

Membongkar Kotak Hitam Konsumen

AFTA sudah di depan mata. Para pelaku bisnis pun memasuki era baru persaingan yang tidak semata-mata membutuhkan pengetahuan dan ketrampilan, tetapi juga kebijaksanaan untuk memenangkan keputusan konsumen. Medan persaingan yang sesungguhnya terdapat dalam KOTAK HITAM konsumen, di mana bersemayam rasio, perasaan, emosi, sense serta intuisi yang menghasilkan segala bentuk keputusan dan perilaku konsumen. Tak pelak, kemampuan memahami konsumen inilah yang menjadi kunci keberhasilan bisnis masa depan.

Buku ini memaparkan bagaimana pikiran konsumen bekerja dalam mengambil keputusan pembelian. Mekanisme ini dijelaskan antara lain melalui preferensi merek serta atribut yang mempengaruhinya, pola respons terhadap berbagai stimuli pemasaran, penyebaran inovasi, keterlibatan konsumen serta tipe perilaku konsumen. Penjelasan mengenai konsep-konsep tersebut disertai model-model riset praktis, seperti: Riset Respons terhadap Komunikasi Pemasaran, Riset Pembentukan Preferensi, Riset Adopsi Inovasi, Riset Keterlibatan, plus berbagai contoh kasus.

Buku yang membangun kemampuan analitis ini sangat bermanfaat bagi para praktisi bisnis dalam membuat keputusan yang berorientasi pasar.

