Ibu Yuni, Pak Fitra, Ibu Vita, Prof Indri

Berbagi harap

1. Bayangan = Bayangan atau gambaran saya terhadap mata kuliah psikologi konsumen yaitu mata kuliah ini akan mempelajari bagaimana psikologi dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Akan bagaimana proses pengambilan keputusan konsumen, dan mempelajari prilaku konsumen.
2. Harapan = Harapan saya terhadap mata kuliah ini yaitu saya berharap saya mendapatkan nilai yang baik pada mata kuliah ini, serta juga dapat mengikuti setiap pertemuan mata kuliah ini.
3. Kendala/hambatan = Hambatan saya mengikuti mata kuliah ini yaitu apabila tidak dapat masuk kelas dikarenakan sakit, terlambat masuk kelas karena selama perjalanan terkena macet dan juga kesulitan mengerjakan tugas karena perilaku prokastinasi.
4. Persiapan/antisipasi = Persiapan saya mengikuti mata kuliah ini yaitu memindsetkan diri untuk mengikuti perkuliahan dengan sungguh-sungguh. Kemudian berangkat lebih cepat agar tidak terlambat meskipun macet.
5. Pertanyaan = -

Beberapa mahasiswa berbagi hasil berbagi harap mereka.

Berdasarkan tanggapan oleh dosen pengampu ibu Vita, bakal terdapat projek untuk mata kuliah ini di akhir mata kuliah ini nantinya.

Berdasarkan tanggapan pak Fitrah yaitu, terkait gambaran mata kuliah, psikologi konsumen itu ber level individual, apa yang memotivasi, mempengaruhi, dan kebutuhan konsumen. Bakal terdapat juga kejutan-kejutan di setiap pertemuan sehingga tidak akan membosankan nantinya.

Berdasarkan tanggapan bu Yuni, bakal terdapat tugas akhir dan bersifat kelompok. Selama 1 semester ini tidak akan banyak, cuman akan sampai sekitaran 9 pertemuan. Pak indri akan masuk di pertemuan 2 dan 3 yang akan membahas terkait marketing. Kemudian terkait pengambilan keputusan yang diambil selama 2 pekan. Kemudian terdapat juga kuis dan studi kasus dalam kehidupan sehari-hari selama dua pertemuan. Pada 4 pertemuan terakhir akan ada tugas lapangan.

Penilaian: 40% tugas akhir, kuis 30%, studi kasus 20%, refleksi serta keaktifan 10%.

PENGANTAR PSIKOLOGI KONSUMEN yang dibawakan oleh pak Fitrah.

Marjan, Aqua, dan Gojek memahami perilaku konsumsi dan psikologis dari konsumen.

Psikologi konsumen merupakan cabang ilmu psikologi yang focus mempelajari prilaku individu sebagai konsumen dan juga digunakan dalam marketing dan menginfluence calon-calon konsumen dan decision making individu. Psikologi konsumen digunakan baik untuk bidang profit(marjan, aqua, dll) sampai non profit(kita bisa, dll).

Perbedaan konsumsi dan membeli. Konsumsi adalah perilaku yang terarah untuk memanfaatkan nilai dari suatu barang atau jasa, untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginan. Consumer/konsumen, bisa diterapkan kepada individu, kelompok, maupun organisasi. Perbedaan dari individu, kelompok, maupun organisasi yaitu pengambilan keputusannya. Beda konsumen, user, dan buyer. Konsumen itu secara luas, User itu yang menggunakan barang, Buyer itu yang mengeluarkan uang untuk membeli.

Aktivitas consumer yaitu PURCHASE - USE - DISPOSAL. Respon consumer yaitu COGNITIVE – BEHAVIORAL. Psikologi Konsumen membantu kita lebih memahami BEYOND NEEDS individu, karena pada dasarnya individu ada yang tidak menyadari keinginan mereka.

Tujuan mempelajari psikologi konsumen itu untuk mengimprove produk atau barang jasa yang ingin dijual untuk melindungi konsumen ataupun diri sendiri, karena banyak sekali teknik atau metode yang disalahgunakan oleh produsen, produsen tau bahwa manusia itu gampang sekali untuk dibodohi.