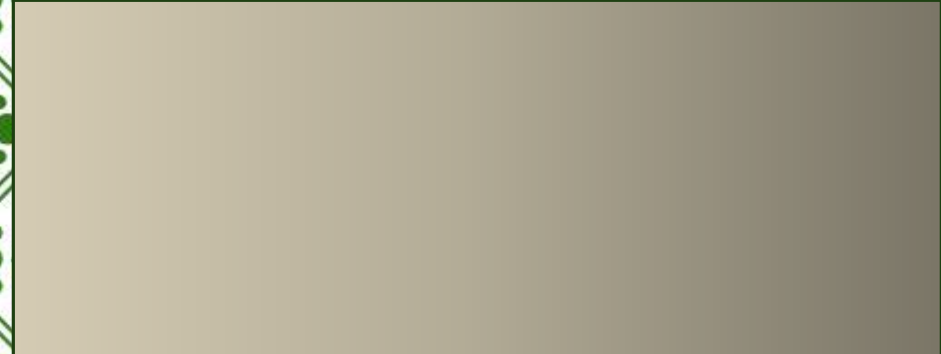
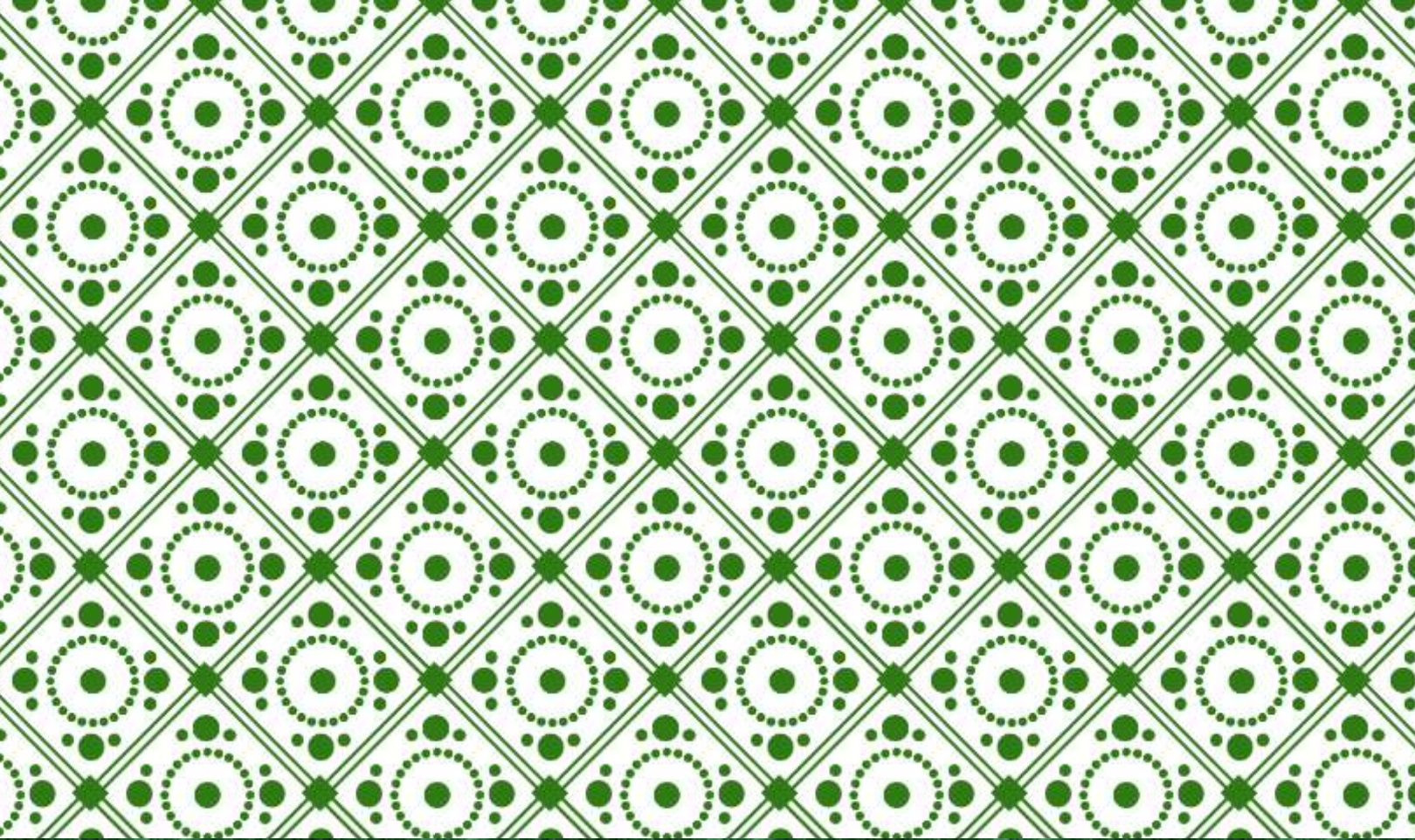




PSIKOLOGI KONSUMEN

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

CONSUMER DECISION PROCESSES

1. Need Recognition (pengenalan kebutuhan) → Tahap pertama dalam proses keputusan konsumen adalah **kesadaran akan adanya kebutuhan atau masalah.**

Definisi; Pengenalan kebutuhan terjadi ketika konsumen merasakan adanya kesenjangan antara kondisi aktual (apa yang dimiliki saat ini) dengan kondisi ideal (apa yang diinginkan).

CONSUMER DECISION PROCESSES

Proses Pengenalan Kebutuhan :

- **Kondisi Aktual:** situasi nyata yang sedang dialami.
- **Kondisi Ideal:** standar, harapan, atau situasi yang lebih baik.
- **Gap:** kesenjangan ini memicu dorongan untuk bertindak → muncul motivasi untuk membeli/ mencari solusi.

CONSUMER DECISION PROCESSES

Jenis Pengenalan Kebutuhan:

Kebutuhan Aktual (Actual State Need): didorong oleh masalah nyata.

- Contoh: laptop lama rusak, butuh laptop baru.

Kebutuhan Ideal (Desired State Need): didorong oleh keinginan mencapai kondisi lebih baik.

- Contoh: ingin membeli smartphone terbaru meskipun yang lama masih berfungsi.

CONSUMER DECISION PROCESSES

Faktor-Faktor Pengenalan Kebutuhan:

- ❖ Perubahan gaya hidup (menikah, punya anak).
- ❖ Perubahan situasi (pindah rumah, masuk kuliah).
- ❖ Pengaruh pemasaran (iklan, promosi, influencer).
- ❖ Perbedaan aspirasi sosial (status, gengsi, prestise).

CONSUMER DECISION PROCESSES

2. Pencarian Informasi (*Information search*)

Setelah kebutuhan dikenali, konsumen mulai mencari informasi mengenai alternatif Solusi.

a. Sumber Informasi

Internal search : Informasi dari ingatan, pengalaman sebelumnya, kebiasaan.

Contoh: memilih kembali restoran yang pernah memuaskan.

CONSUMER DECISION PROCESSES

External Search:

- Informasi dari luar diri konsumen.
- Sumber personal: teman, keluarga, komunitas.
- Sumber komersial: iklan, brosur, website, sales.
- Sumber publik: review online, testimoni, media massa.

CONSUMER DECISION PROCESSES

Faktor Yang Mempengaruhi Pencarian Informasi:

- **Keterlibatan konsumen (consumer involvement):** makin penting produk, makin intens pencarian.
- **Risiko yang dirasakan (perceived risk):** semakin besar risiko finansial/psikologis, semakin luas pencarian.

CONSUMER DECISION PROCESSES

Faktor Yang Mempengaruhi Pencarian Informasi:

- **Pengetahuan konsumen:** konsumen berpengetahuan rendah atau sangat tinggi cenderung mencari informasi lebih banyak.
- **Ketersediaan waktu & sumber daya:** konsumen dengan waktu/akses terbatas akan mengurangi pencarian.

CONSUMER DECISION PROCESSES

Jenis Pencarian Informasi:

Aktif: browsing internet, membandingkan harga, bertanya langsung.

Pasif: menerima informasi tanpa dicari, misalnya melihat iklan saat menonton TV.