

3.2 Gelagat Pengguna

- Proses membuat keputusan pembelian barang dan perkhidmatan oleh pengguna akhir

Model Gelagat Pengguna

- Mengkaji faktor mempengaruhi pembelian dan respon pengguna terhadap produk
- Organisasi perlu memahami respon pengguna terhadap 4P

1) Rangsangan Pemasaran dan Rangsangan Persekitaran

- **R. Pemasaran:** 4P yang dilaksanakan oleh pemasar
- **R. Persekitaran:** Faktor persekitaran yang mempengaruhi pengguna
- Rangsangan tersebut dimasukkan ke dalam minda pengguna

2) Kotak Hitam Pengguna

- Rangsangan diserap dan diproses dalam minda pengguna
- Minda pengguna akan membuat keputusan pembelian
- Minda pengguna terdedah kepada pelbagai R. pemasaran & R. persekitaran

3) Respons Pengguna atau Pembeli

- Individu yang membuat keputusan membeli atau tidak
- Pengguna memberi respon suka atau tidak terhadap produk ditawarkan
- Pengguna menentukan pilihan produk berdasarkan gelagat

Faktor yang Mempengaruhi Gelagat Pengguna

1) Budaya

- Nilai dan sikap masyarakat yang mempengaruhi gelagat membeli
- Setiap budaya berlainan mempengaruhi cita rasa berbeza
- Contohnya, Muslim hanya membeli makanan halal

2) Sosial

- Faktor sosial terdiri daripada kumpulan dan keluarga
- Kumpulan mempengaruhi secara langsung/tidak langsung terhadap gelagat
- Contohnya, Membeli barang kosmetik kerana kawannya membelinya

3) Individu

- Ciri individu seperti personaliti mempengaruhi gelagat membeli
- Ciri pengguna berbeza mempengaruhi pemilihan produk berbeza
- Contohnya, Pengguna lebih suka Iphone daripada Android

4) Psikologi

1. Motivasi

- Individu mendesak untuk memenuhi KnK yang pelbagai
- Tahap terendah dipenuhi dahulu sebelum tahap tinggi
- Contohnya, memenuhi keperluan fisiologi dahulu seperti makanan dan pakaian

2. Persepsi

- Melihat produk berbeza dari segi harga, kualiti dan jenama
- Pengiklanan berkesan membentuk tanggapan yang positif kepada pengguna
- Contohnya, Barang diskaun pakaian

3. Personaliti/Konsep Kendiri

- Sifat peribadi seseorang seperti emosi dan tingkah laku tersendiri
- Personaliti berbeza mempengaruhi keputusan pembelian mereka
- Contohnya, Orang ceria membeli pakaian berwarna cerah

4. Pembelajaran/Pengalaman

- Pengalaman lepas yang mempengaruhi gelagat pengguna
- Contohnya, Pernah beli produk itu dan membeli lagi kerana puas hati dengan kualitinya

5. Sikap

- Penilaian pengguna terhadap produk yang menentukan pengguna suka atau tidak
- Contohnya, Pengguna lebih suka menaiki bus kerana murah

5) Situasi

- Faktor situasi gelagat pembelian seperti masa, tujuan dan tempat pembelian
- Contohnya, Pengguna lebih gemar membeli barang dalam talian

Jenis-Jenis Keputusan Pembelian

Proses Pembelian Produk Pengguna

- Barang akhir dibeli untuk kegunaan perseorangan
- Sesuai untuk produk biasa dan produk mewah
- **Melibatkan 5 Peringkat:**
 1. **Mengenal pasti keperluan**
 - Mengenal pasti barang dapat memenuhi keperluan
 2. **Mencari maklumat**
 - Maklumat mengenai produk melalui sumber peribadi dan awam
 3. **Menilai alternatif**
 - Menilai pilihan berdasarkan maklumat
 4. **Membuat keputusan pembelian**
 - Pengguna menilai berdasar kriteria penting
 5. **Gelagat selepas pembelian**
 - Sama ada barang dibeli memberi kepuasan atau sebaliknya

Proses Pembelian Produk Baru

- Barang baru diketahui oleh pengguna dan tidak pernah menggunakannya
- Barang berkemungkinan telah wujud atau baru diperkenalkan di pasaran
- **Melibatkan 5 peringkat:**
 1. **Menyedari**
 - Menyedari barang baharu tetapi tidak mempunyai maklumat produk
 2. **Meminati**
 - Berminta mencari maklumat produk itu
 3. **Menilai**
 - Menilai sebelum membeli produk tersebut
 4. **Mencuba**
 - Mencuba produk dalam kuantiti kecil
 5. **Menerima**
 - Selepas mencuba dan berpuas hati, pengguna terus membelinya

Proses Pembelian Produk Industri

- Barang dibeli oleh organisasi untuk menghasilkan barang akhir
- Produk industri seperti kapas, bahan kimia, mesin dan sebagainya
- **Melibatkan 8 peringkat:**
 1. **Mengenal pasti masalah**
 - Mengenal pasti keperluan produk industri
 2. **Mengenal pasti keperluan organisasi**
 - Memastikan jenis barang modal diperlukan
 3. **Menentukan spesifikasi produk**
 - Mengenal pasti ciri produk industri yang dikehendaki
 4. **Mencari pembekal**
 - Mencari maklumat tentang produk industri
 - Mencari pembekal berkelayakan
 5. **Membuka tender**
 - Merundingkan dengan pelbagai pembekal untuk mendapatkan harga terbaik
 - Perundingan melibatkan keperluan dan syarat perniagaan
 6. **Memilih pembekal**
 - Memilih pembekal yang menawarkan syarat perniagaan yang terbaik
 7. **Memesan Produk**
 - Pemesanan dibuat berdasarkan senarai diperlukan
 8. **Menilai prestasi pembekal**
 - Penilaian prestasi kegunaan produk menentukan ingin membeli lagi atau tidak