

Pertemuan 6

FAKTOR2

YANG MEMPENGARUHI

KEPUTUSAN PEMBELIAN

Disarikan dari berbagai sumber yg relevan



Faktor2 Utama

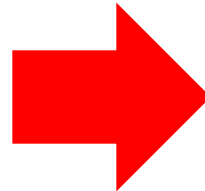
1. Faktor Sosiologis
2. Faktor Psikologis dan Kepribadian konsumen
3. Faktor Konsep diri



1. Faktor Sosiologis

- Faktor Demografi

1. Umur
2. Gender
3. Penghasilan
4. Tempat tinggal
5. Pendidikan
6. Pekerjaan,
7. dll



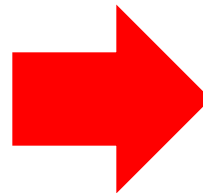
1. Digunakan untuk mempelajari perilaku konsumen
2. Digunakan sebagai dasar segmentasi dan strategi pemasarannya



1. Faktor Sosiologis

- Faktor Perubahan Kebiasaan membeli

1. Semakin berperannya wanita
2. Semakin meratanya pembangunan
3. Perubahan komoditi primer-sekunder
4. Perubahan2 lainnya dalam masyarakat



Merubah perilaku pembelian konsumen



1. Faktor Sosiologis

- Faktor Pentingnya Kesan Sosial
 - *Pekerjaan tertentu, jabatan tertentu, peran tertentu dalam masyarakat seringkali membawa konsekuensi pada perubahan komoditi2 yang dikonsumsi → untuk memberikan kesan sosial tertentu*
- Faktor Kelompok Referensi
 - *Ada kelompok tertentu (klub olah raga, group band, lingkungan sosial, yang dijadikan pedoman bagi konsumen tertentu → mempengaruhi pola konsumsi/pembeliannya*



2. Faktor Psikologis dan Kepribadian

- **Faktor psikologis** adalah **faktor** paling mendasar dalam diri individu yang akan mempengaruhi pilihan-pilihan seseorang dalam membeli. → *Komponen yang termasuk didalamnya yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan/pembelajaran, serta keyakinan dan sikap.*



Komponen Psikologis

- **Motivasi**, Menurut Kotler dan Armstrong (2008) mengemukakan motif adalah kebutuhan yang mendorong seseorang secara kuat mencari kepuasan atas kebutuhan tersebut
- **Persepsi**, menurut Stephen P. Robbins dan Timothy A. Judge (2008) mengemukakan bahwa: “persepsi adalah sebuah proses dimana individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka.”
- **Pembelajaran**, menurut Kotler dan Armstrong (2008) menyatakan pembelajaran adalah perubahan perilaku seseorang karena pengalaman
- **Keyakinan**, Menurut Kotler dan Armstrong (2008) mendefinisikan keyakinan sebagai pemikiran deskriptif yang dipertahankan seseorang mengenai sesuatu. → akan timbul sikap yang telah
 - dipengaruhi oleh keyakinan sebelumnya
 - Sedangkan **Sikap** adalah evaluasi, perasaan, dan kecenderungan yang konsisten atas suka atau tidak sukanya seseorang terhadap objek atau ide



Hierarki Motivasi menurut Maslow



Kepribadian Konsumen

- Kepribadian mencerminkan perbedaan individu, karena karakteristik dalam diri yang membentuk kepribadian individu merupakan kombinasi unik berbagai faktor, tidak ada dua individu konsumen yang betul-betul sama.

(disarikan dari Firdaus, dkk)



Konsep Diri

- Merupakan cara seorang konsumen melihat dirinya sendiri dan di saat yang sama memiliki pandangan akan orang lain. (Swasta, 1989)
- Konsep diri setiap orang akan berbeda, dan biasanya dinyatakan dalam tujuan seorang konsumen → memiliki pandangan dan perilaku yang berbeda dalam pembelian



Tahapan Pembelian Konsumen

