

yang terbaik. Dia menggaransi makanan di hotel berbintang tersebut dijamin halal.

"Sebelum-sebelumnya kami be-

kasi dapurnya.

Menurutnya, itu sebagai jaminan bahwa produk yang disuguhkan kepada tamu terjamin halal.

"Sehingga wisatawan yang datang tidak ragu lagi menikmati sajian kuliner di Kota Makassar," ungkapnya. (nan/dir)

Edukasi Perbankan - Keuangan

Persembahan **FAJAR** dan **STIM Nitro**

Customer Choice

MEMANGGIBILAN keputusan membeli merupakan keputusan konsumen tentang apa yang hendak dibeli, berapa banyak yang akan dibeli, di mana akan dilakukan, kapan dan bagaimana pembelian akan dilakukan.

Menurut Berkowitz (2002), proses keputusan pembelian merupakan tahap yang dilalui pembeli dalam menentukan pilihan tentang produk dan jasa yang hendak dibeli. Dengan demikian, proses pemilihan merupakan bagian dari keputusan pengambilan keputusan pembelian produk.

Memilih merupakan sebuah tindakan membandingkan antara produk dengan produk lainnya. Dengan memperhatikan semua alternatif yang ada, hingga akhirnya diambil keputusan sebagai hasil dari sebuah pilihan. Memilih produk/

tempat untuk mendapatkan produk (patronage motives) memerlukan banyak informasi sebagai bahan perbandingan dalam memberi penilaian.

Konsumen dapat mempertimbangkan empat faktor yang relevan dengan proses keputusan membeli. Pertama motivasi, terkait perasaan suka atau tidak suka yang mendorong seseorang untuk membeli atau tidak membeli suatu produk/jasa. Kedua persepsi, merupakan hasil pemaknaan seseorang terhadap stimulus atau kejadian yang diterimanya berdasarkan informasi dan pengalamannya terhadap produk.

OLEH



KASNAENY
KARIM

Ketiga pembentukan sikap, dan keempat integrasi yang merupakan kesatuan sikap dan tindakan. Dengan melihat hal di atas, maka tindakan memilih bukanlah sesuatu hal yang sulit dan tidak akan

menimbulkan konflik jika telah dipertimbangkan secara matang.

Pilihan saat ini tidak lagi berdasar semata-mata pada harga. Pengetahuan konsumen akan sebuah produk sudah makin baik, sehingga dapat dikatakan konsumen sudah cerdas dalam melakukan proses pengambilan keputusan dengan mempertimbangkan kualitas yang diperlukan dalam menyesuaikan dengan perkembangan lingkungan saat ini, namun juga untuk perkembangan di masa akan datang.

Oleh karenanya, pemasar yang unggul dan cerdas adalah pemasar perusahaan yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan lebih baik dibanding pesaingnya. Jangan membodohi calon konsumen dengan janji-janji yang tidak mampu diberikan. Konsumen saat ini mampu membandingkan mana realitas dan mana janji. Ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan yang didapatkan akan membuat ketidakpuasan, dan berita buruknya akan tersebar demikian cepat dibanding berita yang baik.

Semua hal tersebut perlu diperhatikan, karena konsumen saat ini sudah makin cerdas dalam memilih, sehingga setiap pemasar mampu memposisikan dirinya dengan menawarkan spesialisasi yang mereka tawarkan. (*)

PT. FAJAR

Atas Bel

Bapak
(Ketua KPU)

pada Hari
pukul 15.10
dan Insha A
Senin, 22 Ja
di Pekuburan

H.I