



TEORI PEMBELIAN TIDAK TERENCANA

Kajian Empiris Pada Toko Tradisional dan Toko Modern

TEORI PEMBELIAN TIDAK TERENCANA

Dr. Wisnalmawati, SE., MM.



Di dalam kehidupan sehari-hari sering dijumpai konsumen membeli sebuah produk/jasa secara tiba-tiba, tidak terencana atau tidak terpikirkan sebelumnya. Kondisi ini hampir dilakukan oleh konsumen di berbagai negara seluruh dunia. Survei Nielsen menjelaskan 85% konsumen ritel modern cenderung melakukan pembelian tidak direncanakan, tetapi konsumen sering kecewa akibat pembelian impulsif. Pembelian *impulse buying* adalah pembelian secara tiba-tiba tanpa berpikir obyektif. Seringkali produk yang dibeli tidak penting dan hanya untuk memenuhi keinginannya, pada akhirnya menjadi kecewa setelah menyadarinya.

Buku “Pembelian Tidak Terencana” ini bermanfaat bagi para konsumen, pemilik toko tradisional dan modern, masyarakat, mahasiswa, dan calon-calon entrepreneur untuk mengerti tentang *impulse buying*. Pemahaman itu bisa dimanfaatkan sesuai dengan kepentingan masing-masing seperti: membangun toko, mengembangkan pemasaran dan sebagainya. Buku ini juga bisa menumbuhkan semangat kreativitas dan inovatif menciptakan suasana toko yang menarik sesuai keinginan konsumen.

 **MK Press**

Bumi Mandiri Lt. 5 R 505
Jalan Basuki Rahmat 129-137
Surabaya

ISBN: 978-602-60043-6-9



9 786026 004369

Dr. Wisnalmawati, SE., MM.