

BAB 4

S I M P U L A N

Berdasarkan pembahasan dari bab sebelumnya, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut :

1. MARKOR PLUS merupakan aplikasi konsep baru orientasi pasar yang efektif melalui konsep orientasi pasar (MARKOR) ditambah dengan pembelajaran pelanggan. Berdasarkan definisinya, maka MARKOR PLUS terbentuk dari elemen orientasi pasar (MARKOR) ditambah dengan pembelajaran pelanggan. Ada tiga elemen orientasi pasar (MARKOR), yaitu *intelligence generation*, *intelligence dissemination* dan *responsiveness*.
2. Perusahaan yang menerapkan konsep baru orientasi pasar memandang bahwa pelanggan tidak selalu menyadari kebutuhannya baik pada masa sekarang maupun masa yang akan datang atau meskipun mereka dapat mengidentifikasi kebutuhannya namun mereka tidak dapat menentukan cara terbaik untuk memenuhinya. Berdasarkan dua hal tersebut, maka perusahaan perlu menyatakan kepada pelanggan mengenai kebutuhan mereka yang sebenarnya dengan memproduksi dan menyajikan inovasi produk yang bernilai tambah bagi pelanggan dan mampu menciptakan pasar.
3. Pembelajaran pelanggan dibagi menjadi dua komponen ; yaitu pembelajaran kognitif dan pembelajaran perilaku. Pembelajaran kognitif merupakan proses pembelajaran pelanggan yang dicirikan oleh adanya perubahan pengetahuan yang menekankan kepada proses mental pelanggan untuk mempelajari

informasi. Ada lima tahap dalam pembelajaran kognitif yaitu pemaparan, perhatian, pemahaman, penerimaan dan retensi. Sedangkan definisi dari pembelajaran perilaku adalah sebuah proses dimana pengalaman dengan lingkungan akan menyebabkan perubahan perilaku yang relatif permanen. Ada tiga pendekatan utama dalam pembelajaran perilaku yaitu pengkondisian klasik, pengkondisian operant dan pembelajaran meniru orang atau pembelajaran observasional.



DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Assael, H., 1992, *Consumer Behavior and Marketing Action*, Thomson Learning, USA.
- Efendi, R. M., 2003, *Pendidikan Kesehatan, Pedoman Kesehatan Dasar*, WHO, ITB dan Universitas Udayana.
- Engel, J. F., R. D. Blackwell, dan P. W. Miniard, 1995, *Perilaku Konsumen*, Edisi Keenam, Binarupa. Aksara. Jakarta.
- Hamel, dan J. Prahalad, 2001, *Manajemen Pemasaran, Suatu Pendekatan Analisis*, Homewood, Connecticut : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hudzaifah, Penerapan Orientasi Pasar pada Kinerja Bisnis Industri Ritel, www.angkatan28.com
- Husein, C., 2005, *Perilaku Konsumen Jasa, Metode Riset*, Bojongkerta, Ghalia Indonesia.
- Kinohimitsu UK Ltd, Welcome to Kinohimitsu, www.kinohimitsu.co.uk.
- Kohli, A.K. and Jaworski, B.J., 1990, "Market Orientation: The Construct, Research Propositions and Managerial Implications", *Journal of Marketing*, 54, pp 1 – 18
- Kohli, et al, 1993, MARKOR : "A Measurement of Market Orientation", *Journal of Marketing Research*, XXX, pp. 1 - 6
- Kotler, P., dan A. B. Susanto, 2001, *Manajemen Pemasaran di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Salemba Empat, Connecticut : Prentice – Hall Inc.
- Kotler, P., 2002, *Marketing Management, Analisis, Planning, and Control*, 8th. ed., New Jersey : Prentice – Hall, Inc.
- Lamb, 2000, *Pemasaran*, Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta.
- Loudon, D., and A. J. D. Bitta, 2001, *Consumer Behavior, Concepts and Application*, Madison, Connecticut : Richard D. Irwin Inc.
- Martina Tilaar Group, Naturally Younger Looking Skin, www.biokos.com
- Marwoto, S., 2005, *Manajemen Pemasaran, Teori dan Aplikasi Pemasaran*, Binarupa Aksara, Jakarta.

- Michael, J.S., 2000, *Health, A Quality of Life, Homewood*, Connecticut : Macmillan Publishing Co., Inc.
- Mowen, J. C., dan M. Minor, 2002, *Consumer Behavior*, 5th. ed., New Jersey : Prentice – Hall, Inc.
- Mulyana, I., 2007, *Pembelajaran Konsumen*, Erlangga, Jakarta.
- Narver, J.C and Slater, S.F, 1990, “*The Effect of a Market Orientation on Bussiness Profitability*”, *Journal of Marketing*, 54, pp. 20 – 35
- Peter, E., dan J. Olsen, 1996, *Perilaku Konsumen*, IPT. Eresco, Bandung.
- Richard, G., and W. T. Anderson, 2002, *Restricted Medicines and Poisons*, The Pharmaceutical Press, England.
- Riswidodo, A., dan B. Soesilo, 2007, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Erlangga, Jakarta
- Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk, 2000, *Consumer Behavior*, 7 th Edition, Engelwood Cliffs, Ney Jersey : Prentice Hall, Inc.
- Solomon, M. R., 2000, *Consumer Behavior*, 5th. ed., New Jersey : Prentice – Hall, Inc.
- Sudirman, I., MARKOR PLUS : Suatu Pendekatan Baru Untuk Pengkayaan Konsep Orientasi Pasar, [www.pascaunhas.net / jurnal_pdf / vol_4_6 / indri-2.pdf](http://www.pascaunhas.net/jurnal_pdf/vol_4_6/indri-2.pdf).
- Sugito, R. J., 2007, *Manajemen Strategis, Pemasaran Strategis dan Kebijakan Perusahaan*, PT Grasindo, Jakarta.
- Sumarwan, U., 2003, *Perilaku Konsumen*, Edisi Kedua, Penerbit Andi – Offset, Yogyakarta.
- Umar, 2004, *Obor Pemasaran*, The Jakarta Consulting Group, Jakarta.
- Yuanita, S., 2006, *Perilaku Konsumen*, Ghalia Indonesia, Jakarta.