



um
The Learning
University

E-LKPD

LEMBAR KERJA PESERTA DIDIK ELEKTRONIK

PERILAKU KONSUMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI MALANG

 LIVEWORKSHEETS

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	1
PETUNJUK PENGGUNAAN E-LKPD	2
CAPAIAN PEMBELAJARAN & TUJUAN PEMBELAJARAN	3
MATERI PERILAKU KONSUMEN	4
MINI GAMES	5
SOAL LATIHAN PILIHAN GANDA	6
PROFIL PENGEMBANG	11

PETUNJUK PENGGUNAAN E-LKPD

- 1.E-LKPD ini berisikan materi perilaku konsumen, video pembelajaran, mini games edukatif, dan pertanyaan berbasis HOTS.
- 2.Video pembelajaran dapat diputar secara langsung tanpa menggunakan internet dengan cara mengklik bagian tombol play pada video. Video pembelajaran bersumber dari aplikasi Youtube.
- 3.Jenis pertanyaan yang terdapat pada E-LKPD ini adalah pilihan ganda.
- 4.Pertanyaan E-LKPD terhubung melalui website Liveworksheet untuk menjawab pertanyaan klik link pada kotak yang tersedia, dan untuk mengirimkan jawaban klik "Finish".
- 5.Nilai keseluruhan pertanyaan yang telah disubmit akan langsung terlihat dan nilai otomatis terkirim melalui email/akun guru.

CAPAIAN PEMBELAJARAN DAN TUJUAN PEMBELAJARAN

CAPAIAN PEMBELAJARAN

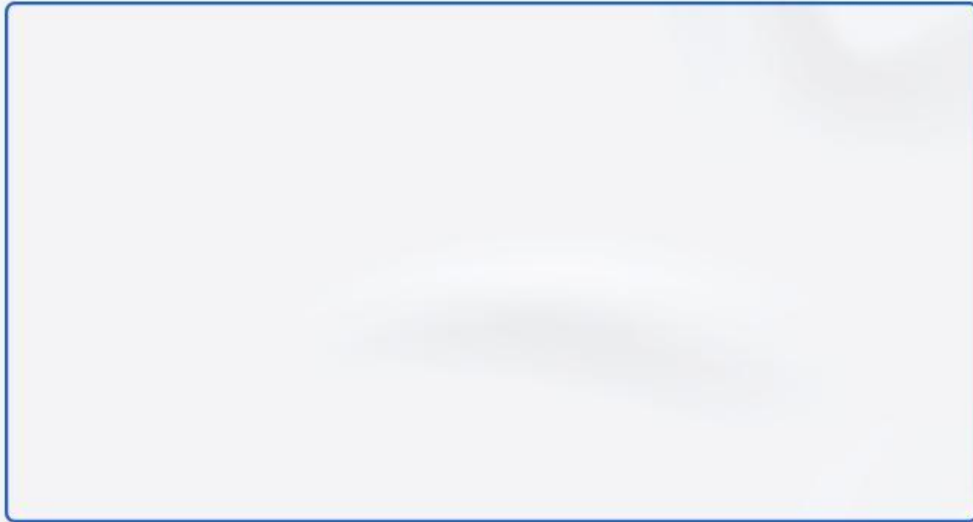
Pada akhir fase E siswa mampu menjelaskan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian barang dan jasa, mengidentifikasi sinyal-sinyal calon pelanggan agar dapat mewujudkan kepuasan pelanggan, serta mampu menentukan bahasa pemasaran yang tepat agar pelanggan tertarik dan puas membeli barang dan jasa yang dipasarkan

TUJUAN PEMBELAJARAN

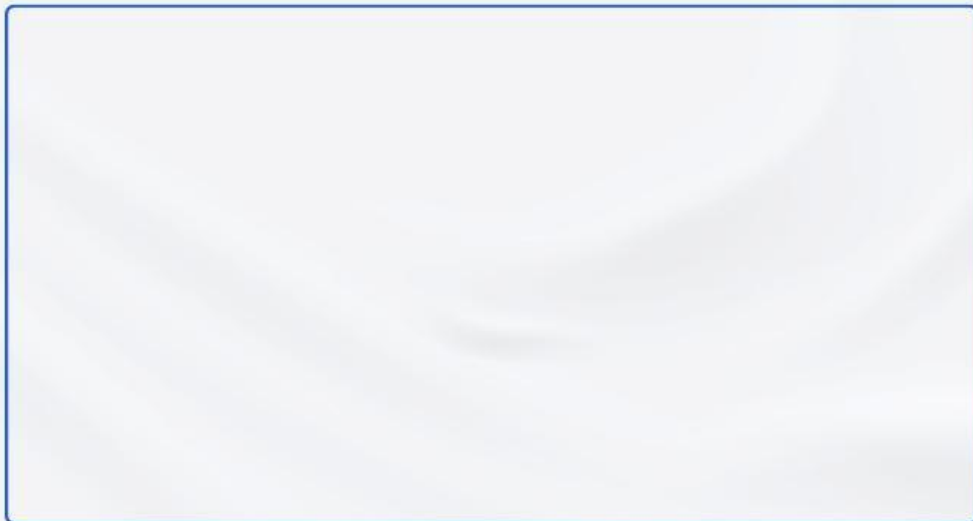
- Mengidentifikasi sinyal-sinyal calon pelanggan
- Mengidentifikasi macam-macam perilaku konsumen
- Mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dan mewujudkan kepuasan pelanggan

MATERI PERILAKU KONSUMEN

VIDEO PEMBELAJARAN



MATERI PERILAKU KONSUMEN



MINI GAMES : MENCOCOKKAN GAMBAR

PETUNJUK :

Cocokkan gambar berikut dengan kata yang tepat berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen!



PRIBADI



PSIKOLOGIS



KEBUDAYAAN



GAYA HIDUP



SOSIAL

TUGAS INDIVIDU : ESSAY



1. Seorang siswa SMK bernama Andi ingin membeli tas baru. Ia sudah memiliki beberapa merek tas yang menjadi favoritnya. Namun, ia masih belum yakin merek sepatu mana yang akan ia beli. Faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan Andi dalam membeli tas baru? Jelaskan secara singkat pengaruh masing-masing faktor tersebut terhadap keputusan Andi!

2. Seorang konsumen yang berusia muda cenderung akan lebih tertarik dengan produk-produk yang inovatif dan bergaya. Jelaskan mengapa konsumen yang berusia muda cenderung lebih tertarik dengan produk-produk yang inovatif dan bergaya?

3. Seorang konsumen merasa puas dengan produk yang telah ia beli. Konsumen tersebut akan cenderung untuk membeli produk yang sama lagi di masa depan. Jelaskan mengapa konsumen yang puas cenderung untuk membeli produk yang sama lagi di masa depan?



4. Gen Z adalah generasi yang memiliki karakteristik unik dalam berbelanja secara online. Gen Z terbiasa menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari termasuk juga dalam berbelanja, Gen Z lebih menyukai proses belanja yang mudah dan cepat, dan Gen Z selalu mencari diskon atau promo untuk mendapatkan harga terbaik. Dari uraian di atas berikan pendapatmu mengenai platform apa yang cocok digunakan untuk memasarkan produk yang menjadikan Gen Z menjadi target pasar mereka, dan jelaskan alasannya!

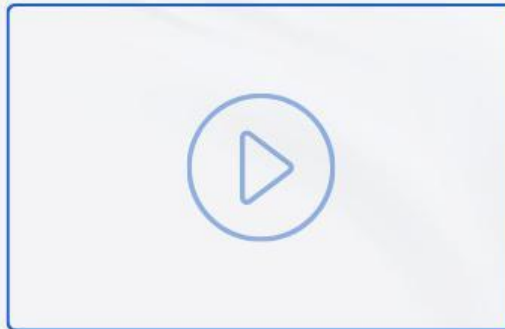


5. Seorang konsumen yang memiliki kepribadian perfeksionis mungkin akan cenderung membeli produk yang sudah dikenal kualitasnya, meskipun harganya lebih mahal. Jelaskan mengapa konsumen yang memiliki kepribadian perfeksionis cenderung untuk membeli produk yang sudah dikenal kualitasnya?



6. Seorang konsumen yang memiliki gaya hidup yang ramah lingkungan mungkin akan cenderung membeli produk yang ramah lingkungan, meskipun harganya lebih mahal. Jelaskan mengapa konsumen yang memiliki gaya hidup yang ramah lingkungan cenderung untuk membeli produk yang ramah lingkungan?

7. Perhatikan dan amati video di bawah ini!



Berdasarkan video iklan yang disajikan, jelaskan bagaimana pesan yang ingin disampaikan pengiklan dan paparkan karakteristik perilaku konsumen yang menjadi target dalam iklan tersebut!

8. Perhatikan dan amati gambar di bawah ini!



Kedua gambar di atas merupakan sama-sama gambar sepatu, namun kedua sepatu tersebut tentu berbeda dari segi jenis dan fungsi sehingga kita dapat menyimpulkan bagaimana karakteristik dari masing-masing penggunanya. Jelaskan bagaimana perbedaan karakteristik dari kedua pengguna sepatu di atas berdasarkan faktor gaya hidup, ekonomi, dan usia!

9. Sebuah perusahaan pakaian ingin meningkatkan penjualan produknya. Perusahaan tersebut melakukan penelitian perilaku konsumen untuk mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen dari produk pakaian. Apa saja yang dapat dilakukan oleh perusahaan pakaian tersebut untuk meningkatkan penjualan produknya berdasarkan hasil penelitian perilaku konsumen?

10. Toko "Sembako Jaya" adalah toko sembako tradisional yang telah beroperasi selama 20 tahun di daerah X. Toko ini memiliki banyak pelanggan setia, namun dalam beberapa tahun terakhir, penjualannya mengalami penurunan. Pemilik toko ingin memahami perilaku konsumen dalam berbelanja agar dapat meningkatkan kembali penjualannya. setelah dilakukan riset, diketahui bahwa perilaku konsumen mereka adalah sebagai berikut:

- Proses Pengambilan Keputusan: Pelanggan umumnya tidak melakukan banyak riset dan memilih produk berdasarkan kebiasaan dan merek yang familiar.
- Faktor Keputusan: Faktor yang paling penting dalam memilih toko adalah harga, lokasi, dan kualitas produk.
- Kepuasan: Pelanggan merasa puas dengan toko sembako tradisional yang menawarkan produk berkualitas, harga terjangkau, dan pelayanan ramah.

Berikan pendapat kalian, bagaimana strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan kembali penjualan Toko "Sembako Jaya"!

PROFIL PENGEMBANG



Nama : Noval Arkan Abiyyi
NIM : 200411624017
Email : novalarkanabiyyi@gmail.com
Program Studi : Pendidikan Bisnis
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas : Universitas Negeri Malang