
Perilaku Konsumen & Strategi Penetapan Harga

Bab 13

Roda Analisis Konsumen : Isu-isu Strategi Penetapan Harga



Biaya Konsumen

Uang Waktu
Kegiatan Kognitif
Upaya Perilaku

+

Nilai

=

Harga yg Masih Mau Dibayar

Biaya Bisnis

Produksi
Promosi
Distribusi
Penelitian Pemasaran

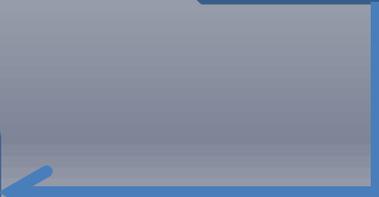
+

Laba

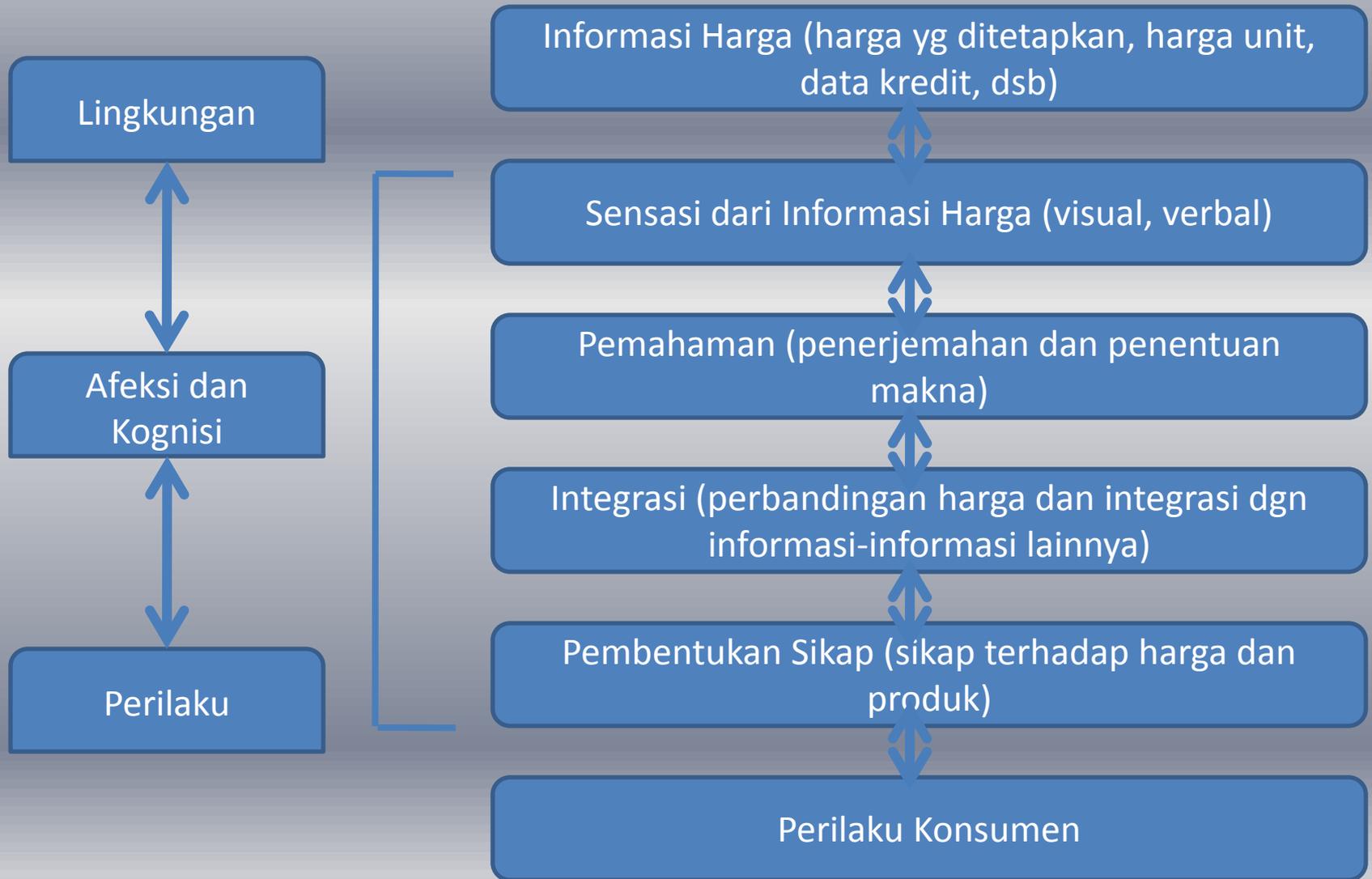
=

Harga Jual yg Diinginkan

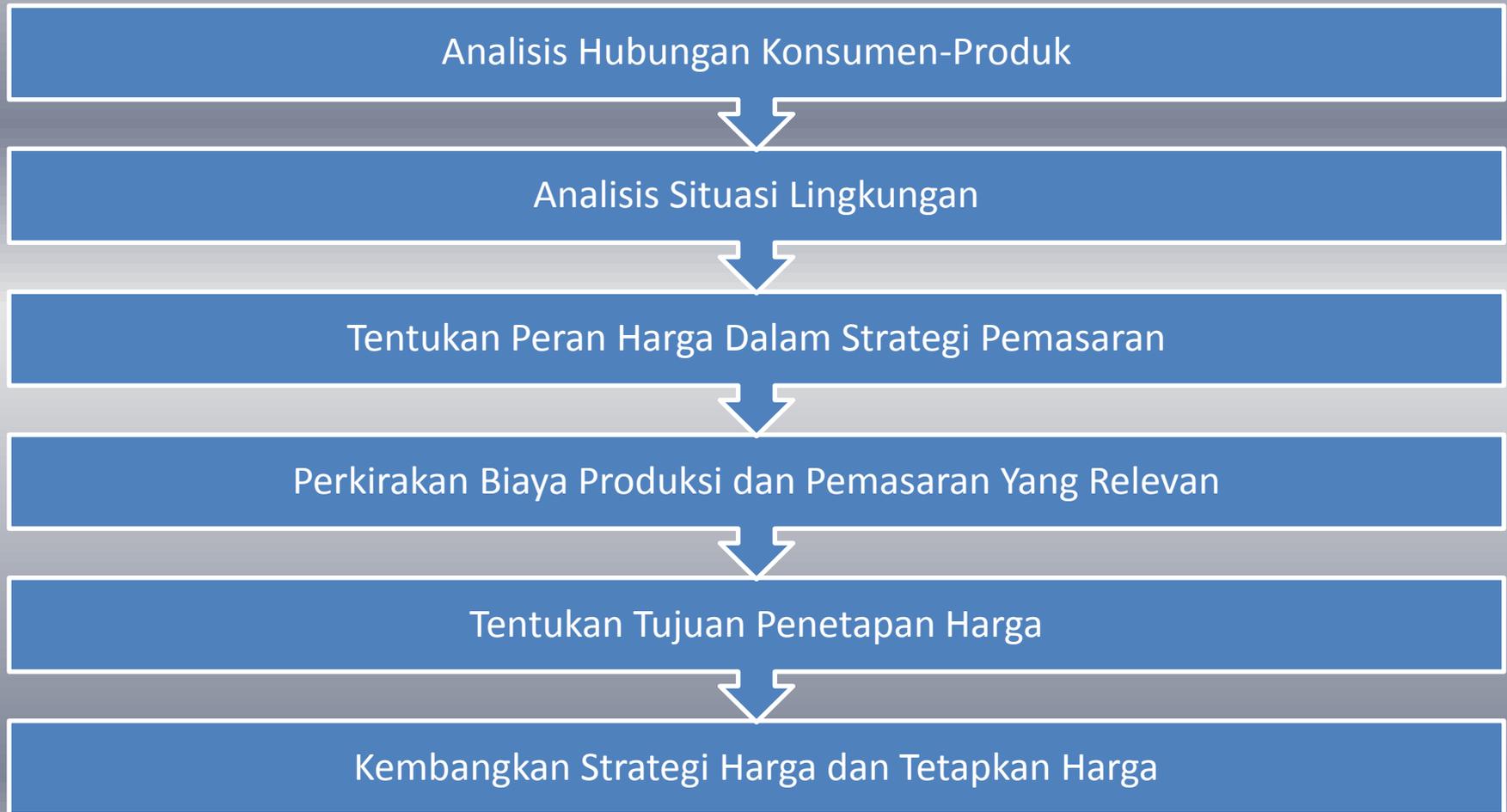
Marketing Exchange



Model Konseptual Pemrosesan Kognitif dari Informasi Harga



Pendekatan Strategis dalam Penetapan Harga



Analisis Situasi Lingkungan

- Jumlah Pesaing
- Pangsa Pasar Pesaing
- Lokasi Pesaing
- Kondisi utk masuk ke dalam industri
- Derajat integrasi vertikal pesaing
- Kekuatan keuangan pesaing
- Jumlah produk dan merek yang dijual oleh masing-masing pesaing
- Struktur biaya pesaing
- Catatan historis reaksi pesaing terhadap perubahan harga

Tujuan Penetapan Harga

