

# FAKTOR-FAKTOR INTERN YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN

## KELOMPOK 3:

1. Rini Oktaviani 10511249002
2. Anindito cahyo S 10511244004
3. Nurul Adhityanti P 10511244012
4. Usmelinda Sofiana W 10511244013
5. Erly Handayani 10511244017
6. Ratih Tiaraningrum 10511244024
7. Nindya Dwi Mustika 10511244034

# APA ITU FAKTOR INTERN?

Merupakan faktor yang penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen. Faktor intern berasal dari psikologis individu.

Faktor-faktor psikologis yang menjadi faktor dasar dalam perilaku konsumen adalah :

- Motivasi
- Pengamatan
- Belajar
- Kepribadian dan konsep diri
- Sikap

# MOTIVASI

- Pengertian Motif

Motif adalah keadaan dalam diri pribadi yang mendorong keinginan untuk melakukan kegiatan guna mencapai tujuan tertentu.

## ◉ Motif Manusia

Banyak psikolog memakai istilah yang berbeda untuk menyebutkan sesuatu yang dapat menimbulkan perilaku. Ada yang menyebut motif, desakan, keinginan, kebutuhan, dan dorongan.

Motif di bedakan menjadi 2 kelompok, yaitu:

- ◉ Motif fisiologis
- ◉ Motif psikologis

# MACAM-MACAM MOTIF DALAM PEM

- ◉ Motif pembelian di bedakan pengaruhnya dalam proses pembelian :
  - Motif pembelian primer (primary buying motive)
  - Motif pembelian selektif (selective buying motive)
- ◉ Motif pembelian di bedakan faktor-faktor yang menyebabkan orang membeli :
  - Motif rasional
  - Motif emosional

# RISET MOTIVASI

- Riset motivasi berusaha menerangkan mengapa pembeli bertingkah laku demikian, khususnya dalam keadaan dimanan pembeli sendiri tidak mengetahui alasan yang sesungguhnya, atau jika ia mengetahuinya tetapi tidak bersedia mengatakan secara terbuka.

# TEKNIK-TEKNIK DALAM RISET MOTIVASI

- Wawancara secara mendalam
- Teknik proyektif



# PENGAMATAN

- **Proses pengamatan**

suatu proses dimana konsumen atau manusia menyadari dan menginterpretasikan aspek lingkungannya

- **Pengalaman dan pengamatan pemasaran**

Hasil dari pengalaman individu akan dapat membentuk suatu pandangan tertentu terhadap suatu produk.

# BELAJAR

- Proses belajar  
Belajar dapat didefinisikan sebagai perubahan-perubahan perilaku yang terjadi sebagai hasil akibat adanya pengalaman.
- Proses belajar dalam pembelian  
Proses belajar pada suatu pembelian terjadi apabila konsumen ingin menanggapi dan memperoleh suatu kepuasan, atau sebaliknya, tidak terjadi apabila konsumen merasa dikecewakan oleh produk yang kurang baik.

# KEPRIBADIAN DAN KONSEP DIRI

- Definisi kepribadian

Kepribadian dapat didefinisikan sebagai pola sifat individu yang dapat menentukan tanggapan dan cara untuk bertingkah laku, sebagaimana tingkah lakunya dapat dijelaskan oleh orang lain dengan cara yang cukup konsisten (tetap).

# UNSUR-UNSUR KEPRIBADIAN

- Ada 3 unsur pokok dalam kepribadian individu, yaitu :
  - Pengetahuan.
  - Perasaan.
  - Dorongan naluri.
- Teori-teori kepribadian dalam pemasaran
  - Teori psikoanalitis
  - Teori psikologi sosial
  - Teori faktor trait

# KONSEP DIRI

Konsep diri didefinisikan oleh Theodore M. New Combe dalam bukunya “Sosial Psychologi”, sebagai individu yang diterima oleh individu itu sendiri dalam kerangka kehidupannya dalam suatu masyarakat yang menentukan.

Pada pokoknya konsep diri ini dibedakan menjadi 2 macam, yaitu konsep diri yang nyata dan konsep diri yang ideal. Tetapi beberapa psikolog lain membedakannya kedalam 4 macam, yaitu konsep diri yang nyata, konsep diri lain, konsep diri ideal dan konsep diri lain ideal.

# SIKAP

- Pengertian sikap dalam pemasaran

Sikap adalah suatu kecenderungan yang dipelajari untuk bereaksi terhadap penawaran produk dalam masalah-masalah yang baik ataupun kurang baik secara konsekuen. (William G. Nickels, dalam bukunya “principles of marketing”)

- Penentuan sikap indeks

Indeks sikap dapat ditentukan dengan mengkombinasikan suatu timbangan dengan sejumlah komponen.