

# PERILAKU KONSUMEN

## Bab 2



c. Model Pengambilan Keputusan

d. Kerangka Kerja Konseptual

e. Tingkatan Analisis

Note:

Model → suatu penyederhanaan dr realita

Dlm bentuk:

- Grafik (hub. dua variabel)
- Persamaan matematis ( $> 2$  variabel)
- Skema suatu proses

## c. Model Pengambilan Keputusan

Dlm bentuk Skema suatu proses pengambilan keputusan pembelian atau mengkonsumsi

Tujuan Model:

1. Pengembangan teori
2. Mempermudah dlm mempelajari proses pengambilan keputusan

## Fungsi Model:

- Deskriptif → ttg langkah2 yg dilakukan konsumen
- Prediksi → meramalkan aktivitas konsumen
- *Explanation* → hub. Sebab - akibat
- Pengendalian → mempengaruhi & mengendalikan aktivitas pd masa y.a.d.

# Macam<sup>2</sup> Model:

a. Model “*buyer behavior*”:

\* *The Howard & Sheth*

\* *The Sheth of industrial*

b. Model “*consumer behavior*”:

\* *The Engel, Kollat & Blackwell*

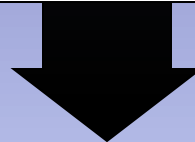
\* *The Kerby*

\* *The Dyadic Approach Nicosta*

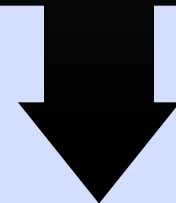
# Model Keputusan Konsumen

By Howard & Sheth

**STRATEGI PEMASARAN**  
Perusahaan  
Pemerintah  
Organisasi Nirlaba  
Partai Politik



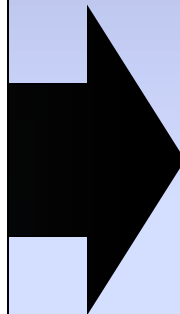
**PROSES KEPUTUSAN**  
Pengenalan  
Kebutuhan  
Pencarian Informasi  
Evaluasi Alternatif  
Pembelian dan  
Kepuasan



**IMPLIKASI**  
Strategi Pemasaran  
Kebijakan Publik  
Pendidikan Konsumen

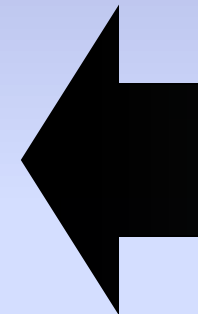
## PERBEDAAN INDIVIDU

1. Kebutuhan & Motivasi
2. Kepribadian
3. Pengolahan Info & Persepsi
4. Proses Belajar
5. Pengetahuan
6. Sikap

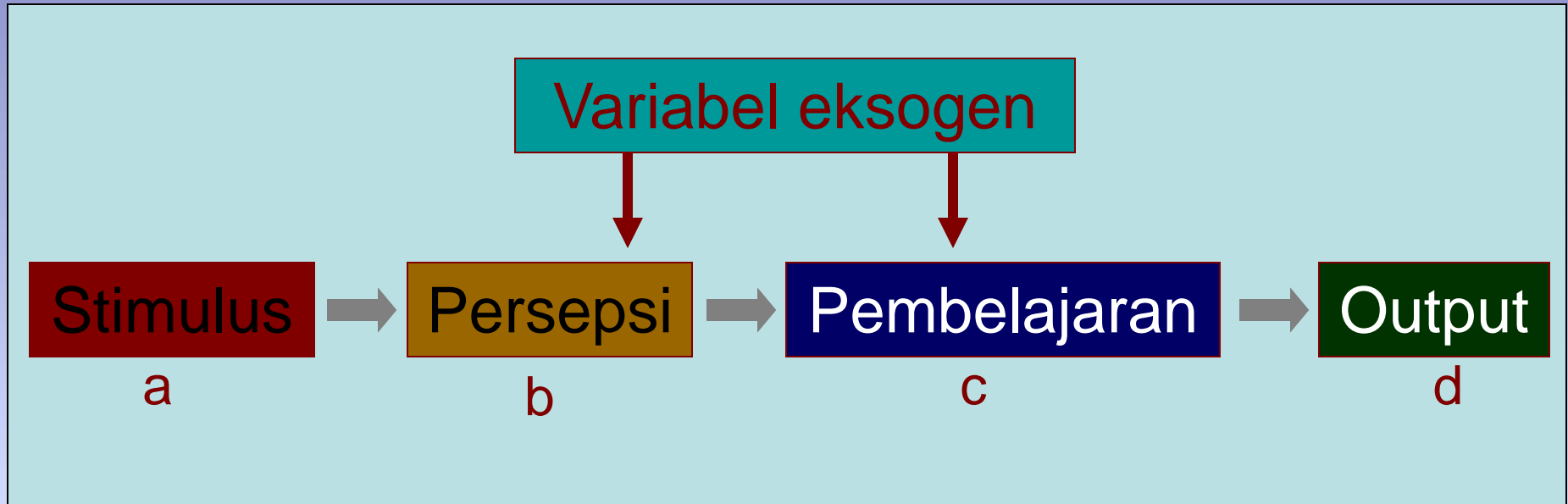


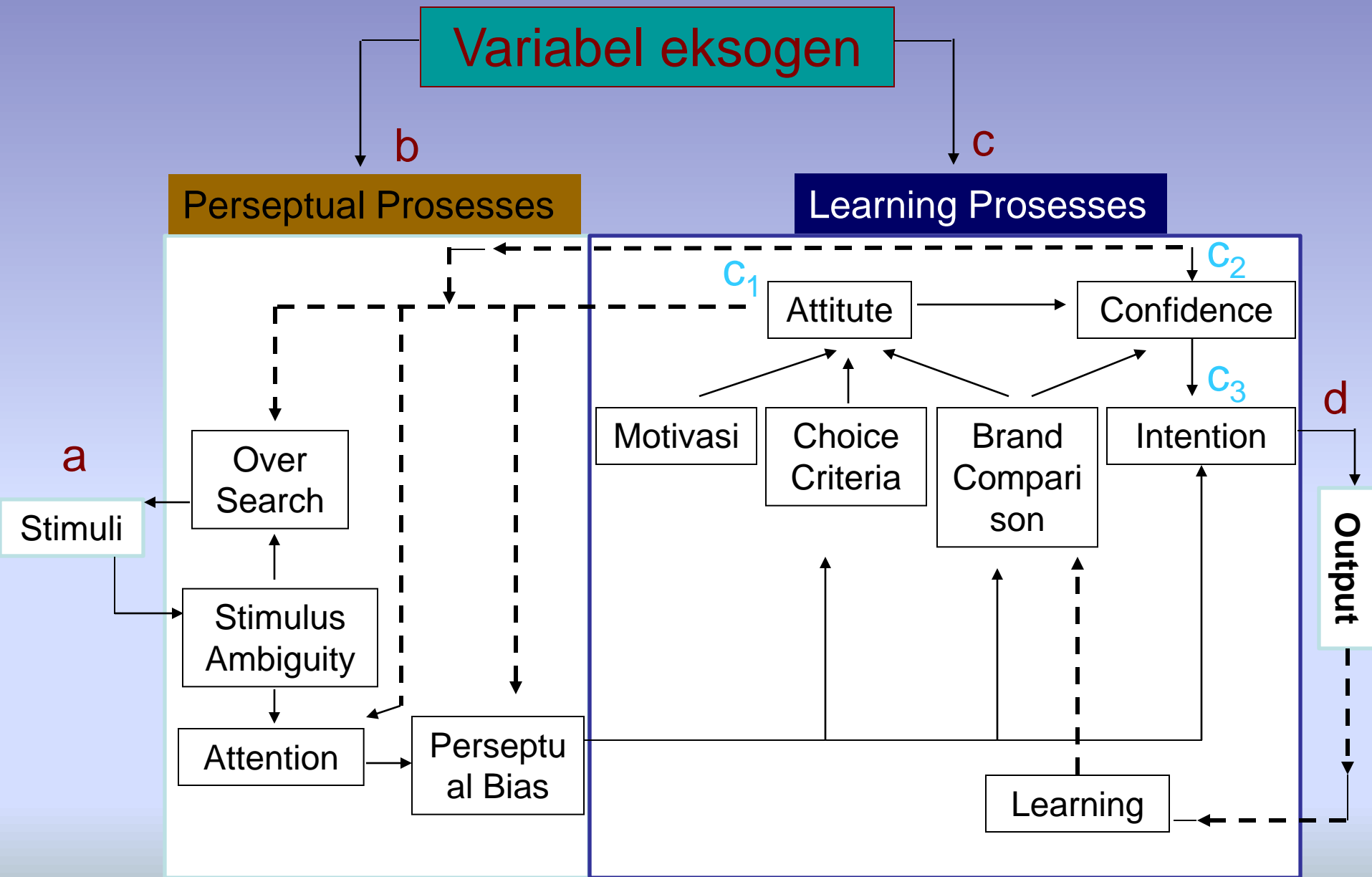
## FAKTOR LINGKUNGAN

1. Budaya
2. Karakteristik Sos. Ekonomi
3. Keluarga & Rmh Tangga
4. Kel. Acuan
5. Situasi Konsumen



# Bentuk Umum pengambilan keputusanKonsumen

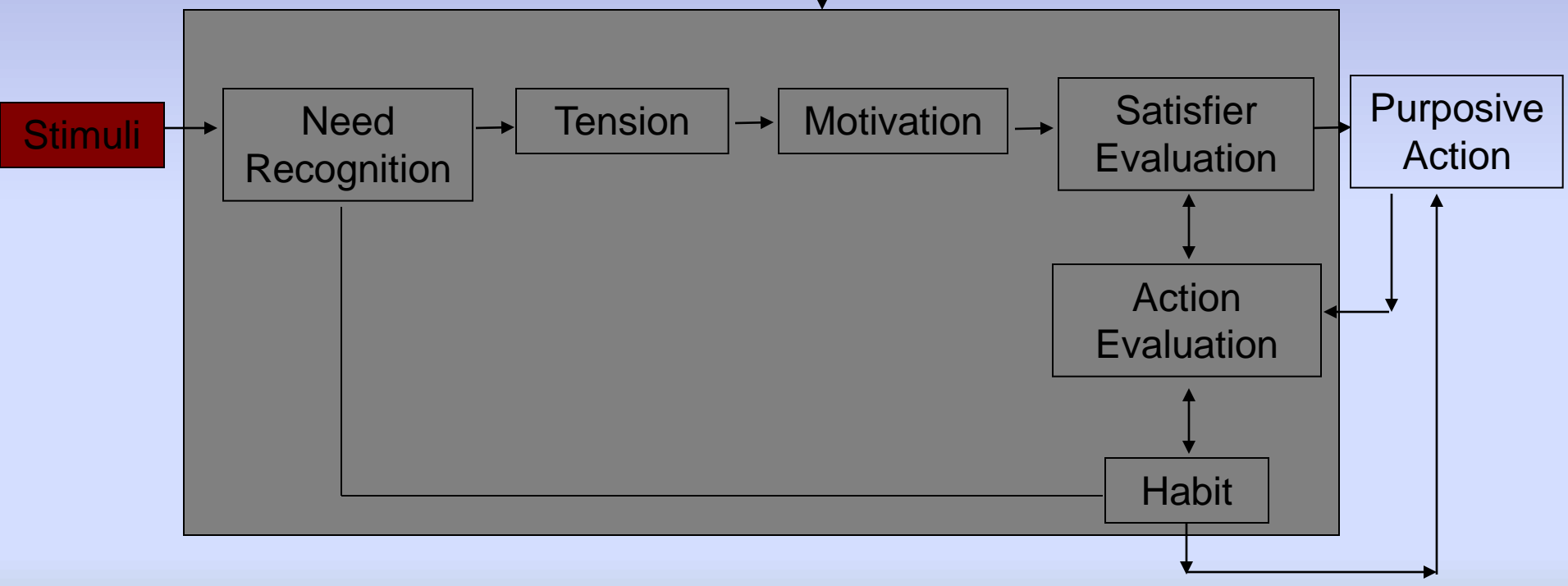
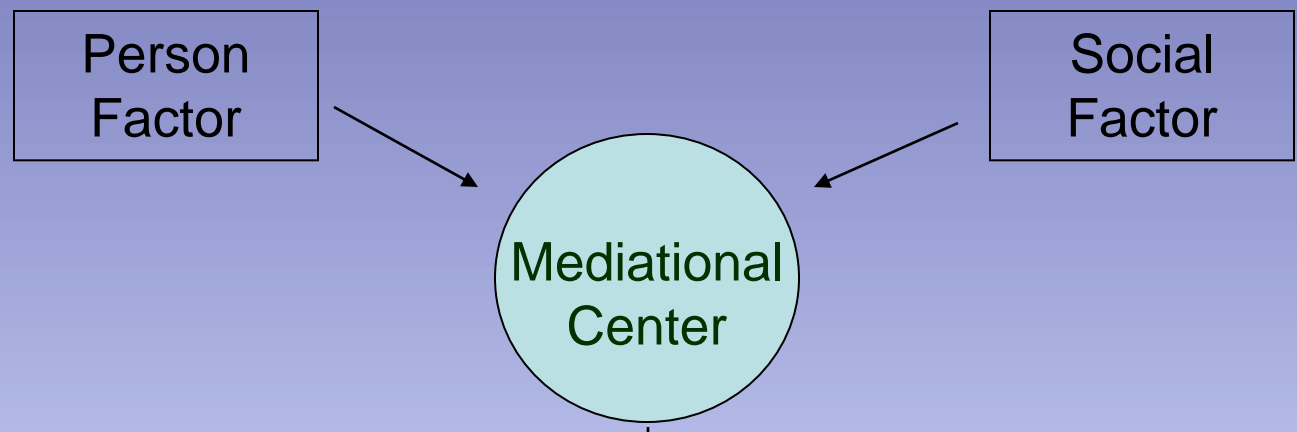




*Intention = bermaksud*



Kerby



## d. Kerangka Kerja Konseptual

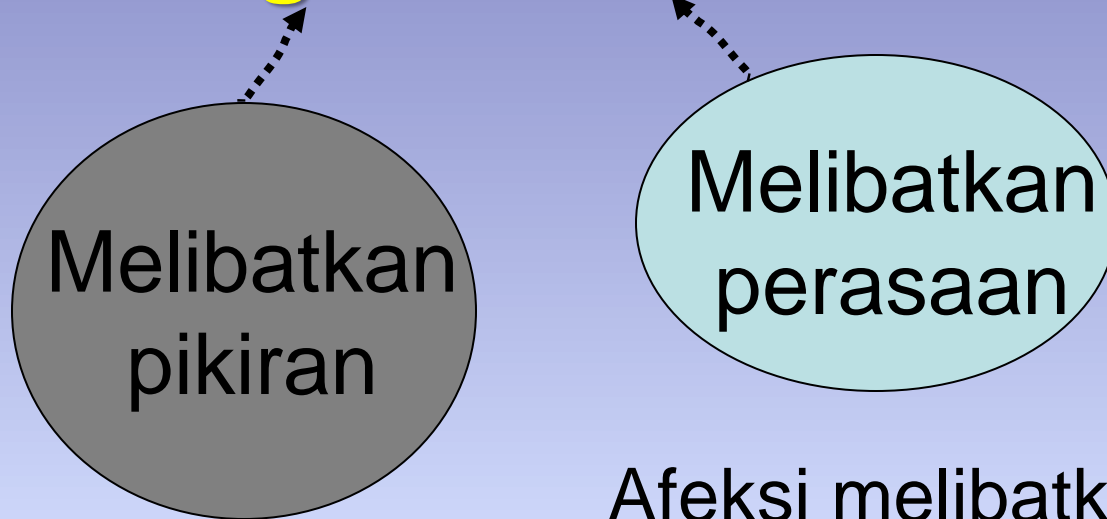
Kegunaan:

- Menemukenali
  - Menganalisis
  - Memahami
- } Perilaku konsumen

Unsur<sup>2</sup>:

- Kognisi & Afeksi
- Perilaku (psikomotorik/konatif)
- Lingkungan

# Kognisi & Afeksi



Afeksi melibatkan:

- ✓ Emosi → cinta, marah
- ✓ Status perasaan → kepuasan, frustrasi
- ✓ Suasana hati → kebosanan
- ✓ Evaluasi → suka, tdk suka

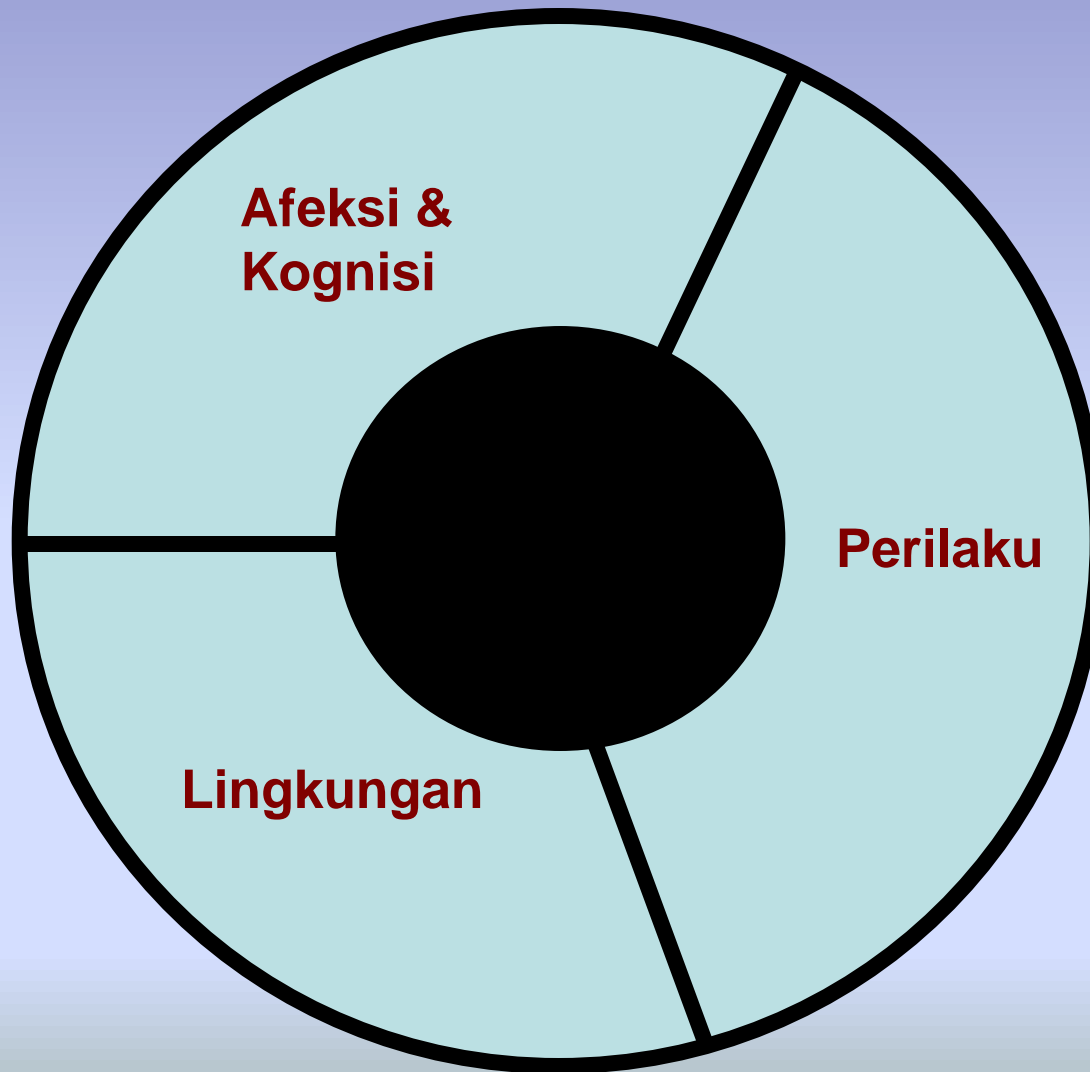
Perilaku (psikomotorik/konatif)

Tindakan nyata yg  
dpt diobservasi  
secara langsung

Lingkungan (environment)

Rangsangan fisik &  
sosial yg kompleks di  
eksternal konsumen

# Tiga elemen dari kerangka kerja perilaku konsumen



## Bentuk hubungan antar elemen

- a. Hubungan satu arah → sebab-akibat  
(hubungan kausalitas)
- b. Interaksi yg berkesinambungan → penetapan timbal-balik (*reciprocal determinism*)

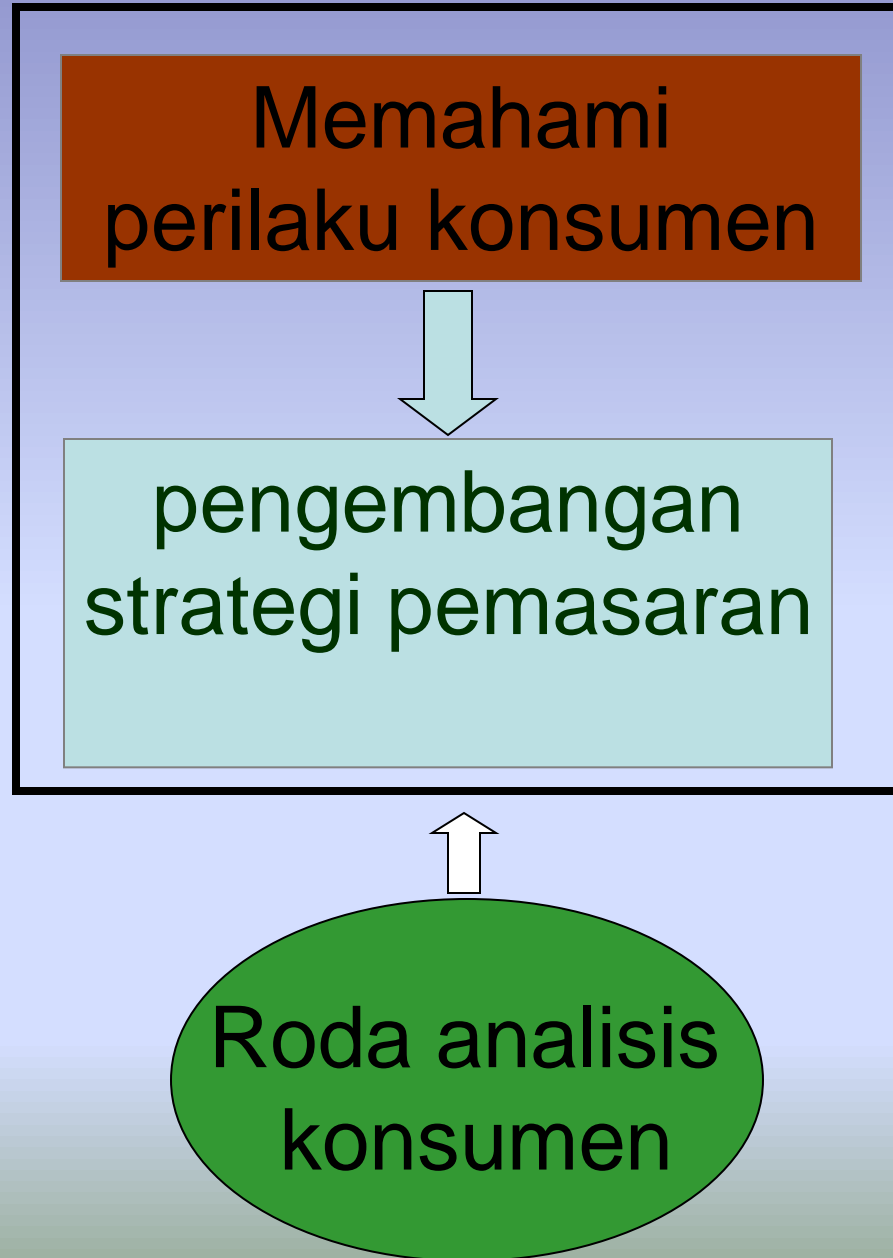
### ad. a.

- Dampak kausal elemen kognitif thp perilaku
- Dampak lingkungan thdp perilaku

### ad. b.

- ✓ Setiap elemen dlm model menyebabkan elemen lain & sebaliknya
- ✓ Urutan kejadian berkesinambungan

## e. Tingkatan Analisis



## Unit Analisis:

- Masyarakat → paradigma *back to nature*
- Industri → kumpulan antar firm (produsen pesaing dst.)
- Segmen Pasar → menurut kelp. Umur, lokasi, tk. Pendapatan, jenis kelamin dst.
- Individu

Ditetapkan terlebih dahulu  
sasaran penelitian



# Roda Analisis Konsumen

