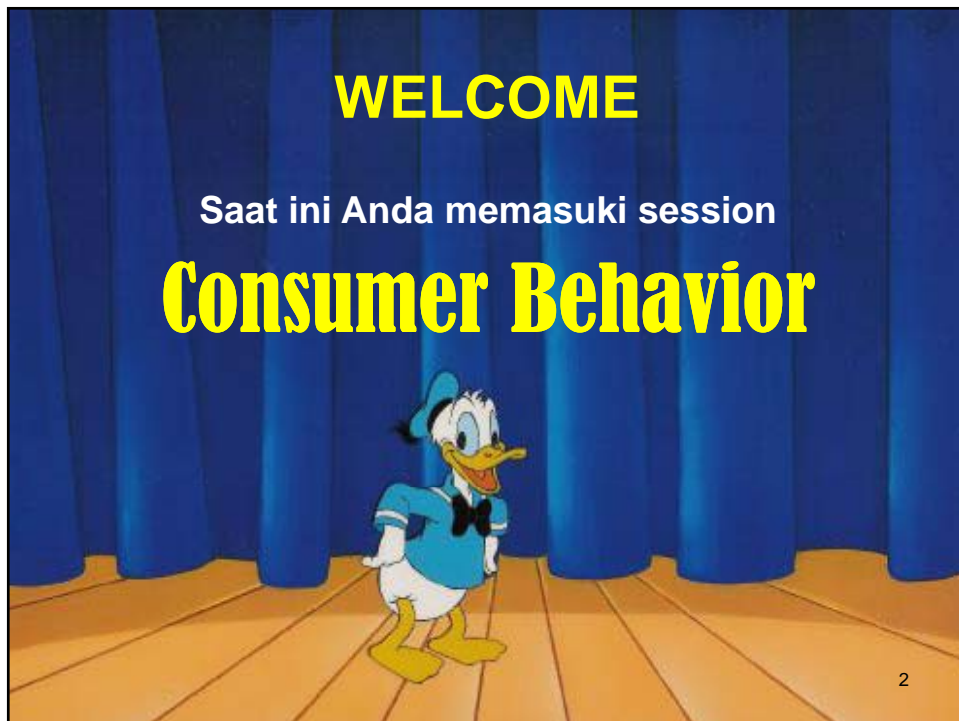


Consumer Behavior

Sessi 1

1



Consumer Behavior

Lecturers:

Mumuh Mulyana Mubarak, SE.

3

Consumer Behavior

■ Sumber :

Consumer Behavior

James F. Engel, Roger D.
Blackwell & Paul W. Miniard

Consumer Behavior

John C. Mowen
Michael Minor

Perilaku Konsumen

Ujang Sumarwan

4

Mengapa perlu Memahami Konsumen



5

Alasan Mempelajari Perilaku Konsumen

1. Analisis Konsumen sebagai Dasar Manajemen Pemasaran. Analisis ini akan membantu para manajer untuk :
 - a. Mendesain bauran pemasaran
 - b. Mensegmen pasar bisnis
 - c. Memposisikan dan mendirensiasikan produk
 - d. Melaksanakan analisis lingkungan
 - e. Mengembangkan studi riset pasar
2. Perilaku konsumen harus memainkan peranan yang penting dalam pengembangan kebijakan publik
3. Studi perilaku konsumen akan memungkinkan seseorang menjadi konsumen yang lebih efektif
4. Analisis konsumen memberikan pengetahuan menyeluruh tentang perilaku manusia
5. Studi perilaku konsumen juga memberikan tiga jenis informasi :
 - a. Orientasi Konsumen
 - b. Fakta-fakta tentang perilaku manusia
 - c. Teori-teori yang menjadi pedoman proses pemikiran

6

Beberapa Pengertian

James F Engel, et. al (1994)

Tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.

Schiffman dan Kanuk (1994)

Istilah perilaku Konsumen diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.

Loudon dan Albert (1993)

Perilaku konsumen adalah proses keputusan dan aktivitas fisik individu yang terlibat dalam mengevaluasi, mendapatkan, menggunakan, atau memberikan barang dan jasa yang diperolehnya.

7

Beberapa Pengertian

Kotler dan Amstrong (1997)

perilaku konsumen sebagai perilaku pembelian konsumen akhir, baik individu maupun rumah tangga, yang membeli produk untuk konsumsi personal.

Mullen dan Johnson (1990)

Perilaku Konsumen sebagai pengkajian dari perilaku manusia sehari-hari.

Winardi (1991)

perilaku konsumen sebagai perilaku yang ditujukan oleh orang-orang dalam merencanakan, membeli, dan menggunakan barang-barang ekonomi dan jasa.

8

Beberapa Pengertian

Ujang Sumarwan (2000)

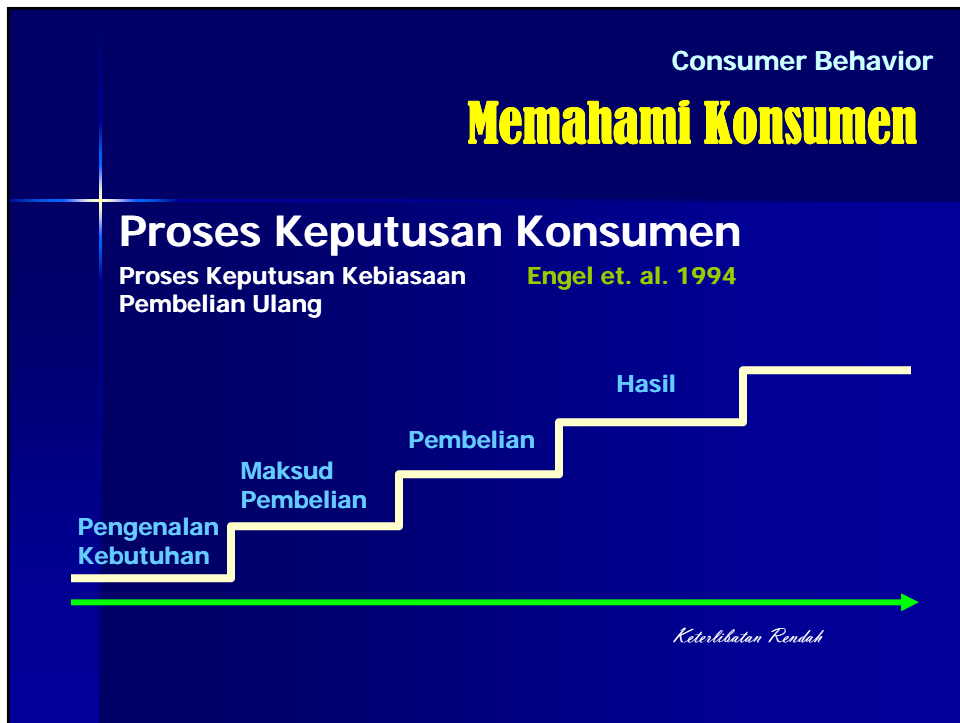
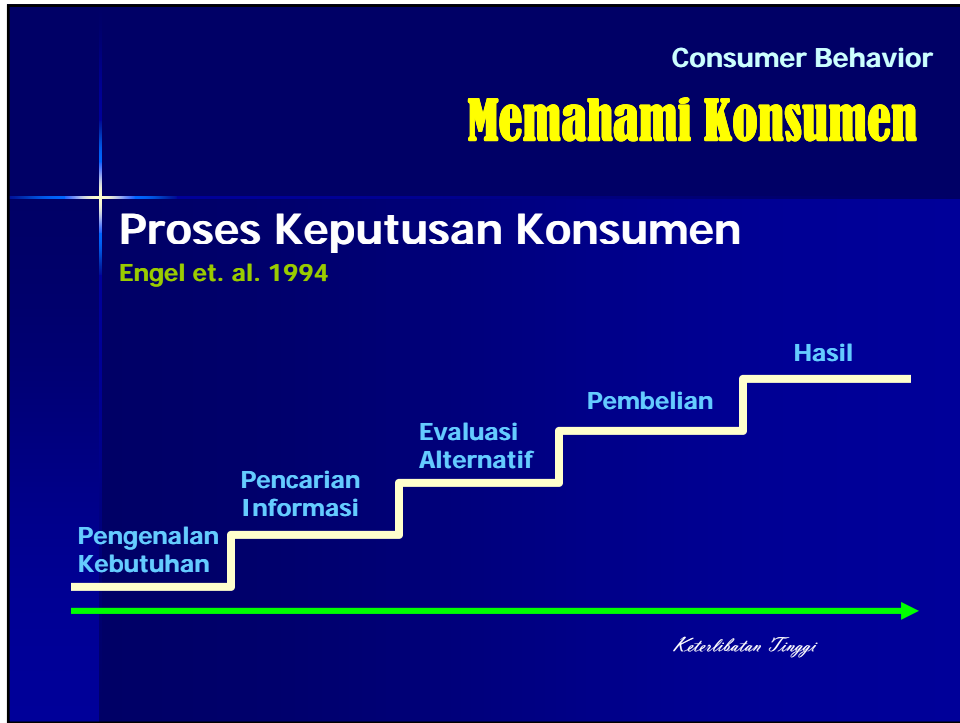
secara sederhana, studi perilaku konsumen meliputi hal-hal sebagai berikut, Apa yang dibeli konsumen? (*what they buy?*), mengapa konsumen membelinya? (*why they buy it?*), kapan mereka membelinya? (*when they buy it?*), dimana mereka membelinya? (*where they buy itu?*), berapa sering mereka membelinya? (*how often they buy itu?*), berapa sering mereka menggunakannya? (*how often they use it?*)

Etc.

9

Pikiran Yang Benar tentang Konsumen

- Konsumen adalah Raja
- Motivasi dan Perilaku Konsumen Dapat dimengerti Melalui Penelitian
- Perilaku Konsumen Dapat Dipengaruhi
- Pengaruh Konsumen Sah Secara Sosial



Peranan dalam Pengambilan Keputusan

INITIATOR

Yang Pertama kali menyadari adanya kebutuhan; Pengusul Ide

INFLUENCER

Pemberi Pengaruh; yang pendapatnya mempengaruhi keputusan pembelian

DECIDER

Pengambil Keputusan; memiliki wewenang keuangan dan kekuasaan untuk menentukan pilihan akhir

BUYER

Pembeli; Orang yang melakukan pembelian aktual; Agen Pembelian

USER

Pemakai; Konsumen Aktual

Model Perilaku Pengambilan Keputusan Konsumen

Engel et. al. 1994

