**DESKRIPSI TUGAS**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Mata Kuliah** | | **:** | **Perilaku Konsumen** | | | **Kode Mata Kuliah** | **:** | **BM62G3** |
| **Semester** | | **:** | **4** | | | **SKS** | **:** | **3** |
| **Minggu ke -** | | **:** | **13** | | | **Tugas ke -** | **:** | **1** |
| **1.** | **Tujuan Tugas** | | | **:** | Memahami Proses Keputusan Konsumen: pemilihan outlet dan pembelian terhadap perilaku konsumsi dari konsumen. | | | |
| **2.** | **Uraian Tugas** | | | **:** |  | | | |
|  | Apa karakteristik situs web yang dapat digunakan pengecer online untuk meningkatkan kemungkinan pembelian di antara individu yang mengunjungi situs web mereka? Jelaskan masing-masing faktor dalam hal bagaimana seharusnya digunakan, dan jelaskan efek yang dimaksudkan pada konsumen untuk produk-produk berikut:  *a.* Dorm furniture from Target.com  *b.* Electronics from Amazon.com  *c.* Laptop from HP.com  *d.* Backpack from REI.com  *e.* Apparel from JCPenney.com  *f.* Cosmetics from Macys.com  *g.* Tools from Sears.com | | | | | | | |
| **3.** | **Kriteria Penilaian** | | | **:** | Format tugas: 5% | | | |
| Isi, kedalaman bahasan, dan tanya jawab: 90% | | | |
| Ketepatan waktu penyerahan: 5% | | | |