



# Perilaku Konsumen



Dr. *Alfonsius*, S.E., M.Si., *Vera Sari* SE., MBA., *Enung Suwarni* S.E, M.B.A.,  
*Rika Sholihah* .,S.Pd.,MM,CHCM., *Lisa Uswatun Hasanah*, S.E., M.E.,  
*Zubaidah Hanum*, SE.,MM., *Jeziano Rizkita Boyas* S.E.,M.M., *Alamsyah Agit*, SE.,  
M.Si., *Iskandar*, S.Pd., M.M., *Rita Eka Setianingsih*, S.E.,M.M.,  
*Daniel Cassa Augustinus*, SS., MM.Par., *Bunga M. Shalihah*, M.A.,  
*Sahrini Muhammad Hasan* .,SE.,M.M., *Riandy Mardhika Adif*, SE, MM.,  
*Ajeng Andriani Hapsari*, S.E., M.M.

Editor: *Nofrizal*, S.Pd., M.M.





# PERILAKU KONSUMEN

Dr. Alfonsius, S.E., M.Si. – Vera Sari SE., MBA. – Enung Suwarni S.E, M.B.A –  
Rika Solihah, S.Pd., MM., CHCM. – Lisa Uswatun Hasanah, S.E., M.E. –  
Zubaidah Hanum, SE., MM – Jeziano Rizkita Boyas S.E., M.M – Alamsyah Agit, SE., M.Si –  
Iskandar, S.Pd., M.M. – Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M – Daniel Cassa Augustinus, SS., MM.Par –  
Bunga M. Shalihah, M.A – Sahrini Muhammad Hasam, SE., M.M –  
Riandy Mardhika Adif, SE, MM – Ajeng Andriani Hapsari, S.E., M.M.

# Perilaku Konsumen

Copyright © PT Penamuda Media, 2023

## Penulis:

Dr. Alfonsius, S.E., M.Si. – Vera Sari SE., MBA. – Enung Suwarni S.E, M.B.A –  
Rika Solihah.,S.Pd.,MM.,CHCM. – Lisa Uswatun Hasanah, S.E., M.E. –  
Zubaidah Hanum, SE.,MM – Jeziano Rizkita Boyas S.E.,M.M – Alamsyah Agit, SE., M.Si –  
Iskandar, S.Pd., M.M. – Rita Eka Setianingsih, S.E.,M.M – Daniel Cassa Augustinus, SS., MM.Par –  
Bunga M. Shalihah, M.A – Sahrini Muhammad Hasam ,SE.,M.M –  
Riandy Mardhika Adif, SE, MM – Ajeng Andriani Hapsari, S.E., M.M.

## ISBN:

9 786230 944789

## Editor:

Nofrizal, S.Pd., M.m.

## Penyunting dan Penata Letak:

Tim PT Penamuda Media

## Desain Sampul:

Tim Desain PT Penamuda Media

## Penerbit:

PT Penamuda Media

## Redaksi:

Casa Sidoarum RT03 Ngentak, Sidoarum Godean Sleman Yogyakarta

Web : [www.penamuda.com](http://www.penamuda.com)

E-mail : [penamudamedia@gmail.com](mailto:penamudamedia@gmail.com)

Instagram : [@penamudamedia](https://www.instagram.com/penamudamedia)

WhatsApp : +6285700592256

Cetakan Pertama, Juli 2023

viii + 329 halaman; 15,5 x 23 cm

Hak cipta dilindungi undang-undang  
Dilarang memperbanyak maupun mengedarkan buku dalam  
bentuk dan dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit maupun  
penulis

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kita haturkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan kekuatan, ketekunan, kesabaran dan karuniaNya, sehingga buku ini dapat diselesaikan. Buku ini diberi judul *Perilaku Konsumen*.

Buku Perilaku Konsumen ini disajikan secara sederhana, lugas, dan mudah dipahami mengenai konsep dan praktik perilaku konsumen. Pada buku ini terdiri dari 15 BAB materi yang sangat menarik untuk dibaca, karena ditulis oleh akademisi dan praktisi dari berbagai Lembaga dan Universitas di Indonesia. Kami yakin bahwa dengan membaca buku ini, Membantu pembaca untuk menguatkan dasar yang kuat dan inspirasi dalam memahami segala yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan dan perilaku konsumen. Hadirnya buku ini, diharapkan dapat menambah wawasan, dan menumbuhkan pemahaman pelaku usaha dalam mengembangkan usaha yang sesuai dengan kebutuhan saat ini.

Pada kesempatan ini, izinkan kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam proses penyusunan buku ini, terutama para penulis dan penerbit, sehingga buku ini dapat diselesaikan. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan, amin.

Kami menyadari, buku ini masih jauh dari kesempurnaan, masih terdapat kekurangan dan kealfaan dalam penulisan, penyajian, maupun penyusunannya. Semoga kekurangan tersebut tidak merusak esensi kehadiran dan kebermanfaatan buku ini.

Akhir kata, semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi siapa saja pembaca yang ingin belajar dan mendalami konsep dan praktik perilaku konsumen.

Nofrizal, S.Pd., M.M.

**Editor**

# Daftar Isi

<b>BAB 1 ANALISIS PERILAKU KONSUMEN.....</b>	<b>1</b>
<b>BAB 2 PERUBAHAN DAN TANTANGAN YANG DIHADAPI PERUSAHAAN.....</b>	<b>13</b>
<b>Bab 3 KETERLIBATAN DAN PERSEPSI KONSUMEN .....</b>	<b>41</b>
<b>BAB 4 LINGKUNGAN SUB BUDAYA DAN DEMOGRAFI.....</b>	<b>58</b>
<b>BAB 5 KUALITAS JASA DAN LOYALITAS KONSUMEN.....</b>	<b>86</b>
<b>BAB 6 KETERTARIKAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN .....</b>	<b>111</b>
<b>BAB 7PEMBELAJARAN DAN EVALUASI KONSUMEN .....</b>	<b>123</b>
<b>BAB 8 MOTIVASI KONSUMEN .....</b>	<b>135</b>
<b>BAB 9 SIKAP DAN KEPUASAN KONSUMEN.....</b>	<b>144</b>
<b>BAB 10 SIKAP DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN.....</b>	<b>160</b>
<b>BAB 11 KOMUNIKASI DAN PERILAKU KONSUMEN .....</b>	<b>174</b>
<b>BAB 12 KOMPLAIN DAN KELUHAN KONSUMEN .....</b>	<b>231</b>
<b>BAB 13 SISI GELAP PERILAKU KONSUMEN .....</b>	<b>242</b>
<b>BAB 14 DAYA BELI KONSUMEN .....</b>	<b>265</b>
<b>BAB 15 PENGARUH MEREK DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN.....</b>	<b>284</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>305</b>
<b>TENTANG PENULIS.....</b>	<b>321</b>





## **BAB 1**

# **ANALISIS PERILAKU KONSUMEN**

Analisis perilaku konsumen adalah proses memahami dan menganalisis tindakan, motivasi, preferensi, dan keputusan konsumen saat membeli barang atau jasa. Tujuan menganalisis perilaku konsumen adalah untuk memahami apa yang mendorong konsumen untuk membeli suatu produk atau layanan, sehingga dapat membantu perusahaan mengembangkan strategi pemasaran dengan lebih baik.

Analisis perilaku konsumen dilakukan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dan strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Di era digital saat ini, perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh teknologi dan media sosial (Hanifah & Rahadi, 2020), yang memperluas pilihan konsumen serta



# Perilaku Konsumen

Buku Perilaku Konsumen ini adalah salah satu buku yang memberikan panduan dan informasi bagi mahasiswa dari Fakultas Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi dan Sekolah Bisnis, dan bagi mereka yang ingin memulai dan atau mengembangkan usaha/bisnis. Buku ini terdiri dari 15 BAB yang sangat menarik untuk dibaca, karena ditulis oleh akademisi dan praktisi dari berbagai Universitas dan lembaga di Indonesia. Oleh sebab itu, pembahasannya pun disajikan secara menarik dan kaya akan perkembangan info yang terbaru, karena dalam penyajian tulisan dari berbagai sudut pandang.

Buku yang terdiri dari 15 BAB ini membahas tentang berbagai hal terkait dengan konsep dan praktik perilaku konsumen. Pembahasan dimulai dengan pengenalan tentang analisis perilaku konsumen, perubahan dan tantangan yang dihadapi perusahaan, keterlibatan dan persepsi konsumen, hingga lingkungan sub budaya dan demografi konsumen.

Selanjutnya, di dalam buku ini juga dibahas mengenai ketertarikan dan keputusan pembelian konsumen, pembelajaran dan evaluasi konsumen, termasuk pengaruh merek dan keputusan pembelian oleh konsumen.

Mengingat pembahasan yang disajikan dalam buku ini cukup komprehensif dan sistematis, buku ini sangat layak untuk dijadikan salah satu referensi bagi mahasiswa, praktisi, dan masyarakat umum yang ingin mendalami, memulai dan mengembangkan usaha.

ISBN 978-623-09-4478-9



9 786230 944789



PT Penerbit Penamuda Media  
Godean, Yogyakarta  
085700592256  
@penamuda\_media  
penamuda.com