG

Nbi : 1211700002

Matkul : E-Bisnis

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2020

A. Latar Belakang

Pemakaian teknologi komputer dalam segala bidang kehidupan sehari-hari tidak akan dapat dihindari. Demikian pula pada kemampuan komunikasi antara satu bidang dengan lainnya di tempat yang berbeda (terpisah pada jarak yang jauh) merupakan salah satu ciri era globalisasi mendatang(Supangat Supangat, Anis Rahmawati Amna Journal of Community service Consortium 1 (01), 2020)

Munculnya aplikasi mobile yang menjadi kebutuhan sehari-hari menyebabkan perubahan yang cukup signifikan di era digital dan teknologi. Demikian pula di dalam dunia pasar, Salah satu contoh nyata adalah kemunculan e-commerce, yang membuat konsumen dapat berbelanja tanpa datang ke tempat/toko serta Pembayaran non tunai yang semakin canggih dan cepat.

B. Tinjauan Pustaka

➤ Perilaku Konsumen

Menurut **The American Marketing Association.**

Perilaku konsumen adalah proses dalam berbagai interaksi yang dinamis dari pengaruh dan kesadaran, perilaku dan lingkungan yang mana seseorang akan melakukan pertukaran dalam hal aspek kehidupannya.

➤ Dunia Dunia Digital

Gambaran umum yang dengan modernisasi juga perangkat di dalamnya wadah manusia modern melakukan segala kegiatan

C. Pembahasan

Perubahan perilaku konsumen di era dulu dan sekarang jauh berbeda, saat ini semua serba praktis dan cepat, serba gampang dan mudah. Para konsumen bisa berbelanja dimana pun mereka berada, bisa berbelanja pada saat melakukan banyak aktivitas, seperti sedang memasak air, sambil menunggu air mendidih bisa mengunjungi e-commerce yang ada di smartphone, bisa berbelanja pada saat santai di rumah, tanpa perlu antri dan memerlukan banyak waktu untuk mengunjungi toko. Hanya dengan memilih barang yang kita inginkan dan membayar dengan uang non tunai ataupun tunai pada saat barang sudah sampai di tempat yang kita tuju (COD). Perilaku konsumen di era digital ini pun juga memudahkan para wirausaha dalam menjalankan bisnisnya, seperti diketahui bahwa selera konsumen saat ini sangat mudah, hanya dengan kita tahu produk apa saja yang sedang trend dan tinggi peminat maka bisa menjadi bisnis baru bagi si wirausaha itu sendiri.

Beberapa karakteristik konsumen generasi digital :

a. Tipe konsumen riset

Yang dimaksud konsumen riset yaitu seorang konsumen yang sebelum membeli sebuah produk/barang harus melihat dulu penilaian dari konsumen lain tentang produk/barang tersebut. seperti melihat beberapa komentar yang tersedia di kolom komentar sebuah e commers. Dengan cara tersebut calon pembeli dapat melihat review, penilaian, serta real peace dari produk tersebut tentu saja hasil jepretan dari konsumen sebelumnya.

b. Tipe Konsumen smart

Tipe Konsumen ini selalu membandingkan perhitungan antara barang/produk. Tipe konsumen ini akan membandingkan nilai dari kualitas produk dengan harga yang ditawarkan.

c. Tipe Konsumen hype

Tipe konsumen ini selalu memakai/membeli hal hal yang sedang populer, seperti jilbab pasmina dengan beberapa merk dll.

d. Tipe snob

Tipe konsumen ini adalah konsumen yang pemilih, namun pilihannya lebih ke barang barang limited edition tujuannya untuk meningkatkan atau menjaga status sosial mereka.

e. Tipe Dumb

Tipe konsumen ini selalu melihat benefit yang bisa ia dapatkan dari produk/barang tersebut, bahkan si konsumen ini tidak melihat nilai dan harganya, hanya tertuju pada manfaatnya saja.

D. Kesimpulan

Era digital telah dan akan terus mengubah tren sosial seiring dengan berjalannya waktu, yang tentu akan memengaruhi perilaku dan permintaan konsumen. Perubahan dalam perilaku konsumen mungkin sulit dipahami atau bahkan dikenali, tetapi seorang *marketer* perlu menyadari, mengubah dan menyesuaikan layanan sesuai dengan keinginan pelanggan mereka adalah keharusan.

E. Daftar Pustaka

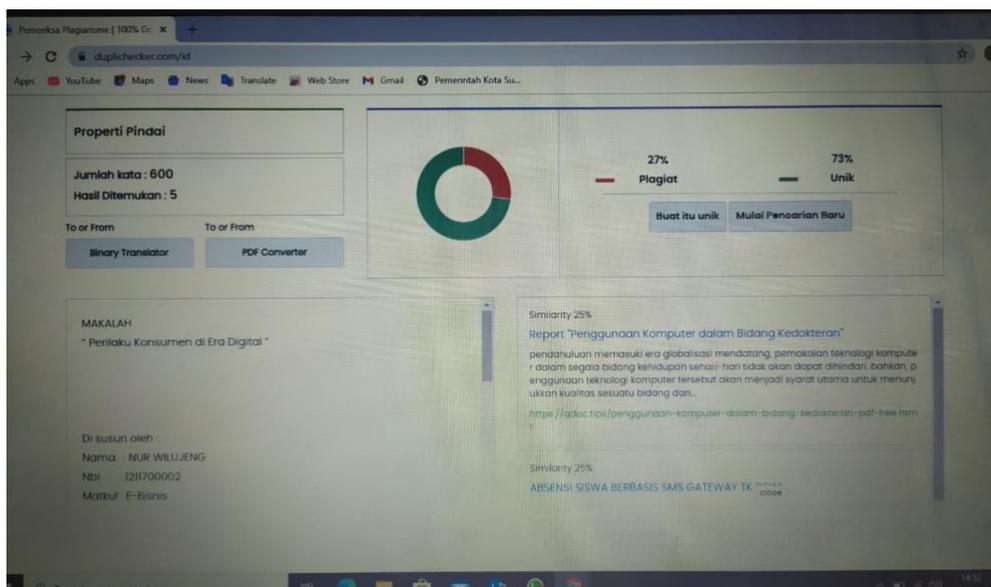
Engel, F.J. 1995 . *Perilaku Konsumen Jilid 2 (terjemahan)*. Jakarta: Binapura Aksara

Suhari, Yohannes. 2008 . Keputusan membeli secara online dan faktor faktor yang mempengaruhinya. *Jurnal teknologi informasi DINAMIK* 13(2) : 140 146

Nugroho, Adi . 2006 . *E-commerce Memahami perdagangan modern di Dunia Maya*. Bandung : Informatika Bandung.

Wahyudi , Aang dan Purbo O.W . (2001) . *Mengenal E commerce*. Jakarta : Flex Media Komputindo

- *Bukti Cek Plagiasi*



The screenshot displays a plagiarism checker interface. On the left, under 'Properti Pindai', it shows 'Jumlah kata: 600' and 'Hasil Ditemukan: 5'. Below this are buttons for 'Binary Translator' and 'PDF Converter'. The main area features a donut chart with a red segment representing 27% 'Plagiat' and a green segment representing 73% 'Unik'. To the right of the chart are buttons for 'Buat itu unik' and 'Mulai Pencarian Baru'. Below the chart, a list of detected sources is shown, including a document titled 'MAKALAH "Perilaku Konsumen di Era Digital"' with a similarity of 25%, and another document 'ABSENSI SISWA BERBASIS SMS GATEWAY TK' also with a similarity of 25%.