

MATA KULIAH PSIKOLOGI KONSUMEN MINGGU 1

*Kenapa harus
Mempelajarnya ???*



SEJARAHNYA

Psikologi konsumen terbentuk diawali pada awal abad 20 dengan penelitian laboratorium terhadap sifat-sifat individual pada iklan.

Bidang ini makin meluas pada keinginan dan pilihan konsumen. Penelitian semacam ini bertemu di satu pihak pada penelitian tingkah laku ekonomi dan di lain pihak pada penelitian desain produk. Sekarang psikologi konsumen merupakan bidang besar yang terpisah yang semula merupakan bahan dari psikologi dunia dagang dan industri.

Disiplin Psikologi konsumen sangat menarik dari bidang pemasaran, periklanan, ekonomi , antropologi , psikologi sosial , dan psikologi kognitif.

Namun, psikologi konsumen telah diakui sebagai wilayah sendiri penelitian sejak Perang Dunia II.

Salah satu psikolog konsumen pertama dicatat adalah John B. Watson, orang yang menyarankan bahwa iklan untuk bedak bayi Johnson & Johnson akan disusun untuk halus bermain di kecemasan dan ketidakamanan umumnya dirasakan oleh ibu baru.

Teknik-Nya mengenali daya tarik emosional iklan tetap menjadi landasan psikologi konsumen saat ini.

**BILA BEKERJA DI
PERUSAHAAN ATAU
SEBAGAI BISNIS MAN**



- **Perilaku konsumen berpengaruh kegiatan bisnis yang Anda jalankan. Jika ada atau tidak, setiap keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen dipengaruhi oleh perilaku dan kebiasaannya. Semakin banyak kebutuhan konsumen, maka semakin banyak yang akan membelanjakan. Hal ini tentu saja akan mempengaruhi keuntungan yang Anda peroleh sebagai pengusaha atau sebagai bisnis man.**
- **Oleh sebab itu, sangat penting bagi Anda untuk mempelajari dan memahami perilaku konsumen. Setelah Anda paham, maka Anda akan mengetahui hal-hal yang dibutuhkan oleh konsumen. Dengan demikian, akhirnya bisa membantu bisnis Anda berkembang dan menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi.**


Mempelajari perilaku konsumen bagi perusahaan adalah memungkinkan perusahaan memahami dengan tepat kebutuhan dan keinginan pelanggannya sehingga dapat membantunya untuk memuaskan pelanggan, menerapkan konsep pemasaran dan memperluas legitimasi ke masyarakat.



Tak Kenal Maka Tak Sayang:

Pentingnya Memahami

Perilaku Konsumen



Anda pun harus mengetahui bagaimana perilaku tersebut bisa terbentuk.

POINT MEMPELAJARI PSIKOLOGI KONSUMEN

Leon Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk (2004:6) mengemukakan bahwa: “study perilaku konsumen terpusat pada cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya mereka yang tersedia (waktu, uang, usaha) guna membeli barang-barang yang berhubungan dengan konsumsi”.

Sedangkan dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Philip Kotler dan Garry Armstrong (2004:200) bahwa: “pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh karakteristik budaya, sosial, pribadi, dan psikologis”.

Akar Psikologi Konsumen !

Psikologi konsumen berakar dari psikologi periklanan dan penjualan.

Inti dari penjualan adalah membujuk dan meyakinkan orang lain untuk menerima dan melakukan hal-hal yang disampaikan oleh penjual. Iklan mempunyai fungsi ganda yaitu fungsi informasi dan fungsi persuasif.

KAJIAN PERILAKU !

Perilaku manusia digerakkan oleh kebutuhan kebutuhan dasar.

Sebagai sosial, perilaku individu dipengaruhi oleh lingkungannya. Lingkungan sosial selain berfungsi sebagai alat pemenuhan kebutuhan juga berfungsi kontrol terhadap perilaku individu.

Karena individu terlibat dalam mengonsumsi benda benda dan jasa dari lingkungannya, maka dia memiliki **PERILAKU KONSUMEN**. Sebagai konsumen, individu akan berada pada situasi yang mengharuskannya akan berada pada situasi yang mengharuskannya membuat keputusan. Proses memutuskan untuk membeli ada dua macam, yaitu Proses yang biasa atau terbatas dan proses yang diperpanjang (extended).

PERILAKU KONSUMEN DARI SUDUT PANDANG PSIKOLOGI



Perilaku konsumen adalah aktivitas seseorang saat mendapatkan, mengkonsumsi, dan membuang barang atau jasa (Blackwell, Miniard, & Engel, 2001).

Psikologi konsumen menurut Munandar (2001) bersibuk diri, secara luas, dengan manusia sebagai konsumen dari barang dan jasa. Dengan sasaran utama menjelaskan perilaku konsumen, misalnya menguraikan macam pilihan apa yang dibuat orang, di bawah macam keadaan apa, dan dengan alasan-alasan apa. Karena sasaran utamanya adalah menjelaskan perilaku konsumen, maka psikologi konsumen dikenal juga dengan istilah perilaku konsumen.

Perilaku konsumen adalah studi mengenai individu, kelompok atau organisasi dan proses-proses yang dilakukan dalam memilih, menentukan, mendapatkan, menggunakan, dan menghentikan pemakaian produk, jasa, pengalaman, atau ide untuk memuaskan kebutuhan serta dampak proses-proses tersebut terhadap konsumen dan masyarakat (Hawkins, Best & Coney, 2001)

MENGAPA ORANG MEMUTUSKAN MEMBELI ??

Biasanya seseorang akan melakukan pertimbangan lebih dulu sebelum ia memutuskan untuk membeli.

Sebuah pertimbangan berkaitan langsung dengan psikologis orang tersebut.

Dalam membuat keputusan apapun, manusia cenderung berpikir dan melakukan pertimbangan sesuai dengan pola pikir dan kondisi psikologisnya.

Dengan memahami pola pikir dan kondisi psikologis, Anda dapat melihat berbagai macam kecenderungan ini.

Mencoba menerapkannya dalam strategi pemasaran justru akan membuat Anda menjadi tepat sasaran.

MANFAAT MEMPELAJARI PERILAKU KONSUMEN

Dalam pasar yang semakin intensif tingkat persaingannya, tuntutan konsumen yang semakin tinggi dan sangat ingin diperlakukan secara khusus, pemahaman akan konsumen begitu tinggi. Untuk itu sangatlah dibutuhkan pengetahuan tentang perilaku konsumen demi memuaskan konsumen dan memenangkan persaingan.

Pemahaman terhadap perilaku konsumen sangat bermanfaat untuk kepentingan penyusunan strategi dan bauran pemasaran. Melalui pemahaman terhadap psikografis konsumen dan juga perilaku penggunaan, pemasar dapat melakukan segmentasi berdasarkan variabel tersebut. Berdasarkan sikap konsumen, pemasar dapat menyusun strategi promosi, khususnya iklan secara tepat.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas dapat difahami bahwa mempelajari psikologi konsumen berarti bertujuan untuk mengetahui dan memahami berbagai aspek dari perilaku konsumen agar dapat digunakan dalam menyusun strategi pemasaran yang berhasil.

ATAS PERHATIAN DAN KERJASAMANYA TKS



DOSEN PENGAMPU : HANIZAR FITRIANI S.PSI M.PSI