

# Bab 3

## Model Perilaku Konsumen

# PERILAKU KONSUMEN

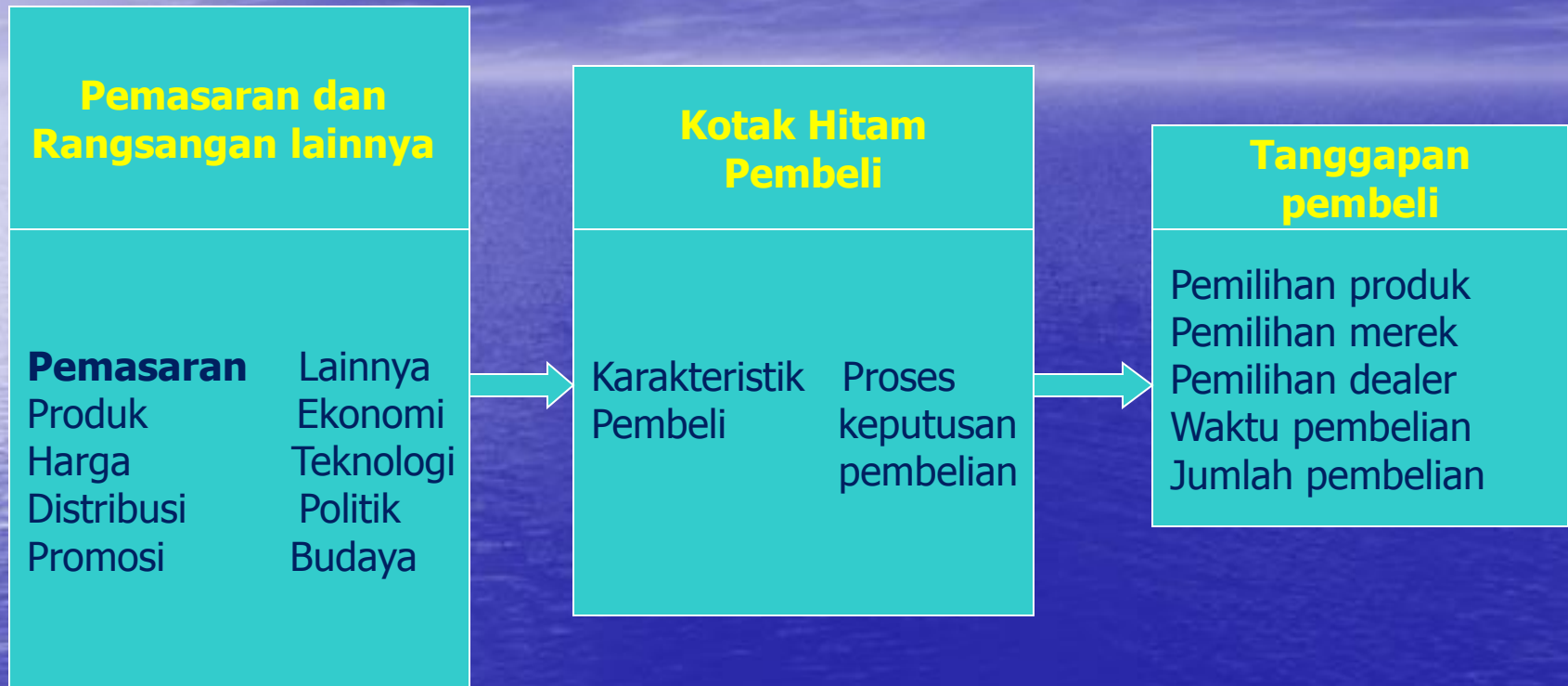
- Tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut (James F. Engel)

# PERILAKU KONSUMEN



- Perilaku membeli dari konsumen akhir, individu dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi (Philip Kotler)

# MODEL PERILAKU KONSUMEN



MODEL PERILAKU KONSUMEN

# Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

## Budaya

- Subbudaya
- Kelas Sosial

## Sosial

- Kelompok acuan
- Keluarga
- Peran dan status

## Pribadi

- Umur & Tahap hidup
- Pekerjaan
- Situasi ekonomi
- Gaya hidup
- Kepribadian & konsep diri

## Psikologis

- Motivasi
- Persepsi
- Pengetahuan
- Keyakinan & Kepribadian Sikap

## Pembeli

# Budaya

- *Budaya*

Kumpulan nilai-nilai persepsi, keinginan dan tingkah laku yang dipelajari oleh seorang anggota masyarakat dari keluarga dan lembaga penting lainnya.

- *Sub Budaya*

Sekelompok orang yang mempunyai sistem nilai sama berdasarkan pada pengalaman hidup dan situasi

(Nasionalisme, agama, kelompok ras dan wilayah geografis)

- *Kelas Sosial*

Divisi masyarakat yang relatif permanen dan teratur dengan para anggotanyamenganut nilai-nilai, minat, dan tingkah laku yang serupa.

# Sosial

- *Kelompok Acuan*

Berfungsi sebagai titik perbandingan atau acuan langsung atau tidak langsung dalam membentuk sikap atau tingkah laku seseorang

- *Kelompok Aspirasional*

Merupakan kelompok yang diincar oleh seseorang agar dapat masuk ke dalamnya.

- *Pemuka Pendapat*

Orang yang dalam kelompok acuan yang karena ketrampilannya, pengetahuan, kepribadian yang spesial memberi pengaruh pada yang lain.

# Sosial

- *Keluarga*

Organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat.

- *Peran dan Status*

- Peran

Aktivitas yang diharapkan dilakukan seseorang menurut orang-orang yang ada disekitarnya.

- Status

Mencerminkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat



# Pribadi

- Umur dan Tahap Daur Hidup

Tahap Daur Hidup Keluarga : tahap-tahap yang mungkin dilalui oleh keluargasesuai dengan kedewasaannya.

- Pekerjaan

Pekerjaan seseorang akan mempengaruhi pembelian barang dan jasa.

- Situasi Ekonomi

Situasi perekonomian seseorang : pendapatan pribadi, tabungan

- Gaya Hidup

Pola kehidupan seseorang yang diwujudkan dalam aktivitas, minat dan opini.

- Kepribadian dan Konsep Diri

- Karakteristik psikologi unik yang menyebabkan respon yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan dirinya sendiri
- Dasar Pemikiran Konsep diri : apa yang dimiliki seseorang memberikan kontribusi pada dan mencerminkan identitas mereka

# Psikologis

- Motivasi

Kebutuhan yang cukup menekan untuk mengarahkan seseorang mencari cara untuk memuaskan kebutuhan tadi.

- Persepsi

Proses yang dilalui seseorang dalam memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan informasi guna membentuk gambaran yang berarti mengenai dunia.

- Perhatian Selektif

Kecenderungan bagi manusia untuk menyaring sebagian besar informasi yang mereka hadapi

- Distorsi Selektif

Kecenderungan seorang untuk menginterpretasikan informasi dengan cara yang akan mendukung apa yang telah mereka yakini.

- Ingatan Selektif

kecenderungan untuk mengingat informasi yang mendukung sikap dan keyakinan mereka.

# Psikologis

- Pengetahuan  
Perubahan dalam tingkah laku individual yang muncul dari pengalaman
- Keyakinan dan Sikap
  - Keyakinan  
Pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang mengenai sesuatu
  - Sikap  
Evaluasi Perasaan dan kecenderungan dari seseorang terhadap suatu obyek atau ide yang relatif konsisten

# Peran Dalam Keputusan Membeli

- Initiator (pemrakarsa)  
Orang yang pertama menyarankan atau mencetuskan gagasan membeli produk atau jasa tertentu
- Influencer (Pemberi Pengaruh)  
Orang yang pandangan dan sarannya mempengaruhi keputusan membeli
- Decider (Pengambil Keputusan)  
Orang yang akhirnya mengambil keputusan membeli
- Buyer (Pembeli)  
Orang yang benar- benar melakukan pembelian
- User ( Pengguna)  
Orang yang mengkonsumsi atau menggunakan produk atau jasa

# Proses Keputusan Pembeli

- Pengenalan Kebutuhan

Konsumen mengenal adanya masalah atau kebutuhan

Kebutuhan dapat dipengaruhi oleh rangsangan internal dan rangsangan eksternal

- Pencarian Informasi

Tahap dimana konsumen mencari informasi lebih banyak

- Konsumen mungkin hanya meningkatkan perhatian
- Pencarian informasi lebih aktif

Sumber Informasi

- Sumber pribadi (Keluarga, teman, tetangga)
- Sumber komersial (Iklan, wiraniaga, agen, kemasan)
- Sumber Publik (Media masa)
- Sumber Pengalaman (Pemeriksaan, menggunakan produk)

- Evaluasi Alternatif

Tahap dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek alternatif dalam perangkat pilihan

- Tahap Pertama

Konsumen melihat produk sebagai kumpulan atribut produk

- Tahap Kedua

Konsumen akan memberikan tingkat arti penting berbeda terhadap atribut berbeda menurut kebutuhan dan keinginan unik masing-masing

- Tahap Ketiga

Konsumen mungkin akan mengembangkan satu himpunan keyakinan merek mengenai dimana posisi setiap merek pada setiap atribut.

- Tahap Keempat

Harapan kepuasan produk total konsumen akan bervariasi pada tingkat atribut yang berbeda.

- Tahap Kelima

Konsumen sampai pada sikap terhadap merek berbeda lewat beberapa prosedur evaluasi

- Keputusan Membeli

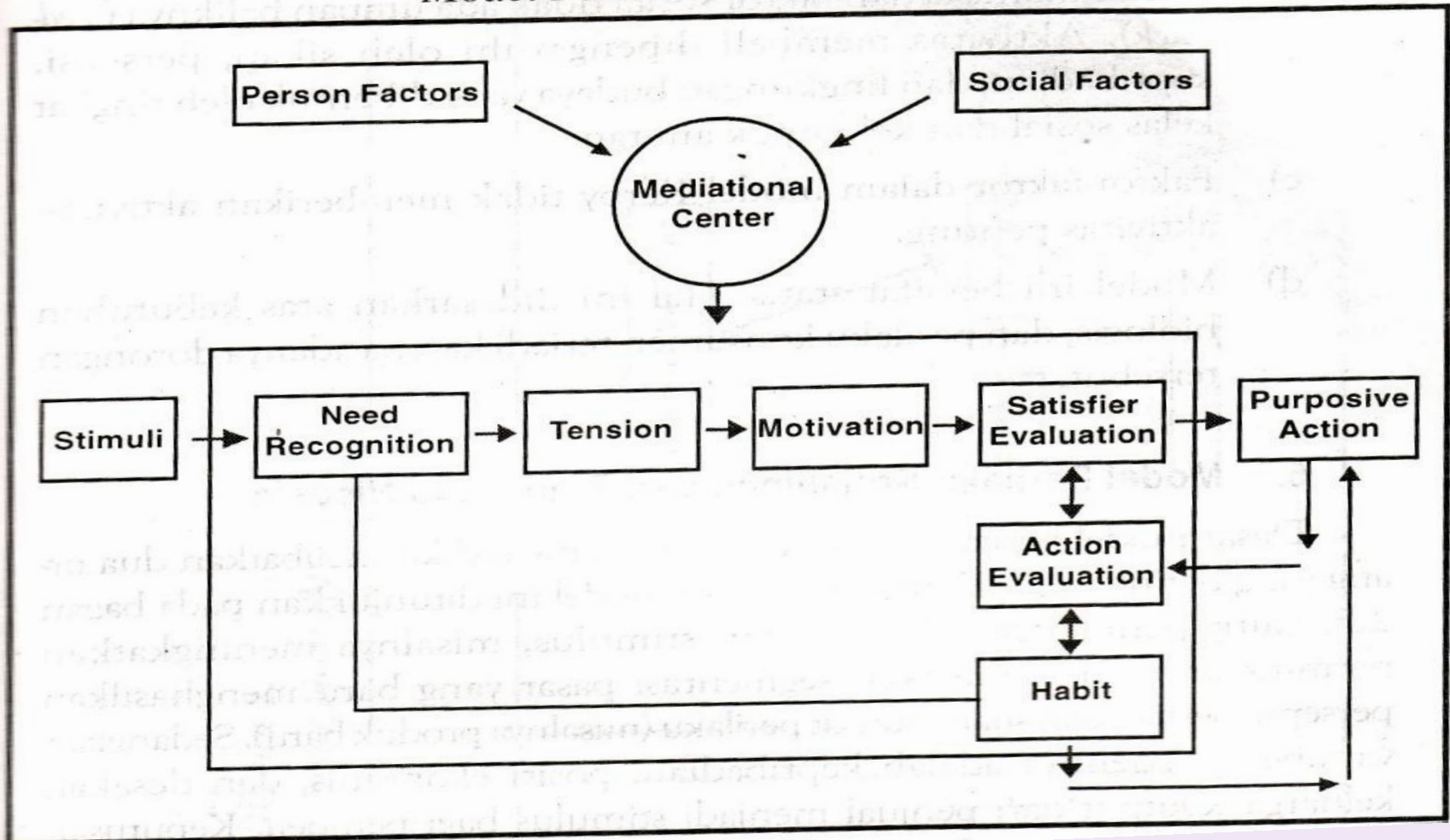
Ketika konsumen benar-benar membeli produk

- Tingkah Laku Pasca Pembelian

Ketika konsumen mengambil tindakan lebih lanjut setelah membeli berdasarkan rasa puas atau tidak puas

# Bagan Perilaku Konsumen dari Kerby

*Bagan 2.6*  
*Model Perilaku Konsumen dari Kerby*



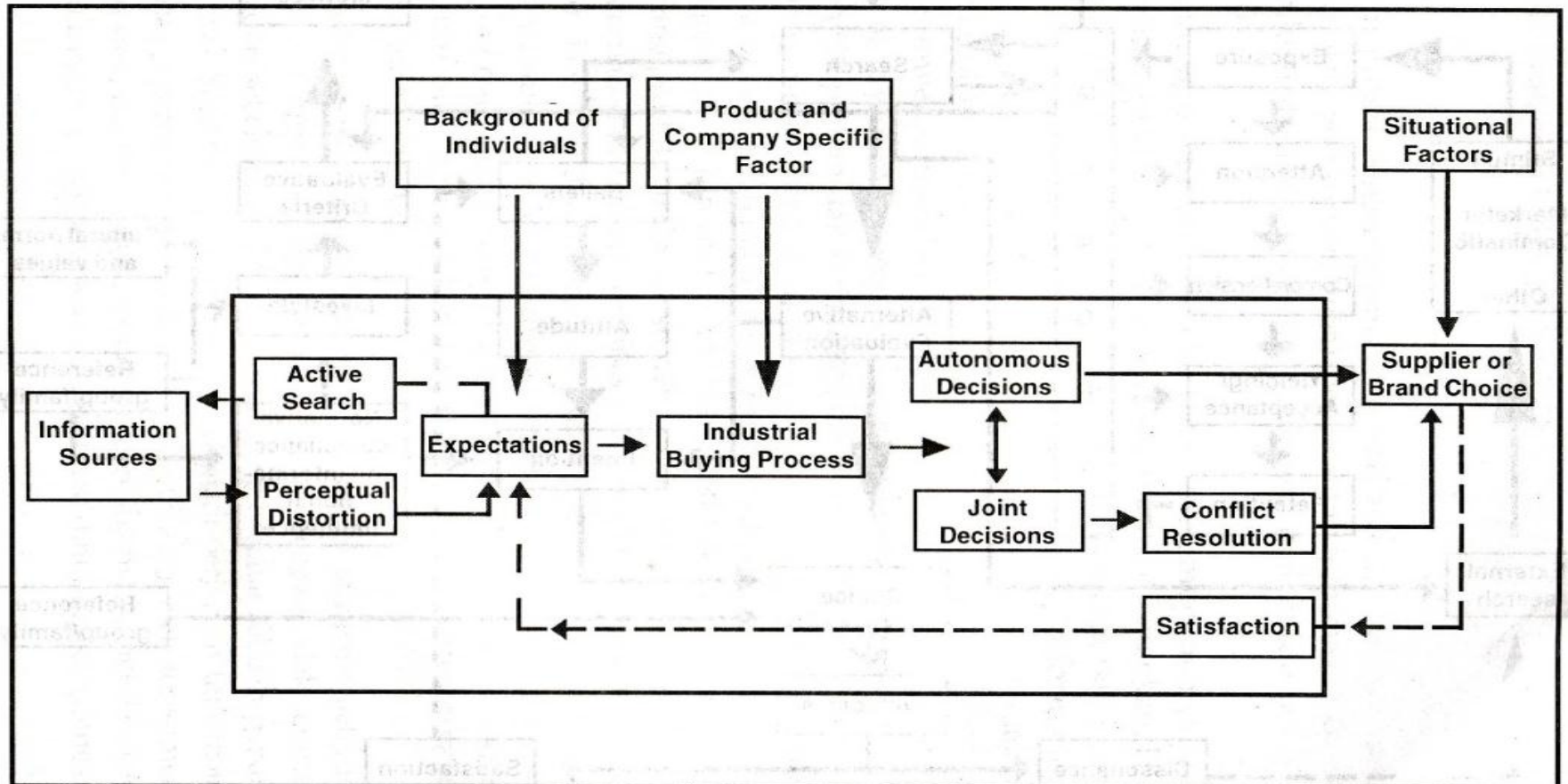


# *Penjelasan Bagan 1*

- **Stimulus akan menimbulkan pengenalan kebutuhan konsumen. Apabila situasi tidak bersifat rutin, akan timbul motivasi untuk melakukan kegiatan, mengevaluasi alternatif, dan dapat memuaskan kebutuhan. Dengan demikian akan dihasilkan aktivitas bertujuan (melakukan kegiatan terarah pada tujuan untuk memuaskan kebutuhan). Aktivitas tersebut akan menjadi kebiasaan apabila dievaluasi sebagai respon yang selalu dapat memuaskan secara optimal.**

# Model Perilaku Konsumen Industri dari Sheth

*Bagan 2.4*  
*Model Perilaku Konsumen Industri dari Sheth*



## *Penjelasan Bagan 2*

- **Penggunaan sumber informasi merupakan suatu bentuk komunikasi. Latar belakang individu mencakup tingkat sosial dan peranannya. Resolusi konflik merupakan suatu proses sosial. Hal ini terjadi dalam suatu kelompok yang sejahtera. Model Sheth menambahkan proses negosiasi sosial, dan hal ini merupakan keluasaan dari model aslinya. Model Sheth mempunyai kekhasan dalam kontribusinya terhadap pendekatan perilaku konsumen industri. Pendekatan ini mempunyai kesamaan dengan semua bentuk pengambilan keputusan kelompok, termasuk keputusan keluarga dalam bisnis.**