

PSIKOLOGI KONSUMEN

ANGGITRI LESTARI P, S.Psi, M.Psi

Sejarah Psikologi Konsumen

- Bidang psikologi konsumen di mulai dengan psikologi periklanan dan penjualan.
 - Objeknya: komunikasi efektif dari pihak/distributor pada konsumen. Melalui iklan konsumen memperoleh informasi mengenai produk & jasa.
 - Penelitian konsumen: komunikasi 2 arah dari konsumen ke produsen dan sebaliknya. (Produsen mengetahui apa yang dibutuhkan konsumen).
 - Sasaran psikologi konsumen yaitu bagaimana kita dapat mengetahui perilaku konsumen.
 - Tahun 1960-an banyaknya penelitian yang di publikasikan, ditandai dengan divisi konsumen dalam APA.
 - Menurut Howell dan Display (1986), psikologi konsumen secara luas meliputi tentang manusia sebagai konsumen.
-

Perilaku Konsumen?



- Engel et al (1995), perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat untuk mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan.
 - Hawkins dan Mothersbaugh, perilaku konsumen adalah studi tentang individu, kelompok, organisasi dan proses dilakukan untuk memilih, mengamankan, menggunakan dan menghentikan produk, jasa, pengalaman atau ide untuk memuaskan kebutuhannya dan dampaknya terhadap konsumen dan masyarakat.
 - Schiffman dan Kanuk (2000), perilaku konsumen sebagai “perilaku yang diperlihatkan konsumen untuk mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka”.
-

Perilaku Konsumen



- Perilaku konsumen menyoroti perilaku individu
- Perilaku konsumen menyangkut suatu proses keputusan sebelum pembelian serta tindakan dalam memperoleh, memakai, mengkonsumsi dan menghabiskan produk.
- Mengetahui perilaku konsumen meliputi perilaku yang dapat diamati seperti jumlah yang dibelanjakan, kapan, dengan siapa, oleh siapa, dan bagaimana barang sudah dibeli dikonsumsi.

Manfaat Mempelajari Perilaku Konsumen

- Studi perilaku konsumen hal penting dalam manajemen pemasaran.
 - Menghasilkan informasi penting:
 - A consumer orientation
 - Facts about buying behavior
 - Theories to guide the thinking process
 - Untuk mengimplementasikan konsep pemasaran sebagai rencana untuk mempengaruhi calon konsumen.
-

Menurut Mowen dan Minor (2002), perilaku konsumen berdampak terhadap:

- Strategi pemasaran
 - Kebijakan publik
 - *Social Marketing*
 - **Perilaku individu**, perilaku konsumen mencerminkan kekuatan tawar dalam pasar. Memahami perilaku konsumen berarti memahami perilaku manusia secara umum.
-


Ilmu-Ilmu yang Menyumbang Dalam Studi perilaku Konsumen

Sosiologi

Memberi sumbangan dalam mempelajari kekuatan social yang mempengaruhi konsumen seperti konsep struktur social, keluarga, kelas social, etnis, gender dan gaya hidup yang dapat mempengaruhi perilaku individu maupun kelompok.

Antropologi

Pemahaman tentang fenomena konsumsi ritual, mitos, symbol, dan aspek budaya lainnya.




Ilmu-Ilmu yang Menyumbang Dalam Studi perilaku Konsumen

Ekonomi

Pemahaman tentang keterkaitan antara kebijakan harga dengan respon perilaku konsumen serta adanya perbedaan perilaku konsumen serta adanya perbedaan perilaku konsumsi akibat perbedaan perilaku konsumsi akibat perbedaan tingkat ekonomi antar masyarakat.

Psikologi

Pemahaman tentang proses-proses psikologi yang sifatnya individual seperti kepribadian, motivasi, persepsi, proses belajar, sikap dan dinamikakelompok yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen.



Model-Model Perilaku Konsumen

