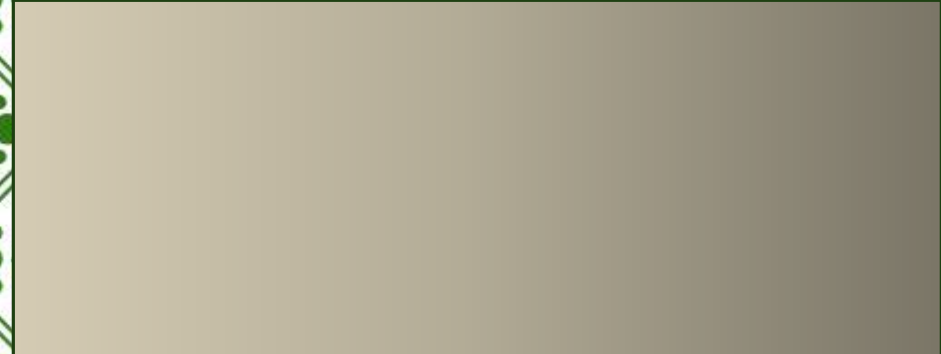
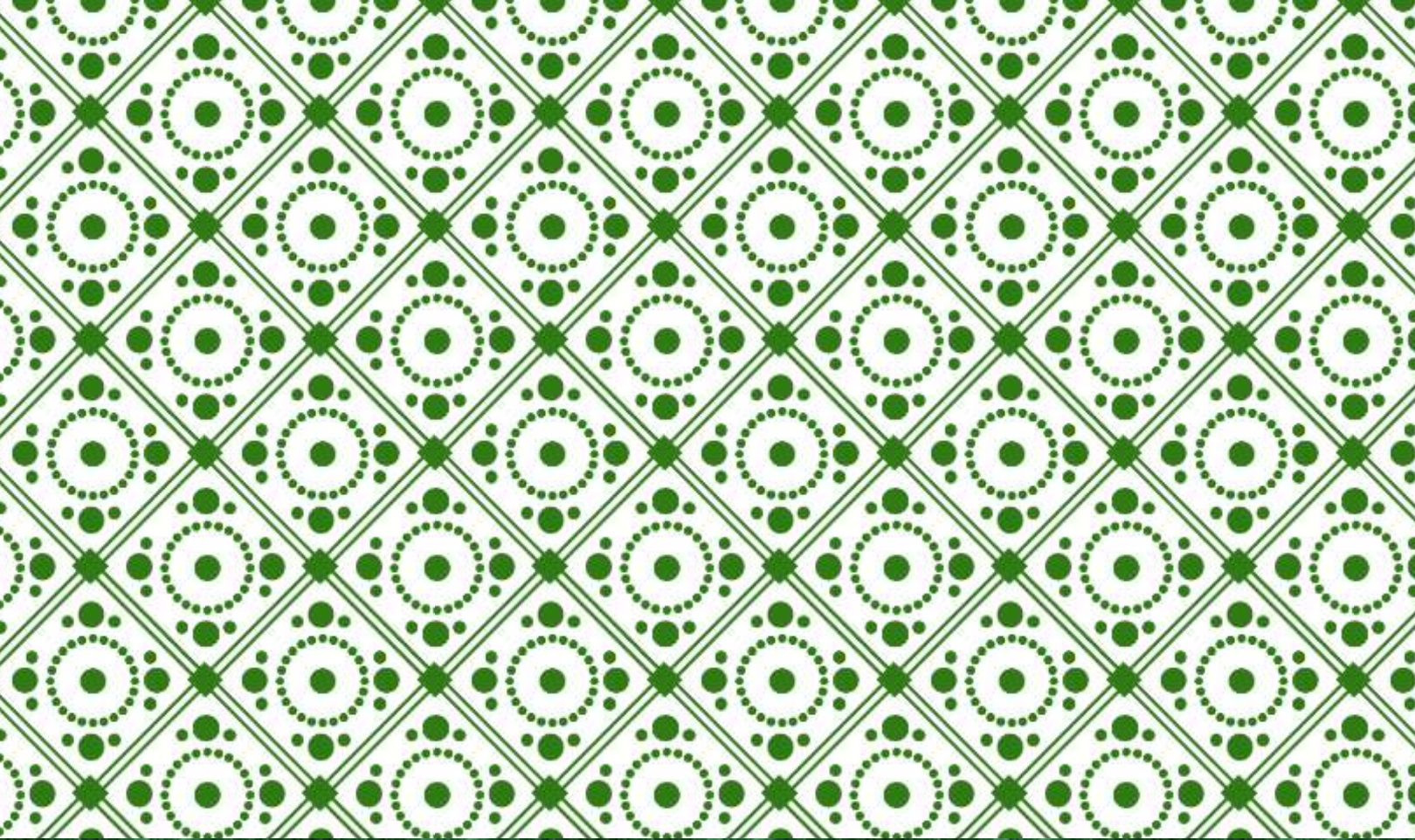




PSIKOLOGI KONSUMEN

Zarkasih, S.Psi., M.M., M.Psi., Psi

PENGANTAR – PSI KONSUMEN

Psikologi → Mental → Perilaku Overt dan Covert

PIO → Sistem Industri → Tenaga Kerja

Psikologi Konsumen → Sistem industri menghasilkan produk barang & jasa konsumen. Yg digunakan & bermanfaat. sebagai tenaga kerja, dan sebagai tenaga yang menggunakan sesuatu (barang, jasa dan uang). Peran tenaga kerja dan konsumen merupakan dua sisi dari kehidupan manusia,

Bekerja – penghasilan - membeli

PENGERTIAN – PSI KONSUMEN

Psikologi konsumen bersibuk diri, secara luas dengan manusia sebagai konsumen dari barang dan jasa. Karena itu sasaran utama ialah menjelaskan perilaku konsumen, misalnya menguraikan macam pilihan apa yang dibuat orang, dibawah macam keadaan apa, dan dengan alasan-alasan apa (Howel & Dipboye, 1986).

PENGERTIAN – PSI KONSUMEN

Katona (1980) memandang perilaku konsumen sebagai cabang ilmu dari perilaku ekonomika (*behavior economics*). Perilaku ekonomika merupakan ilmu yang selain mengkaji perilaku konsumen, juga mengkaji “perilaku menabung”, “perilaku berusaha” atau berperilaku berwirausaha, penghasilan yang didapat, perilaku ekonomi dalam system pemasaran yang berbeda-beda, perilaku ekonomi politik, proses kerja, dan perilaku keorganisasian”.

PENGERTIAN – PSI KONSUMEN

Dalam perkembangan psikologi konsumen , terjadi kecenderungan perubahan focus yang sangat mencolok, yaitu yang semula pandangannya di putuskan kepada konsumen sebagai pembeli saja, fokusnya menjadi konsumen, dalam arti yang lebih luas daripada pembeli (Jacoby, 1976; Perloff 1968), dengan ciri-ciri:

PENGERTIAN – PSI KONSUMEN

Perhatian meluas sampai pada hal-hal diluar kegiatan membeli. Perilaku konsumen diberi Batasan yang lebih luas, yaitu sebagai *acquisition, use and disposition, services, time and ideas*. (Jacoby, 1976). Penelitian perilaku konsumen, selain penelitian tentang usaha-usahanya dalam mendapatkan barang atau jasa, juga meliputi cara-cara yang digunakan dalam mendapatkan barang atau jasa, juga meliputi cara-cara yang digunakan individu untuk menyingkirkan barang-barang yang sudah kehilangan fungsi aslinya (kaleng bekas dll) dengan antara lain membuang, menjual Kembali, memperbaiki, memberi fungsi lain dsb

PENGERTIAN – PSI KONSUMEN

Meningkatnya kecenderungan untuk mendekati masalah dari sudut pandang konsumen. Para produsen ingin agar dapat mengantisipasi pola-pola perilaku konsumen dan agar dapat mempengaruhi pilihan-pilihan konsumen kearah yang menguntungkan produk-produk mereka. Melalui survey untuk menguji produk dan desain baru dari produk yang dikumpulkan data dari konsumen tentang keinginan-keinginan dan kesukaan terhadap produk tersebut

PENGERTIAN – PSI KONSUMEN

Perilaku konsumen di kaji dengan tujuan ilmiah murni. Mengkonsumsi barang dan jasa merupakan aspek penting dari perilaku manusia dan karena itu bermanfaat untuk dikaji. Kajian tentang perilaku konsumen dalam konteks kehidupan nyata memberikan sumbangan berarti bagi pengetahuan dasar psikologi. Jacoby (1976), mengemukakan bahwa psikologi sosial dapat di perkaya dengan hasil-hasil penelitian dari perilaku konsumen, khususnya tentang komunikasi dan persuasi, proses informasi pengambilan Keputusan, motivasi, pembentukan sikap, norma-norma sosial, konformitas dan reaksi-reaksi interpersonal. Orientasi ini masih baru dan belum banyak penganutnya (Howell & Dipboye, 1986)

PENGERTIAN – PSI KONSUMEN

Makin besarnya perhatian isu-isu sosial, terdapat pandangan bahwa perilaku konsumen dikaji hanya untuk kepentingan atau keuntungan produsen. Padahal hasil-hasil penelitiannya dapat berarti bagi kedua belah pihak. Perloff mengatakan “... *the industrial psychologist...study the consumer for the sake of understanding consumer behaviour is scientifically important on the one hand, is relevant to helping the consumer derive greater satisfaction and pleasure from the products he consumes, on the other.*”

PENGERTIAN – PSI KONSUMEN

“... Psikolog industri mempelajari konsumen demi memahami perilaku konsumen — di satu sisi hal ini penting secara ilmiah, dan di sisi lain relevan untuk membantu konsumen memperoleh kepuasan serta kesenangan yang lebih besar dari produk yang ia konsumsi.”

Kalimat ini menekankan **dua tujuan utama** mengapa psikolog industri (atau psikolog konsumen) meneliti perilaku konsumen:

PENGERTIAN – PSI KONSUMEN

Kepentingan ilmiah (scientific importance):

- Penelitian tentang perilaku konsumen memberikan kontribusi terhadap ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang psikologi, pemasaran, dan perilaku manusia.
- Dengan memahami *mengapa* orang membeli, *bagaimana* mereka memilih, serta *faktor-faktor* apa yang memengaruhi keputusan mereka, para psikolog dapat membangun teori yang lebih akurat tentang perilaku manusia dalam konteks konsumsi.

PENGERTIAN – PSI KONSUMEN

Kepentingan praktis (relevance to the consumer):

- Pengetahuan tersebut juga bermanfaat secara langsung bagi konsumen.
- Dengan memahami konsumen, perusahaan bisa mendesain produk, layanan, maupun strategi komunikasi yang sesuai dengan kebutuhan, sehingga konsumen memperoleh **kepuasan** (karena kebutuhannya terpenuhi) dan **kesenangan** (karena pengalaman konsumsi lebih menyenangkan).

PENGERTIAN – PSI KONSUMEN

Dengan kata lain, penelitian perilaku konsumen tidak hanya **untuk kepentingan akademis** (menambah ilmu pengetahuan), tetapi juga **untuk kepentingan praktis** (membantu konsumen merasakan manfaat lebih besar dari produk/layanan yang mereka gunakan)