



D3 manajemen
Pemasaran

Modul Praktika Manajemen Pemasaran



D3 MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS ILMU TERAPAN
UNIVERSITAS TELKOM

DAFTAR PENYUSUN

Bethani Suryawardani, S.E., M.M.

Fanni Husnul Hanifa, S.E., M.M.

NAMA :

NPM :

KELAS :

Hanya dipergunakan di lingkungan Fakultas Ilmu Terapan

Pertemuan : 5

Pokok Bahasan : Perilaku Konsumen di Era Digital

Hari/ Tanggal :

5.1 Tujuan

Setelah mengikuti praktikum ini mahasiswa diharapkan dapat:

- a. Memahami Definisi Pasar Bisnis
- b. Memahami Karakteristik Pasar Bisnis
- c. Memahami tipe utama Situasi Pembelian
- d. Memahami Peserta dalam Proses Pembelian Bisnis
- e. Memahami Tahap-tahap Proses Pembelian Bisnis

5.2 Alat & Bahan

Buku referensi dan modul praktika

5.3 Dasar Teori

- a. Definisi Perilaku Konsumen
- b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen
- c. Proses Keputusan Pembelian
- d. Model Perilaku Konsumen
- e. Persepsi dan Proses Persepsi

TUGAS INDIVIDU

1. Jelaskan model perilaku konsumen!
