

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses penjualan pada PT. IntiMegah	12
Gambar 3.1 Model Perilaku Konsumen menurut Kotler & Armstrong	16
Gambar 3.2 Model Proses Pembelian menurut Kotler & Armstrong (2006)	19
Gambar 3.3 Diagram faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan...	20
Gambar 3.4 Proses Pembelian Menurut Kotler & Armstrong (2006)	21
Gambar 3.5 Proses pengambilan keputusan menurut Blackwell (2007)	22
Gambar 3.6 Diagram Pengenalan Kebutuhan menurut Blackwell (2007)	23
Gambar 3.7 Model pengambilan keputusan Howyer & MacInnis (2007)	26
Gambar 3.8 Diagram pengambilan penilaian dan penetapan keputusan menurut Howyer & MacInnis (2007)	27
Gambar 3.9 <i>Major elements Of Organizational Buying Behavior</i> menurut Hut & Speh (2007)	30
Gambar 3.10. <i>A simple model of consumer decision making</i> (Schiffman, 2001).....	35
Gambar 3.11. <i>Organizational Buying Behavior</i> Menurut Schiffman	37
Gambar 3.12. <i>Model Of Motivation Process</i> Schiffman (2001).....	40
Gambar 3.13 Teori motivasi / kebutuhan Maslow	42
Gambar 3.14 diagram penyederhanaan <i>Theory of Reasoned Actioned</i> (Blackwell, 2007)	52

Gambar 5.1 Proporsi sumber informasi pembelian semen	62
Gambar 5.2 Bahan pengevaluasian alternatif	63
Gambar 5.3 Cara pembayaran (TOP) yang diinginkan kontraktor	64
Gambar 5.4 Evaluasi servis dari tenaga penjual	66
Gambar 5.5 Evaluasi servis penjualan perusahaan semen	67
Gambar 5.6 Komitmen atau janji yang dijadikan bahan evaluasi	68
Gambar 5.7 Cara evaluasi kinerja semen	69
Gambar 5.8 Evaluasi kinerja supplier berdasarkan komitmen awal negosiasi pembelian	70
Gambar 5.9 <i>Perceptual maps</i> Semen di Jabodetabek	77
Gambar 5.10 Persepsi Semen Tiga Roda dan Kompetitor di Pasaran Jabodetabek ..	78