



D3 manajemen
Pemasaran

2018

MODUL PRAKTIKA PEMASARAN JASA



Hanya dipergunakan di lingkungan Fakultas Ilmu Terapan

MODUL

D3 MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS ILMU TERAPAN
UNIVERSITAS TELKOM

DAFTAR PENYUSUN

Widya Sastika, ST., MM

Sri Widaningsih, S.Psi, MM

Perilaku Konsumen dalam Konteks Jasa

2.1 TUJUAN

Setelah mengikuti praktikum ini mahasiswa diharapkan dapat: mengenal Perilaku Konsumen dalam Konteks Jasa

2.2 ALAT & BAHAN

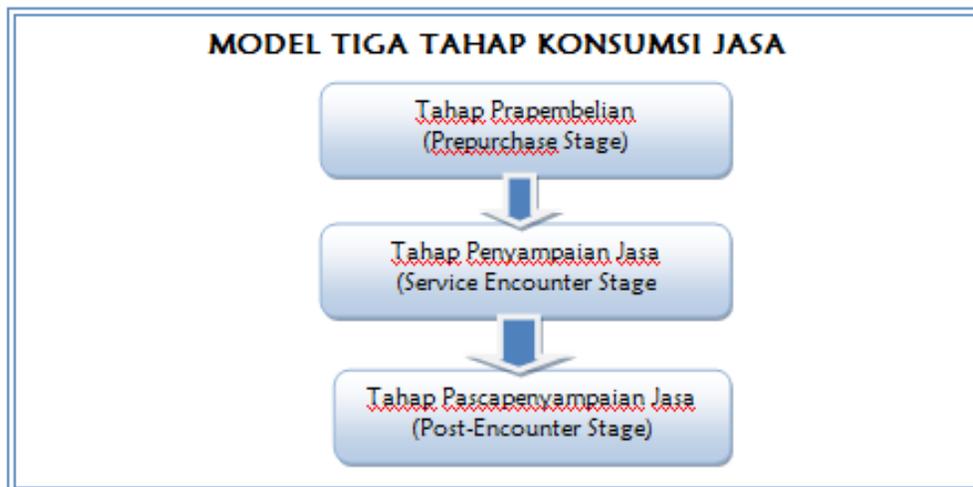
Buku referensi, Alat Tulis, Modul Praktikum Pemasaran Jasa

2.3 DASAR TEORI

Model Tiga Tahap Konsumsi Jasa

GAMBAR 2.1

Model Tiga Tahap Konsumsi Jasa



Jasa Kontak-Tinggi	Jasa Kontak-Rendah
Dapat mengunjungi dan mengamati tempat secara fisik (+ pilihan kontak-rendah)	Melihat situs Internet dan buku telepon, menelepon
Dapat mengunjungi dan mengamati (mungkin mencoba) peralatan, fasilitas, prosedur yang dijalankan; bertemu dengan pegawai, melihat pelanggan (+ pilihan jarak jauh)	Lebih banyak kontak jarak jauh (situs Internet, blog, telepon, e-mail, publikasi dll)
Di tempat (atau reservasi jarak jauh)	Jarak jauh
Di tempat saja	Jarak jauh

	Konsep Kunci
1. Tahap Prapembelian Kesadaran akan kebutuhan. Pencarian informasi	Timbulnya kebutuhan
<ul style="list-style-type: none"> Klarifikasi kebutuhan Mengeksplorasi berbagai solusi Mengidentifikasi alternatif produk-produk layanan dan pemasok 	Pembentukan pengelompokan
Pengevaluasian sejumlah alternatif (solusi dan pemasok)	Atribut penyelidikan/riset, pengalaman dan kepercayaan(credence)
<ul style="list-style-type: none"> Mempelajari informasi pemasok (misalnya: iklan, brosur, situs web, dll) Mempelajari informasi dari pihak ketiga (misalnya: publikasi ulasan, peringkat, komentar di web, blog, keluhan yang disampaikan ke lembaga publik, peringkat kepuasan, penghargaan) Mendiskusikan opsi-opsi dengan petugas layanan Mencari saran dan masukan dari penasihat pihak ketiga atau dari pelanggan lain 	Persepsi risiko (perceived risk)
Mengambil keputusan pembelian layanan dan biasanya melakukan reservasi	Pembentukan harapan tingkat layanan yang diinginkan tingkat layanan yang memadai tingkat layanan yang diperkirakan zona toleransi
2. Tahap Transaksi Interaksi Jasa Melakukan pemesanan layanan kepada pemasok yang terpilih atau memprakarsai tindakan swalayan/self-service (pembayaran tagihan dapat dilakukan dimuka atau belakangan)	Moment of truth Transaksi interaksi jasa Sistem servuction Teori peran dan naskah Teater sebagai metafora
3. Tahap Pasca Transaksi Interaksi Jasa Mengevaluasi kinerja layanan	Konfirmasi/diskonfirmasi terhadap ekspektasi
	Ketidakpuasan, kepuasan, dan kegembiraan (delight)
	Pembelian kembali
	Word of mouth

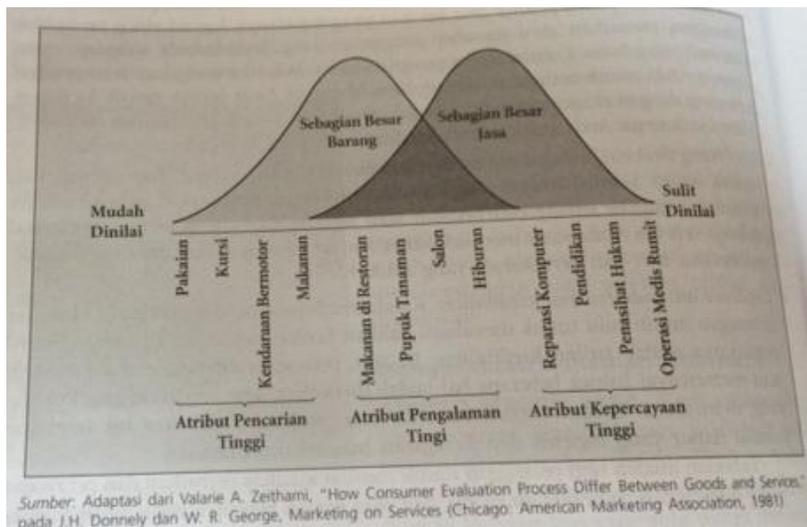
TAHAP PRAPEMBELIAN

Tahap Prapembelian ini diawali dengan timbulnya kebutuhan-kesadaran pelanggan potensial akan suatu kebutuhan- dilanjutkan dengan pencarian informasi dan pengevaluasian sejumlah alternative untuk memutuskan apakah pelanggan akan membeli suatu layanan.

Persepsi Risiko

GAMBAR 2.2

Bagaimana karakteristik produk mempengaruhi kemudahan evaluasi layanan



Ekspektasi Terhadap Layanan

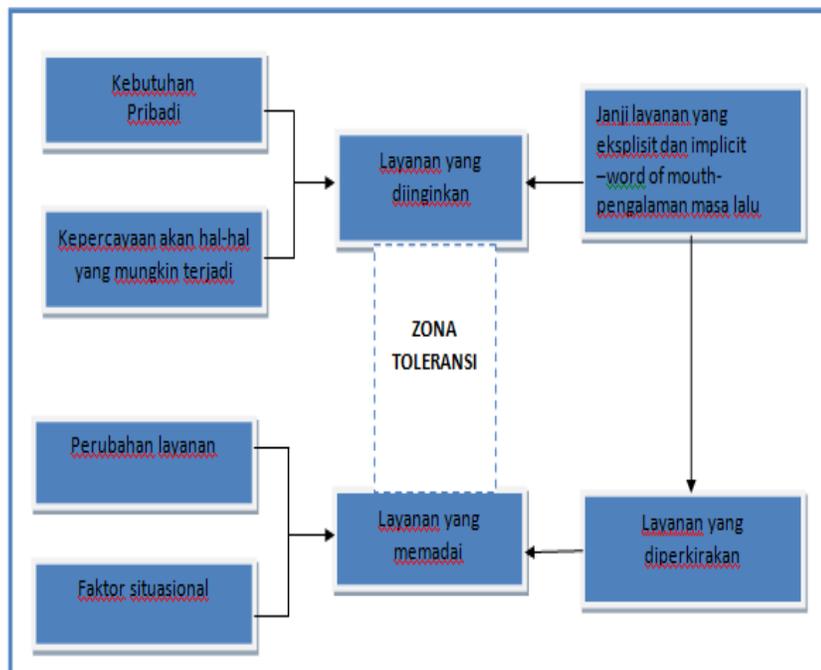
Ekspektasi dibentuk dalam proses pencarian dan pengambilan keputusan, dan hal ini sangat dipengaruhi oleh pencarian informasi dan pengevaluasian atribut-atribut produk.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perbedaan tingkat ekspektasi pelanggan :

1. Layanan yang diinginkan (*desired service*)
2. Layanan yang memadai (*adequate service*)
3. Layanan yang diperkirakan (*predicted service*)
4. Zona toleransi (*zone of tolerance*)

GAMBAR 2.3

Faktor-faktor yang mempengaruhi ekspektasi pelanggan akan layanan

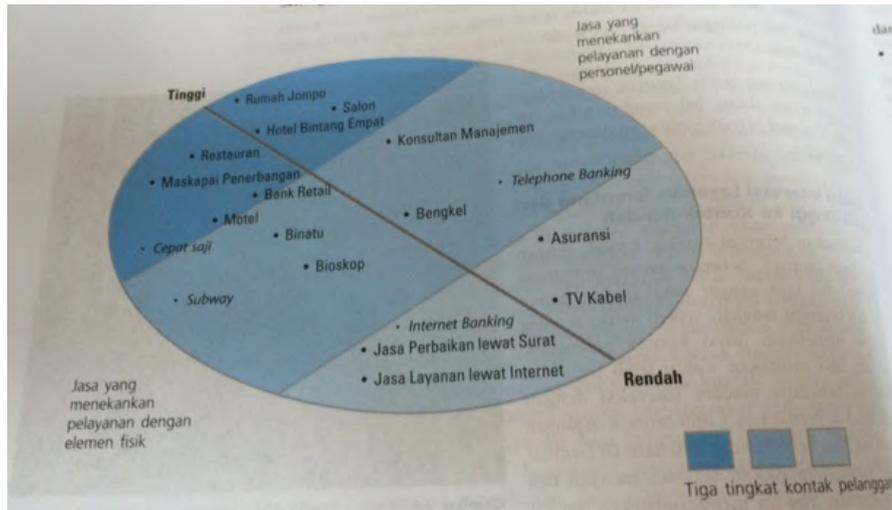


TAHAP PELAYANAN

Setelah mengambil keputusan pembelian, pelanggan melangkah ke tahap inti dari pengalaman layanan ini: tahap transaksi interaksi layanan (*service encounter*), yang biasanya meliputi suatu rentetan kontak dengan perusahaan jasa yang sudah dipilih.

GAMBAR 2.4

Jasa yang menekankan pelayanan dengan elemen fisik



TAHAP PASCA PELAYANAN

Dalam tahap pasca pelayanan ini, para pelanggan menilai kinerja layana yang telah mereka alami dan membandingkannya dengan ekspektasi mereka sebelumnya.