

MOTIVASI



Cahyani Pratisti

IIB Darmajaya

International Office, Gedung E lantai I

cahyanipratisti@darmajaya.ac.id

+6281215500959

OUTLINE

- Kebutuhan dan motivasi
- Model proses motivasi
- Tujuan memotivasi konsumen
- Motivasi positif dan negatif
- Motif rasional dan emosional
- Sifat dinamis motivasi
- Fungsi hierarki kebutuhan Maslow pada perilaku konsumen

KEBUTUHAN DAN MOTIVASI

- Kebutuhan merupakan jantung konsep pemasaran
- Pemasar tidak menciptakan kebutuhan tetapi dapat membuat konsumen sadar akan kebutuhan mereka
- Motivasi pembelian adalah dorongan/harapan/keinginan/sebab yang membuat seorang konsumen membeli barang/jasa

Motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen.

Kebutuhan muncul karena konsumen merasakan ketidaknyaman antara yang seharusnya dirasakan dan yang sesungguhnya dirasakan.

MODEL PROSES MOTIVASI SCHIFFMAN & KANUK



KEBUTUHAN YANG DIRASAKAN KONSUMEN (FELT NEED)



Kebutuhan dasar atau bersifat fisiologis



Kebutuhan yang kita peajari sebagai jawaban terhadap kebudayaan dan lingkungan kita



UTILITARIAN & EXPRESSIVE NEEDS



Perilaku berorientasi pada tujuan (goal oriented behavior)
Seorang konsumen harus memiliki tujuan dan tindakan untuk memenuhi kebutuhannya

Utilitarian needs:
Sering disebut generic product goal adalah tujuan umum yang ingin dicapai konsumen, misal: ingin lulus, ingin punya mobil atau rumah

Expressive needs:
Berbagai produk yang dipilih dengan merek khusus yang dipilih konsumen sebagai sasaran mereka

UTILITARIAN VS EXPRESSIVE NEEDS



TUJUAN MEMOTIVASI KONSUMEN

- Meningkatkan kepuasan
- Mempertahankan loyalitas
- Efisiensi
- Efektivitas
- Menciptakan hubungan yang harmonis antara konsumen dan produsen

BANDINGKAN INFORMASI BERIKUT



MOTIVASI POSITIF DAN NEGATIF

Dorongan ke arah atau menjauhi/menghindari sebuah objek



Terkadang seseorang tergerak oleh ancaman atau hilangnya kebebasan perilaku



WHICH HEALTH MESSAGES WORK?
EXPERTS PREFER NEGATIVE ONES BUT
THE PUBLIC FOLLOWS POSITIVE MESSAGES.



PEMBAGIAN MOTIVASI

Motif Rasional: konsumen memilih sasaran produk didasarkan pada kriteria obyektif (harga, ukuran, berat)



Motif Emosional: konsumen memilih sasaran produk berdasarkan kriteria pribadi/subyektif (kebanggaan, status)



SAMSUNG



Samsung
GALAXY S IV



Specifications:

Android 4.2 JellyBean
5 inch 1080p Full HD Super AMOLED+Display
Exynos 5 Octa 5410
1.6Ghz Quad Core + 1.2Ghz Quad Core Proc
13 MP Rear w/ ZMP Front Facing Camera
Standard Li-Ion 2600 mAh Battery
16GB Internal Memory
Removable SD Card Slot upto 64 GB
Corning Gorilla Glass 3
2 GB DDR3 RAM
Bluetooth 4.0

Rp. 7.499.000
Ready Black and White

Potongan
Rp. 300.000*
*Khusus Member MDP

FREE Micro SIM CARD
XL AXIATA

MDP IT SUPERSTORE

Jl. Jend. Sudirman Km. 4 Palembang (Depan POLDA Sumsel)
Tel. 0711 - 313 046 Fax. 0711 - 313 047
Website : www.mdp.co.id   MDPITSUPERSTORE

iPhone 5.
Loving it is easy.
That's why so many people do.

[Learn more +](#)



SIFAT DINAMIS MOTIVASI



COLOUR EMOTION GUIDE




FUNGSI HIERARKI KEBUTUHAN MASLOW PADA PERILAKU KONSUMEN

Penerapan segmentasi

Pengaturan posisi



Keragaman penggunaan hierarki kebutuhan

- 
- Thank you and see you 😊