

ANALISIS PRAKTEK PUKURAN SPONTAN MELALUI IMPLEMENTASI IKLIM PENJUALAN EMOSI

Ahmad Latif
maulanalatif@yahoo.com

Abstrak

Ing jaman globalisasi lan kemajuan teknologi saiki mbutuhake kawigatosan sing luwih akeh, utamane ing babagan kemajuan ilmu pengetahuan lan teknologi sing wis maju banget sesuai karo kemajuan jaman. Ing perkembangan ilmu pengetahuan lan teknologi akeh dampak positif, nanging ora ngilangi kemungkinan bisa nyebabake akeh masalah. Ing ngasilaken produk utawa layanan sing padha utawa padha karo kualitas lan kualitas apik, saéngga nyebabake pangsa pasar sempit. Dadi ing kasus iki sing ndadekake perusahaan terus bersaing kanggo bisa nemokake kepinginan lan kabutuhan konsumen. Toko Buku Gramedia minangka salah sawijining perusahaan sing nglakokake dodolan eceran buku, alat tulis kantor, aksesoris komputer lan perlengkapan sekolah sing isih lestari ing kompetisi iki, nanging ana kemungkinan Toko Buku Gramedia bakal ngalami penurunan penjualan, amarga saka persaingan sing saya tambah ketat saka perusahaan sing melu bisnis. ing sektor ritel buku sing nduweni kualitas lan kualitas sing meh padha karo Toko Buku Gramedia sing nawakake macem-macam pilihan produk kanthi rega sing luwih kompetitif, mula perusahaan kudu nggawe ide utawa langkah sing kudu ditindakake kanggo nemtokake langkah sing kudu ditindakake. dijupuk.

Kata Kunci: Pembelian spontan, Pemasaran emosional, Iklim Penjualan, Toko Buku, Konsumen

PUSTAKA

- Chang, Hyo Jung, et al. 2013. Efek Moderasi Karakteristik Situasional ing Impulse Buying. *International Journal of Retail & Distribution Management*. Vol. 42 No. 4.
- Cummins, Julian lan Mullin, Roddy. 2014. *Promosi Sales*. Jakarta: PPM Engel, J., Roger D. Blackwell lan Paul W. Miniard. 2008. *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa: Budyanto. Jilid I.. Jakarta: Penerbit Binarupa Aksara.
- Gilbert, D. 2013. *Manajemen Pemasaran Ritel*. Inggris: Prentice Hall. Graa, Amel, Dani-Elkebir, Maachou, Bensaid, Mohamed. 2014. Dampak Faktor Lingkungan tumrap Perilaku Tuku Impuls Nggunakake Kerangka Mehrabian lan Russell. *Leonardo Journal of Sciences*. pp: 101-114.
- Griffin, Ricky W., lan Ebert, Ronald J. 2012. *Business 5th Edition*. Prentice Hall International Inc.
- Harras, H., Sugiarti, E., & Wahyudi, W. (2020). *Kajian Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Mahasiswa*.
- Hetharie, Jondry Adrin. 2011. Peran Emosi Positif minangka Mediator Stimulus Lingkungan Toko lan Faktor Sosial tumrap Impulse Buying Tendency ing Matahari Departement Store kota Ambon. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. 10(4): 890-898.
- Hussain, Riaz lan Ali, Mazhar. 2015. Pengaruh Suasana Toko ing Niat Tuku Konsumen. *Jurnal Internasional Studi Pemasaran*. Vol. 7, No. 2.