

Daftar Isi

Tinjauan Mata Kuliah	vii
Modul 01	1.1
Memahami Perilaku Konsumen	
Kegiatan Belajar 1	1.7
Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran	
Kegiatan Belajar 2	1.24
Mengelola Hubungan Pelanggan dan Proses Segmentasi Pelanggan	
Modul 02	2.1
Motivasi, Persepsi dan Segmentasi Pelanggan	
Kegiatan Belajar 1	2.5
Teori Nilai Konsumsi dan Motivasi	
Kegiatan Belajar 2	2.31
Persepsi Nilai dan Segmenting Pelanggan	
Modul 03	3.1
Budaya dan Pengaruh Interpersonal Pada Perilaku Konsumen	
Kegiatan Belajar 1	3.5
Interaksi Budaya pada Perilaku Konsumen	
Kegiatan Belajar 2	3.18
Pengaruh Interpersonal dan Kelompok dalam Keputusan Konsumen	

Modul 04	4.1
Proses Pengambilan Keputusan Konsumen (<i>Consumer Decision Making Process</i>)	
Kegiatan Belajar 1	4.5
Proses Pengambilan Keputusan Pelanggan	
Kegiatan Belajar 2	4.23
Gaya Pengambilan Keputusan dan Keterlibatan Pelanggan	
Modul 05	5.1
Pemasaran Digital dan <i>E-Marketing</i>	
Kegiatan Belajar 1	5.5
Pemasaran Digital dan Pemasaran Konten	
Kegiatan Belajar 2	5.24
Transformasi dan Inovasi Digital dalam <i>e-Marketing</i>	
Modul 06	6.1
Strategi Pemasaran Digital	
Kegiatan Belajar 1	6.5
Pemasaran Strategik dan Pemasaran Digital	
Kegiatan Belajar 2	6.20
Manajemen Basis Data	

Modul 07	7.1
Hambatan dan Tantangan Pemasaran Digital	
Kegiatan Belajar 1	7.5
Globalisasi Pemasaran dan Ekonomi Digital	
Kegiatan Belajar 2	7.21
Hambatan Strategi Digital dan Adopsi TI	
Modul 08	8.1
<i>Digital Customer dan CRM</i>	
Kegiatan Belajar 1	8.5
<i>Theory of Planned Behavior (TPB) dan Technology Acceptance Model (TAM) dalam Digital Customer</i>	
Kegiatan Belajar 2	8.23
<i>Customer Relationship Management dan Customer Retention Strategies</i>	
Modul 09	9.1
Media Sosial, Blog, Forum dan Optimasi Mesin Pencari	
Kegiatan Belajar 1	9.5
Pemanfaatan Media Sosial dan Jejaring Sosial	
Kegiatan Belajar 2	9.26
Peran Optimasi Mesin Pencari dalam Kegiatan Pemasaran	
Riwayat Penulis	9.41