



MILLIONS

MANAGEMENT SOLUTIONS

**Perilaku Konsumen
Exercise
UTS Genap
2014/2015**

Petunjuk Pengerjaan:

Jawablah seluruh soal dalam lembar ujian ini dengan tepat dan cermat. Masing-masing soal memiliki bobot penilaian yang sama.

Untuk soal nomor 1, bacalah kasus berikut ini, dan jawablah pertanyaan nomor 1!

Samsung dan Oppo Paksa BlackBerry Berbenah Diri

Hani Nur Fajrina, CNN Indonesia

Rabu, 25/03/2015 17:42 WIB

Dominasi Samsung memang telah menyingkirkan BlackBerry. Tak ingin diinjak terlalu lama, produsen asal Kanada itu lantas bergerak melakukan perubahan perilaku konsumen.

"BlackBerry sebagai perusahaan handset, sempat mengalami masa kejayaan hingga 2012. Setelah ada 'Asian Invasion' seperti Samsung dan Oppo, perusahaan harus memutar otak," kata Managing Director BlackBerry Indonesia, Sofran Irchamni, Rabu (25/3).

Dikenal dari produk ponsel pintarnya, BlackBerry mengaku kehadiran merek pesaing di Tanah Air menjadi suatu tantangan tersendiri.

"BlackBerry lantas memutuskan tak hanya bergantung pada device saja, tapi juga solusi enterprise," lanjut Sofran saat ditemui CNN Indonesia saat peluncuran produk BlackBerry Classic di Jakarta.

Mengacu pada pilar utama BlackBerry yang tak hanya fokus pada handset namun peranti lunak dan enterprise, Sofran yang baru bergabung

Peluncuran BlackBerry Classic dengan BlackBerry ini yakin bahwa keberlangsungan perusahaan akan terus membaik jika diselaraskan dengan aspek lain.

"Latar belakang saya pangsa enterprise. Kita akan lebih kembangkan diri di situ," katanya lagi.

Pun begitu bukan berarti BlackBerry akan meninggalkan pasar konsumen yang telah membesarkan namanya. Pasar enterprise akan digarap lebih dalam, sedangkan ponsel untuk konsumen juga tetap jalan.

"Buktinya kami luncurkan BB Classic harus melewati proses panjang, yaitu serangkaian riset tentang apa yang dibutuhkan oleh pengguna," kata Senior Country Product Manager BlackBerry Southeast Asia, Ardo Fadholah.

Ardo mengaku konsumen setia BlackBerry tentu masih akan terus melihat produknya sebagai perangkat yang memudahkan aktivitas sehari-hari.

BlackBerry Classic baru diluncurkan di Indonesia hari ini, Rabu (25/3). Produk ini akan dijual bersama paket Telkomsel dan dibanderol sebesar Rp 5,6 juta.

BlackBerry Classic dilengkapi layar sentuh 3,5 inch dengan resolusi 720 x 720 pixel 294 dpi, lensa kamera 8 MP di bagian belakang dan 2 MP di depan.

Sedangkan dapur pacunya ditopang prosesor dua inti 1,5 GHz, memori RAM 2 GB dan kapasitas memori internal 16 GB. Kalau kurang pengguna bisa menambahkan lewat microSD hingga 128 GB.

Soal 1

- Apakah yang dimaksud dengan perilaku konsumen menurut Peter dan Olson?
- Berdasarkan definisi perilaku konsumen diatas, analisislah kasus Blackberry diatas secara sistematis !
- Gambarkan dan analisislah kasus diatas berdasarkan "The Wheel of Consumer Analysis"

Untuk Soal 2 dan 3, perhatikanlah gambar iklan (*print ad*) berikut ini, dan jawablah pertanyaan untuk soal 2 dan 3!



Soal 2

- Buatlah *means-end chain* untuk produk Buavita varian Apel tersebut di atas!
- Menurut Anda, bagaimanakah dua faktor (*intrinsic self-relevance* dan *situational self-relevance*) dapat mempengaruhi tingkat keterlibatan konsumen (*involvement*) terhadap merek Buavita varian Apel?

Soal 3

- Menurut Anda, apakah *print ad* tersebut di atas sudah cukup bisa menarik perhatian (*attention*) dari pasar sasarnya (*target market*). Jelaskanlah alasannya!
- Jelaskanlah bagaimana keterlibatan konsumen (*involvement*) dapat mempengaruhi pemahaman (*comprehension*) dari konsumen tentang merek Buavita varian Apel tersebut!

Soal 4

- The *Behavior Sequence Model* adalah sebuah model untuk menjelaskan tahapan perilaku konsumen yang terdiri dari tahap *pre-purchase*, *purchase*, dan *post-purchase*. Tiap tahap tersebut terdiri juga dari beberapa tahap atau komponen. Jelaskan komponen dalam setiap tahap tersebut disertai contoh masing-masing.
- Metode *operant conditioning* dapat dibedakan menjadi empat kategori, yaitu *positive reinforcement*, *negative reinforcement*, *extinction*, serta *punishment*. Jelaskan keempat metode tersebut dengan menggunakan contoh taktik pemasaran yang Anda alami sehari-hari.