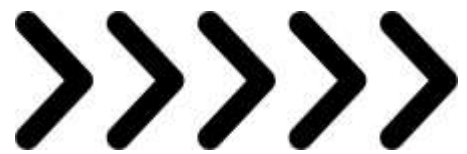




BUDAYA DAN PERILAKU KONSUMEN

Dosen Pengampu : Tengku Nuranasmita, S.Psi., M.Psi



PENGERTIAN BUDAYA

Budaya adalah sebagai keseluruhan gagasan, tindakan, dan hasil karya manusia yang harus dipelajari seJa diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Budaya mencakup hasil budi dan karya manusia yang terus berkembang sesuai dengan perubahan sosial.



HAKIKAT BUDAYA



Sebagai sesuatu yang dinamis, kompleks, dan memiliki tingkatan keberadaannya. Budaya terdiri dari beberapa elemen yang membentuk strukturnya

mulai dari asumsi dasar yang sulit diamati hingga aspek yang lebih mudah dikenali. Mokoginta (2001) mengemukakan bahwa budaya memiliki tiga tingkatan utama. Tingkatan paling dalam adalah asumsi dasar, yang merupakan keyakinan mendasar yang sering kali tidak disadari oleh individu dalam masyarakat.





FUNGSI BUDAYA

1. Sebagai identitas Sosial
2. Sebagai Pedoman Perilaku
3. Sebagai Pembentuk Nilai Dan Keyakinan
4. Sebagai Sistem Pendidikan Sosial
5. Sebagai Alat Adaptasi





BUDAYADAN KONSUMSI



Budaya

Kotler (2008) mengatakan bahwa budaya merupakan penyebab yang paling mendasar dari keinginan dan tingkah laku seseorang, tingkah laku seseorang itu dipelajari dan tumbuh dalam suatu masyarakat, sebagaimana seseorang mempelajari nilai-nilai dasar persepsi, keinginan, dan tingkah laku dari keluarga seJa lembaga-ğlembaga penting di dalam masyarakat yang lain.



BUDAYADAN KONSUMSI

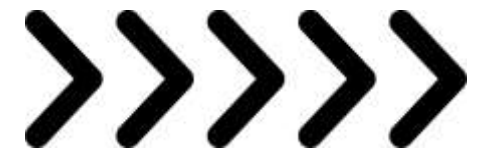


KONSUMSI

Soeharno mengungkapkan bahwa konsumsi adalah kegiatan memanfaatkan barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan hidup. Barang-barang yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup tergantung pada pendapatan yang diperoleh.



FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN



1. FAKTOR BUDAYA

Faktor budaya terdiri dari sub-budaya yang lebih menampakkan identitas serta sosialisasi khusus bagi para anggotanya.

2. FAKTOR SOSIAL

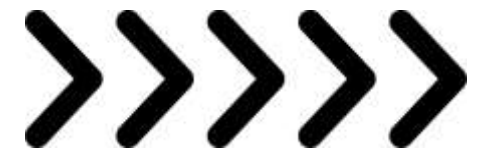
Faktor sosial seperti kelompok referensi (reference group), keluarga (family) serta peran sosial dan status (role and status) turut mempengaruhi dalam perilaku pembelian.

3. FAKTOR PRIBADI

Keputusan pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi.



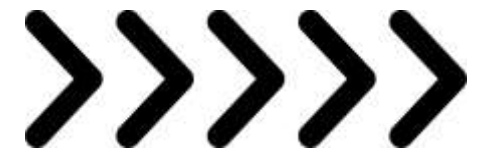
IMPLIKASI BUDAYA PADA PERILAKU KONSUMEN



1. NILAI-NILAI BUDAYA
2. NORMA DAN TRADISI
3. PERSEPSI DAN SIKAP TERHADAP INOVASI
4. BUDAYA POPULER



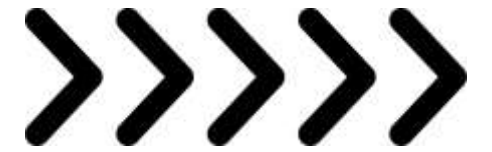
CONTOH BUDAYA DAN PERILAKU KONSUMEN



1. PENGARUH BUDAYA KOLEKTIVISME DAN INDIVIDUALISME TERHADAP PERILAKU KONSUMEN
- 2 . PENGARUH AGAMA DALAM PERILAKU KONSUMEN
- 3 . SIMBOL DAN MAKNA BUDAYA DALAM PERILAKU KONSUMEN
- 4 . PENGARUH KESADARAN LINGKUNGAN DALAM PERILAKU KONSUMEN



KESIMPULAN



Budaya adalah sistem nilai, norma, dan keyakinan yang mempengaruhi perilaku individu, termasuk konsumsi. Budaya terdiri dari unsur-unsur seperti nilai, standar, simbol, dan tradisi yang berinteraksi dengan identitas dan jalur individu dengan produk dan merek. Budaya memainkan peran penting dalam membentuk preferensi, pola belanja, dan interpretasi produk. Faktor-faktor seperti kolektivisme dan individualisme, serta norma dan tradisi, mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.





TERIMA KASIH

