

Tinjauan Mata Kuliah

Perilaku Konsumen adalah sebuah disiplin ilmu pengetahuan yang membahas perilaku manusia dalam konteks transaksi dengan produsen maupun penjual. Perilaku konsumen menggunakan pendekatan multidisiplin dalam memahami perilaku manusia dalam proses pengambilan keputusan dalam membeli dan mengonsumsi barang dan jasa, serta faktor-faktor yang memengaruhi proses keputusan tersebut. Perilaku konsumen memiliki akar teori dari disiplin ilmu ekonomi yaitu suatu disiplin yang menerangkan bahwa manusia berperilaku rasional untuk memaksimalkan kepuasannya ketika membeli dan mengonsumsi barang dan jasa. Ilmu ekonomi membahas kelangkaan sumberdaya manusia untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia yang tidak terbatas. Teori preferensi konsumen dan teori permintaan adalah salah satu dasar dari disiplin perilaku konsumen yang berasal dari teori ekonomi. Untuk menjelaskan perilaku konsumen yang seutuhnya, perilaku konsumen juga mengadopsi disiplin psikologi yang mempelajari manusia sebagai individu, sosiologi yang mempelajari manusia dalam kelompok, sosial psikologi yang mempelajari bagaimana seorang individu berperilaku dalam kelompok, antropologi yang mempelajari bagaimana pengaruh masyarakat terhadap individu. Perilaku konsumen adalah bagian dari disiplin pemasaran. Salah satu aplikasi penting perilaku konsumen adalah pada bidang pemasaran. Tujuan utama dari mata kuliah perilaku konsumen adalah mempelajari faktor-faktor yang memengaruhi proses keputusan konsumen, serta tahap-tahap proses keputusan konsumen. Setelah mempelajari perilaku konsumen, mahasiswa dapat menerapkan pengetahuannya untuk mempengaruhi keputusan konsumen dan merancang strategi pemasaran. Buku Perilaku Konsumen ini terdiri dari 9 Modul dan setiap modul terdiri dari dua kegiatan belajar. Penjelasan dari setiap modul adalah sebagai berikut:

Modul 1 menguraikan Model Keputusan Konsumen dan Strategi Pemasaran. Modul 1 bertujuan agar mahasiswa a) Mampu mengklasifikasikan, membedakan dan menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen, b) Mampu menjelaskan konsep dasar pemasaran sebagai dasar penyusunan strategi pemasaran dan

mengkaitkannya dengan proses keputusan konsumen. Modul 1 terdiri dari dua kegiatan belajar. Kegiatan Belajar 1 membahas Model Keputusan Konsumen yaitu faktor-faktor apa yang memengaruhi keputusan konsumen, serta apa implikasi strategi pemasaran dan kebijakan publik berdasarkan pemahaman proses keputusan konsumen. Sedangkan Kegiatan Belajar 2 menguraikan konsep dasar pemasaran sebagai sebuah strategi pemasaran serta kaitannya dengan proses keputusan konsumen.

Modul 2 membahas motivasi dan kepribadian Konsumen. Modul 2 bertujuan agar mahasiswa mampu a) membuat klasifikasi teori motivasi konsumen b) menjelaskan klasifikasi serta mampu menjelaskan contoh-contoh strategi pemasaran berdasarkan teori motivasi c) merangkum berbagai teori kepribadian, gaya hidup serta kaitannya dengan perilaku konsumsi. Modul 2 terbagi kedalam dua kegiatan belajar. Kegiatan Belajar 1 membahas model dan teori motivasi serta penerapan teori motivasi dan pemasaran. Sedangkan Kegiatan Belajar 2 menguraikan karakteristik kepribadian, teori kepribadian, gaya hidup dan kepribadian merek, serta tren konsumen.

Modul 3. Pengolahan Informasi dan Pengetahuan Konsumen. Modul 3 ini bertujuan agar mahasiswa mampu a) mengklasifikasikan berbagai tahap proses pengolahan informasi yang dilakukan konsumen, dan b) mengklasifikasikan, membedakan, dan menjelaskan berbagai jenis pengetahuan konsumen. Modul 3 terdiri dari dua kegiatan belajar. Kegiatan Belajar 1 menjelaskan Tahapan Pengolahan Informasi, Tahap Pengolahan Informasi, yaitu Pemaparan, Perhatian, Pemahaman, Penerimaan, Retensi Kegiatan Belajar 2 menguraikan pengertian pengetahuan, dan klasifikasi pengetahuan konsumen yaitu pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian.

Modul 4 membahas proses belajar konsumen. Modul ini bertujuan agar mahasiswa mampu a) mengklasifikasikan, membedakan dan menjelaskan berbagai macam proses belajar, b) menjelaskan proses belajar kognitif, c) menjelaskan proses belajar perilaku, d) menggunakan konsep-konsep belajar perilaku: *classical conditioning* dalam penyusunan strategi pemasaran, e) menjelaskan konsep-konsep belajar perilaku: *operant conditioning* dan penerapannya dalam strategi pemasaran, f) menjelaskan konsep-konsep belajar perilaku: *observation* dan penerapannya dalam strategi pemasaran. Modul 4 terdiri dari dua kegiatan belajar. Kegiatan Belajar 1 membahas makna proses belajar, syarat proses belajar, dan proses belajar kognitif serta

proses belajar *classical conditioning*. Kegiatan Belajar 2 menguraikan proses belajar instrumental dan proses belajar observation

Modul 5. Membahas sikap konsumen. Modul ini bertujuan agar mahasiswa mampu a) menjelaskan makna sikap dan fungsi sikap serta bagaimana mengubah sikap konsumen, b) mengklasifikasikan, membedakan, dan menjelaskan berbagai model dan teori sikap. Modul 5 terdiri dari dua kegiatan belajar. Kegiatan Belajar 1 membahas arti dan fungsi sikap yaitu beberapa fungsi sikap untuk mengubah sikap konsumen. Kegiatan Belajar 2 menguraikan model sikap, model sikap tiga komponen dan model sikap multiatribut fishbein.

Modul 6. Membahas Budaya dan Karakteristik Sosial, Demografi, dan Ekonomi Konsumen. Modul ini bertujuan agar mahasiswa mampu: a) memahami arti budaya beserta unsur-unsur budaya, b) mengklasifikasikan, membedakan, dan menjelaskan berbagai unsur budaya dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumen, c) mengklasifikasikan, membedakan dan menjelaskan konsep karakteristik demografi, sosial dan ekonomi konsumen, d) memahami implikasi manajerial pemahaman budaya terhadap strategi pemasaran dan perilaku konsumen, e) memahami arti sub-sub budaya, seperti karakteristik sosial, demografi, dan ekonomi konsumen serta pengaruhnya terhadap perilaku konsumen. Modul 6 terdiri dari dua kegiatan belajar. Kegiatan Belajar 1 akan menjelaskan makna budaya dan unsure-unsur budaya serta bagaimana pengaruhnya terhadap perilaku konsumen. Kegiatan Belajar 2 akan menguraikan subbudaya konsumen yaitu karakteristik sosial, demografi dan ekonomi serta pengaruhnya terhadap perilaku konsumen.

Modul 7 membahas Keluarga dan Kelompok Acuan. Modul ini bertujuan agar mahasiswa mampu a) menjelaskan persamaan dan perbedaan antara keluarga dan rumah tangga, b) merangkum peranan anggota keluarga dalam pengambilan keputusan, c) Mampu memprediksi pengaruh perubahan struktur keluarga terhadap perilaku konsumen. Modul 7 terdiri dari dua kegiatan belajar. Kegiatan Belajar 1 membahas Keluarga dan Rumah Tangga, menjelaskan arti, peranan, dan fungsi dari keluarga dan rumah tangga dan pengambilan keputusan dalam keluarga dan menguraikan bagaimana proses keputusan dan siklus hidup keluarga dan bagaimana menyusun strategi pemasaran berdasarkan pemahaman terhadap keluarga. Kegiatan Belajar 2 akan menjelaskan arti kelompok dan kelompok acuan serta berbagai macam jenis kelompok acuan yang terkait dengan konsumen. Modul ini juga

menjelaskan bagaimana memanfaatkan kelompok acuan dalam komunikasi pemasaran

Modul 8 membahas Teknologi, Lingkungan dan Situasi Konsumen. Modul ini bertujuan agar mahasiswa mampu a) memilih perangkat teknologi untuk menjadi konsumen yang bijak, b) mengklasifikasikan, membedakan dan menjelaskan berbagai macam lingkungan dan situasi konsumen dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumen. Modul 7 terdiri dari dua kegiatan belajar. Kegiatan Belajar 1 akan membahas makna teknologi, sistem informasi teknologi dan media sosial serta perangkat teknologi lainnya yang memengaruhi perilaku konsumen. Kegiatan Belajar 2 akan menguraikan Lingkungan dan Situasi Konsumen berbagai macam situasi konsumen dan bagaimana pengaruhnya terhadap perilaku konsumen

Modul 9 membahas Proses Keputusan Konsumen dan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Konsumen. Modul 9 bertujuan agar mahasiswa mampu Mampu a) mengklasifikasikan, membedakan dan menjelaskan tahap keputusan: kebutuhan, pencarian informasi, dan evaluasi alternatif, pembelian, konsumsi, pascakonsumsi dan pembuangan, b) merangkum berbagai praktek bisnis yang merugikan konsumen, c) menjelaskan hak-hak konsumen, d) menjelaskan beberapa undang-undang yang melindungi konsumen. Modul 9 terdiri dari dua kegiatan belajar. Kegiatan Belajar 1 Proses Keputusan Konsumen menjelaskan tipe-tipe manusia dalam mengambil keputusan, empat tipe pengambilan keputusan konsumen serta tahap-tahap proses keputusan konsumen: yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian, konsumsi, pascakonsumsi menjelaskan kepuasan dan ketidakpuasan konsumen serta proses pembuangan produk. Kegiatan Belajar 2 tanggung jawab sosial terhadap konsumen membahas berbagai praktik bisnis yang merugikan konsumen serta undang-undang yang melindungi kepentingan konsumen.

Pada setiap modul akan dilengkapi dengan pendahuluan yang menerangkan secara singkat isi dari modul tersebut. Pada akhir kegiatan belajar akan dilengkapi dengan rangkuman, tip cara belajar yang baik, serta latihan dan petunjuk menjawab latihan dan tes formatif serta kunci jawaban tes formatif, dan panduan mengevaluasi hasil belajar melalui tes formatif, daftar pustaka dan indeks.

**Peta Kompetensi
Perilaku Konsumen/EKMA4567**

