

Lingkungan dan Perilaku Konsumen – Kuis (Week 13)

Nama : Sri Wati

Id : 1730053

1. Sebutkan apa yang tujuan konsumen menurut tujuan pembeliannya!
 - Konsumen akhir (individual) yaitu konsumen yang terdiri atas individu dan rumah tangga yang tujuan pembeliannya adalah untuk memenuhi kebutuhan sendiri atau untuk dikonsumsi.
 - Konsumen organisasional yaitu konsumen yang terdiri dari organisasi, pemakai industri, pedagang dan lembaga nonprofit yang tujuan pembeliannya adalah untuk memperoleh laba atau kesejahteraan anggotanya.

2. Sebutkan apa yang tujuan konsumen menurut tujuan penjualannya!
 - Konsumen antara adalah distributor, agen dan pengecer. Mereka membeli barang bukan untuk dipakai, melainkan untuk diperdagangkan.
 - Pengguna barang / konsumen akhir adalah konsumen akhir memperoleh barang atau jasa bukan untuk dijual kembali, melainkan untuk digunakan, baik untuk kepentingan dirinya sendiri, keluarga, makhluk hidup lain (Suryani, 2003)

3. Jelaskan mengenai interaksi sosial yang dibentuk oleh lingkungan sosial antara konsumen dan produsen/penyedia jasa sebuah layanan!
 - Produsen/penyedia jasa yang menawarkan lalu konsumen membeli/ menggunakannya. Dalam kata lain konsumen dalam membeli sesuatu dikarenakan kebutuhan yang diperlukannya. Tapi terkadang ada juga seseorang yang membeli suatu barang dikarenakan adanya interaksi dengan orang lain.
Contoh : Seseorang membeli suatu barang setelah sales menawarkan dan memperagakan barang yang dijualnya sehingga seseorang merasa tertarik dengan barang tersebut.

4. Jelaskan apa yang dimaksud dengan prestis individu!
 - Seseorang memiliki prestis pribadi apabila ia dihormati oleh orang lain dan orang-orang disekelilingnya. Setiap orang yang normal membutuhkan penghargaan diri dan

penghargaan dari lingkungannya. Semakin tinggi status dan kedudukan seseorang semakin tinggi pula kebutuhan prestise (gengsi) diri yang bersangkutan.

5. Jelaskan apa yang dimaksud dengan prestis asosiasi!

- Kelas sosial seseorang dapat diketahui dengan mengidentifikasi dengan siapa ia berkomunikasi dan bergaul dalam kehidupan sehari-hari.

6. Jelaskan apa yang dimaksud dengan prestis sosialisasi!

- Sebuah proses dimana seseorang belajar berbagai keterampilan, membentuk sikap dan kebiasaan dalam menjalani kehidupan masyarakat.

7. Jelaskan pengaruh individu & keluarga terhadap pembelian konsumen!

- **Faktor Individu**

Keadaan ekonomi: Keadaan ekonomi akan mempengaruhi pilihan produk seorang individu, dimana dengan situasi tersebut seseorang akan melakukan keputusan terhadap produk mana yang akan ia beli yang terjangkau dengan keadaannya.

Gaya hidup: Hal ini mengacu pada cara seseorang hidup dalam masyarakat dan mengekspresikan hal-hal di lingkungan mereka. Ini ditentukan oleh minat, opini, dan kegiatan membentuk seluruh pola bertindak dan berinteraksi pada dunia sekitar.

Umur: Umur dan siklus hidup memiliki dampak potensial pada perilaku pembelian konsumen. Seseorang akan merubahpilihan produknya seiring dengan siklus kehidupannya.

Pekerjaan: Pekerjaan seseorang mempengaruhi pembelian, perbedaan dalam pekerjaan akan berbeda pula pembeliannya.

- **Faktor Keluarga**

Sikap dan perilaku individu banyak dipengaruhi oleh kelompok-kelompok kecil. Dimana kelompok tersebut secara langsung (primary groups) dan tidak langsung (secondary groups) yang mempunyai interaksi satu dengan yang lain sehingga group memiliki peran dalam mempengaruhi individu dalam pembelian.

Keluarga mempunyai peran terbesar dalam mempengaruhi individu dalam pembelian suatu produk karenakeluarga pula yang mempunyai peran paling banyak dalam interaksi seorang individu. Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan telah menjadi penelitian yang luas. Keluarga yang terdiri dari ayah, ibu dan anak-anak kerap menjadi unit pengambilan keputusan yang utama. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Keluarga yang terdiri atas ayah,ibu dan saudara kandung mendapatkan orientasi atas agama, politik dan ekonomi serta ambisi pribadi, harga diri dan cinta. Bahkan, jika pembeli tidak lagi berinteraksi secara mendalam dengan keluarganya, pengaruh keluarga terhadap

perilaku pembeli tetap signifikan. Pengaruh yang lebih langsung terhadap perilaku pembelian sehari-hari adalah keluarga prokreasi, yaitu pasangan dan anak-anak.

8. Jelaskan bagaimana sebuah masyarakat modern hidup di hampir semua negara yang memiliki kesamaan budaya, yaitu budaya populer atau budaya konsumerisme!
 - Konsumerisme merupakan ideologi yang menjadikan seseorang atau kelompok yang menjalankan proses konsumsi atau pemakaian barang-barang hasil produksi secara berlebihan, tanpa sadar dan berkelanjutan. Kesimpulannya adalah mereka melakukan pembelian barang-barang hanya didasari oleh keinginan dan tidak mempertimbangkan kebutuhan.

9. Apa yang dimaksud dengan globalisasi & internasionalisasi dalam budaya populer?
 - Globalisasi adalah suatu integrasi internasional yang terjadi karena pertukaran pandangan dunia. Fenomena ini melibatkan integrasi ekonomi, budaya, kebijakan pemerintah, teknologi, ilmu pengetahuan dan gerakan politik di seluruh dunia.
 - Internasionalisasi adalah kata yang lebih banyak digunakan dalam hal menciptakan perangkat lunak dan produk lain sehingga membuatnya dapat diterima oleh budaya dan Bahasa lokal daripada yang lainnya. Internasionalisasi juga mengacu pada melakukan kegiatan ekonomi yang melibatkan lebih dari satu negara sendiri. Menyusun masalah atau perselisihan untuk membawanya ke forum internasional adalah cara lain untuk menginternasionalisasi masalah. Internasionalisasi tidak ada hubungannya dengan reformasi ekonomi di negara yang mengarah ke integrasi dengan kebijakan seluruh dunia. Mengambil bisnis seseorang di luar batas negara adalah contoh lain dari internasionalisasi.

10. Berikan contoh-contoh kongkrit yang menunjukkan bahwa studi terhadap lingkungan sosial makro (budaya, sub-budaya dan kelas sosial)!
 - Lingkungan makro adalah lingkungan jauh dari konsumen. Lingkungan makro sosial bersifat umum dan berskala luas, misalnya sistem politik dan hukum, kondisi ekonomi dan budaya. Karena itu, lingkungan makro memiliki pengaruh luas terhadap masyarakat bukan hanya kepada individu konsumen. Nilai mata uang rupiah yang turun terhadap dolar Amerika, merupakan kondisi ekonomi nasional. Penurunan nilai dolar akan mempengaruhi daya beli bagi sebagian besar konsumen Indonesia. Unsur lingkungan makro sosial pada konteks ini membahas adalah budaya dan subbudaya (karakteristik sosial budaya ekonomi konsumen). Sedangkan unsur lingkungan makro sosial yang dibahas meliputi keluarga dan rumah tangga, kelompok acuan.