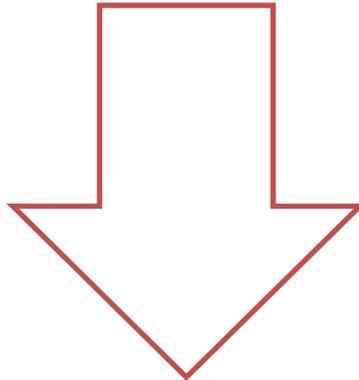


Perilaku Konsumen



Periklanan pada dasarnya bertujuan untuk membujuk konsumen untuk melakukan sesuatu, dengan cara melakukan pembelian produk. Untuk itu perlu periklanan yang menarik.



1. Perlu mengenal khalayak
2. Cara berfikir konsumen
3. Lingkungan konsumen
4. Faktor-faktor yang memotivasi konsumen



Reshape Your Life, **Sure You Can Do!**

Take the challenge, get your slim body

F3 Sademan - F3 Stage
Talkshow | Fashion | Design Competition
1-14 April 2013: Register Weight Loss Challenge
27 April 2013: Closing & Winner Announcement

Get
Special Price
for Wacool
& WRP



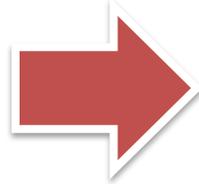
Ketika pasar target anda adalah wanita dengan segmentasi khusus maka pesan iklan yang instan, komersial menjadi daya tarik bagi wanita yang ingin mendapatkan tubuh langsing.

Pesan iklan

Komersial/promo

Proses Keputusan Pembelian

- Pengenalan kebutuhan
- Pencarian Informasi
- Evaluasi alternatif
- Pembelian
- Evaluasi pasca pembelian



Faktor yang Mempengaruhi Pasar Organisasi

- Permintaan turunan
terkait dengan permintaan produk oleh konsumen yang bergerak pada produk turunan dari produk utama. Ex kecap pedas
- Pemilihan pemasok
terkait dengan kepercayaan konsumen dengan memilih pemasok yang bisa diandalkan. Ex toko-toko yang dipercaya konsumen
- Iklan bisnis-ke-bisnis
bisnis yang disisipi dengan iklan. Ex film dengan menggunakan produk tertentu.

Faktor yang Mempengaruhi Pasar Konsumen

- Faktor pribadi
- Faktor psikologis
 - a. Persepsi
 - b. Motivasi
 - c. Sikap
 - d. Gaya hidup
 - e. Kepribadian
- Faktor sosial
 - a. Budaya
 - b. Kelompok rujukan
 - c. Status sosial



Kuis

1. Jelaskan keterkaitan komunikasi dan periklanan
2. Jelaskan mengapa periklanan dikategorikan dalam komunikasi pemasaran
3. Jelaskan defenisi iklan dan sebutkan jenis iklan
4. Berikan contoh untuk directory dan direct respon advertising
5. Jelaskan logika berfikir anda mengenai konsep manajemen periklanan

Waktu mengerjakan 60 menit
Buku tertutup