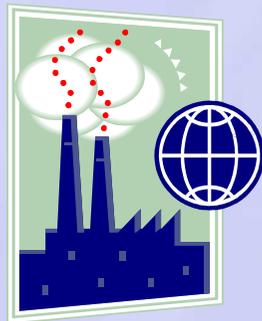


# Pemahaman Dasar Psikologi Konsumen



# Pemahaman Dasar



PRODUSEN



BARANG/PRODUK



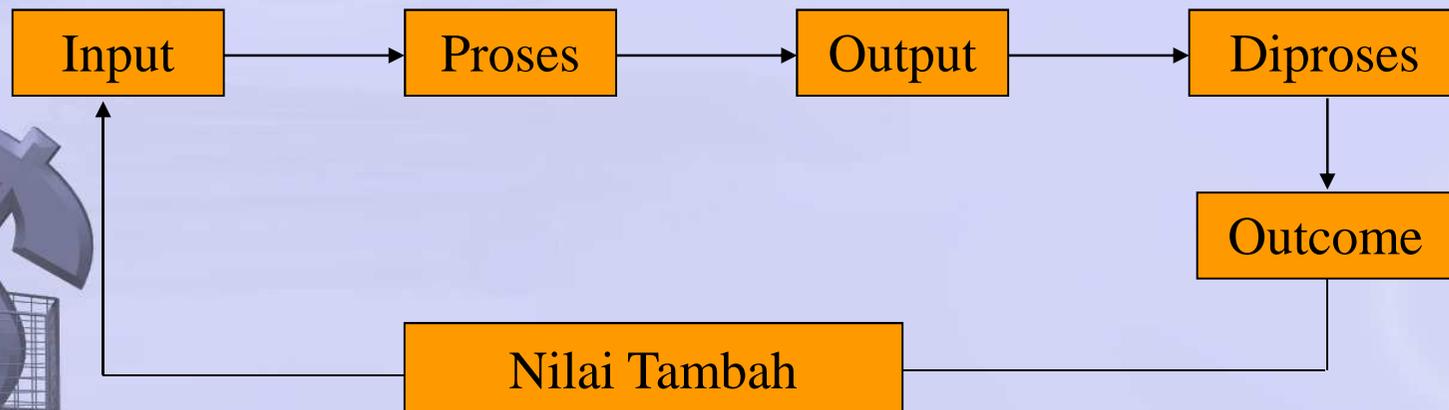
KONSUMEN



Psikologi Konsumen

# Pemahaman Dasar (sambungan)

- Pemahaman tentang individu diperlukan karena dinamika terjadinya perilaku individu menggunakan suatu output akan menentukan outcomes. Hal tersebut berkaitan dengan bagaimana kita mampu mengoptimalkan konsumen dalam menilai produk yang dimiliki.
- Dalam prosesnya:



# Psikologi Konsumen

Suatu bidang kajian psikologi yang mempelajari tingkah laku individu dalam rangka tingkah laku tersebut diarahkan pada usaha untuk mencapai barang dan jasa.

Tingkah Laku Konsumen :

Merupakan tindakan-tindakan individu yang langsung terlibat dalam usaha mendapatkan dan menggunakan barang-barang dan jasa ekonomi, termasuk proses-proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan itu.



## Tingkah Laku Pembelian:

Tingkah laku konsumen seperti halnya tingkah laku pada umumnya, karena adanya stimulus.



### Keterangan:

S = stimulus situasi

I = individu

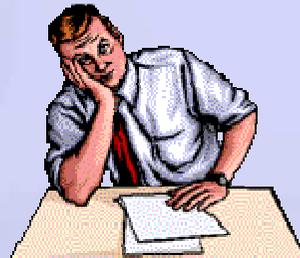
R = respon, reaksi, tingkah laku

$S \longleftrightarrow I$  = individu selalu dalam suatu situasi

$S \longleftrightarrow I \longleftrightarrow R$  = individu melakukan respon yang mencerminkan keadaannya



Jadi kalau sebegitu mudahnya kita melihat reaksi atau respon seorang konsumen, mengapa sulit bagi kita memahami perilaku yang muncul tersebut?



# Kesulitan yang terjadi dalam proses pemahaman konsep-konsep tersebut:

1. Adanya medan psikologis masa lalu, masa kini, masa yad yang berpengaruh pada diri.
2. Adanya proses mental pada diri individu yang tidak dapat diamati secara langsung
3. Penggunaan dalam proses komunikasi → pengiriman/penerimaan pesan
  - Adanya perhatian yang selektif
  - Adanya penyimpangan-penyimpangan tingkah laku yang efektif
  - Adanya ingatan yang selektif



# Medan Psikologis



# Alasan mempelajari Tingkah Laku Konsumen (Young Mowen, 1955)

1. Analisis terhadap konsumen harus menjadi dasar dalam manajemen pasar.
  - Mendesain marketing mix [..\..\Artikel\Marketing Mix](#)
  - Mengelompokkan pasar atau dasar segmen
  - Menetapkan produk
  - Menghasilkan analisis lingkungan
  - Mengembangkan studi-studi tentang pasar

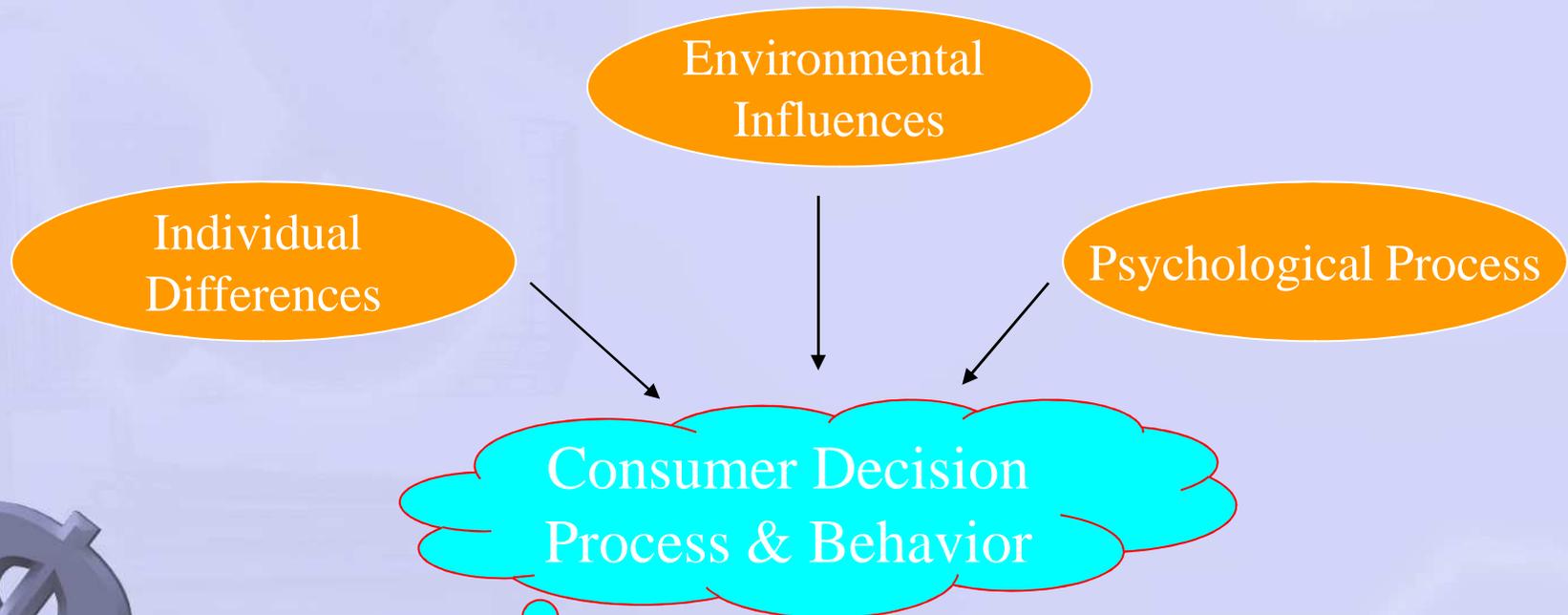


2. Tingkah laku konsumen memainkan peranan yang penting dalam mengembangkan kebijakan publik
3. Peningkatan kemampuan dalam hal mencapai tingkat afektifitas konsumen
4. Analisis konsumen menghasilkan pengetahuan tentang tingkah laku manusia
5. Mampu menyediakan 3 jenis informasi yang menyangkut:

- orientasi konsumen
- fakta-fakta tentang tingkah laku
- teori-teori yang memberikan petunjuk dalam proses berpikir



# Keterkaitan menurut Engel-Blackwell



**Consumer Analysis & Marketing Strategy**

Psikologi(Consumer Behavior “Engel Blackwell & Kolat)

**Ending Style**

**Thank You !**

[www.themegallery.com](http://www.themegallery.com)



Psikologi Konsumen