

SIMPULAN

Pembahasan yang ada menghasilkan simpulan sebagai berikut:

1. Analisa suatu proses pembelian merupakan suatu rangkaian tahapan yang diambil oleh seorang konsumen. Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka. Proses tersebut merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya.
2. Perilaku konsumen melibatkan semua individu dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa ekonomis. Perilaku yang berbeda dari tiap-tiap individu, akan menghasilkan penilaian, cara mendapatkan, dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa ekonomis. Perusahaan memerlukan pemahaman terhadap perilaku konsumen, sebab perilaku konsumen memiliki pengaruh terhadap keputusan penentuan proses pembelian yang dilakukan oleh konsumen.
3. Perubahan lingkungan mendorong perubahan pada perilaku dan selera konsumen. Perubahan lingkungan yang berupa peningkatan tingkat pendidikan dapat meningkatkan pendapatan yang mendorong meningkatnya frekuensi pembelian serta taraf hidup yang pada akhirnya mampu

mendatangkan pengaruh hubungan sosial yang semakin meluas, yang secara tidak langsung menyebabkan atau memungkinkan perubahan perilaku dan selera para konsumen itu.

4. Motivasi adalah pendorong seseorang untuk berperilaku tertentu. Dengan pemahaman motivasi, terutama perubahan pada motivasi, diharapkan dapat diprediksi bagaimana perubahan perilaku dimasa yang akan datang, dimana prediksi ini amat penting untuk menentukan strategi perusahaan. Hal ini didukung dengan adanya dasar teori faktor motivasi atribut. Dalam faktor motivasi atribut difokuskan pada orientasi konsumen ke arah kejadian eksternal lingkungan. Dorongan untuk merencanakan apa sebab sesuatu hal terjadi, mengetahui sebab-sebab kejadian penting dan mengerti dunia seseorang

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Bayton, 1982, *Motivation Cognition, Learning-Basic Factor in Consumer Behavior*, Boston, Massachusetts: Little Brown and Company.
- Handoko, 2000, *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*, BPFE, Yogyakarta.
- Koeswara, 1989, *Motivasi: Teori dan Penelitiannya*, Angkasa, Bandung.
- Mangkunegara, 2002, *Perilaku Konsumen*, Edisi Revisi, Refika, Bandung.
- Petri, 1981, *Motivation: Theory and Research*, Belmont, Wadsworth Publishing Company, California.
- Sudaryana, 2001, *Motivasi, Variabel Prediktor Arah Perilaku Konsumen*, *Kajian Bisnis*.
- Sukanto, 1986, *Organisasi Perusahaan, Teori Struktur dan Perilaku*, Edisi Ke-dua, BPFE, Yogyakarta.
- Swasta, 1987, *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*, Edisi Pertama, Yogyakarta, Liberty.

