MOTIVASI DAN KETERLIBATAN (Motivation and Involvement)

Anuar Sanusi

IIB Darmajaya

Gedung B Pascasarjana

anuar.sanusi@darmajaya.ac.id

+6282185916047

TechSmith Camtasia™

Slide 1. Vinyet Pembukaan

♣ Mengapa orang pergi ke hotel butik?

- Layanan yang dipersonalisasi
- Pengalaman unik

♣ Juga memuaskan kebutuhan ego konsumen

- 'sama uniknya dengan saya'

TechSmith Camtasia™

Slide 2

Apa Itu Motivasi?

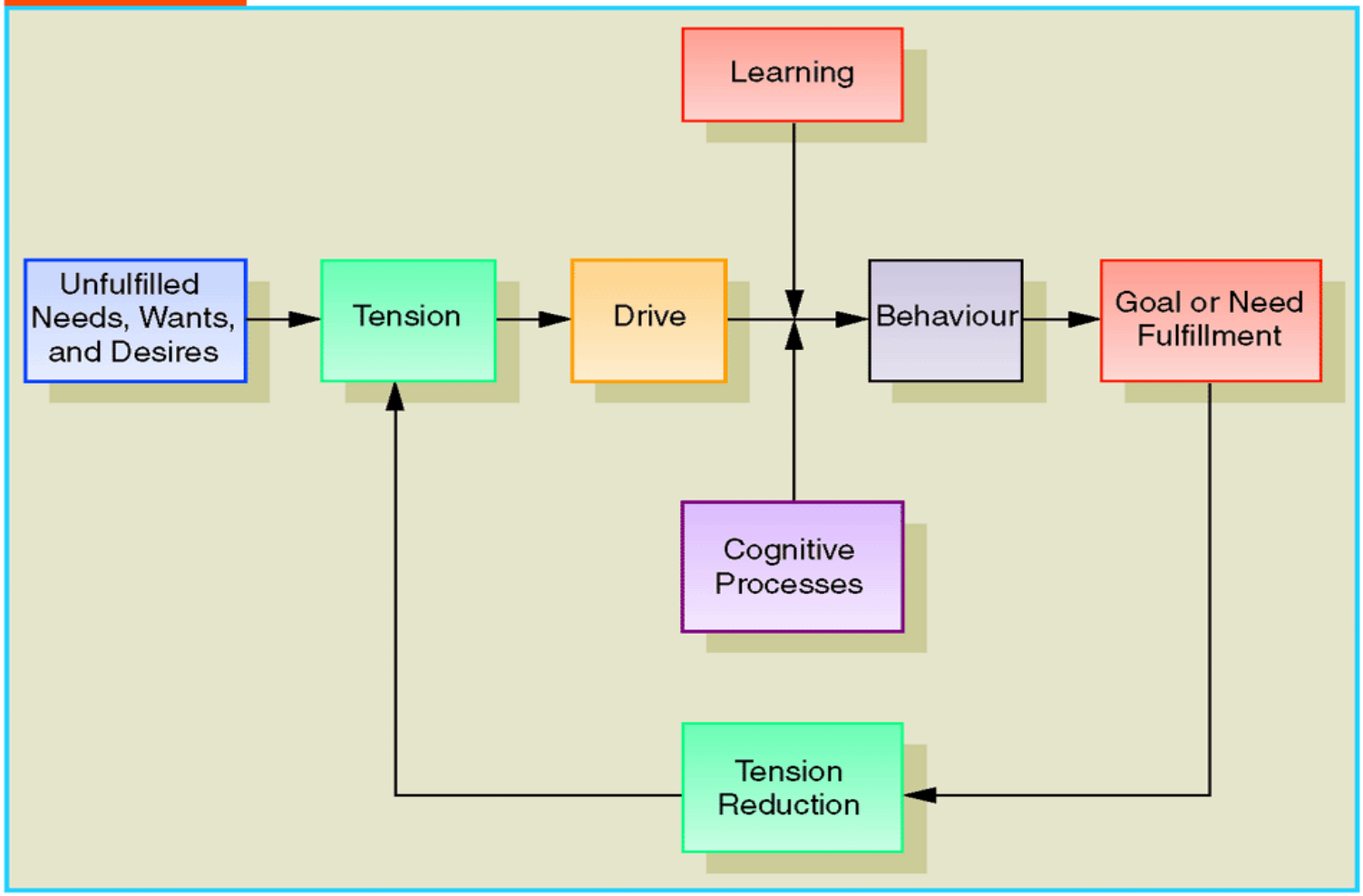
Kekuatan Pendorong Dalam Diri Individu Yang Mendorong Mereka Untuk Bertindak

1. Diproduksi oleh keadaan tegang karena kebutuhan yang tidak terpenuhi
2. Yang mengarah pada upaya sadar/bawah sadar untuk mengurangi ketegangan

Slide 3 bersambung

TechSmith Camtasia™

FIGURE 3-1 Model of the Motivation Process



TechSmith Camtasia™

JENIS KEBUTUHAN

ν Kebutuhan Bawaan

- Kebutuhan fisiologis (atau biogenik) yang dianggap sebagai kebutuhan atau motif primer

ν Kebutuhan yang didapat

- Umumnya kebutuhan psikologis (atau psikogenik) yang dianggap sebagai kebutuhan atau motif sekunder

TechSmith Camtasia™

Slide 5

JENIS MOTIF-1

- Motif Rasional
  - **Sasaran Dipilih Berdasarkan Kriteria Obyektif (Misalnya Harga)**
- Motif Emosional
  - Tujuan yang dipilih berdasarkan kriteria pribadi atau subjektif (misalnya, keinginan untuk mendapatkan status sosial)

» lanjutan

TechSmith Camtasia™

Slide 6 : Jenis motif-2

ν Motif Laten

- Motif yang tidak disadari atau tidak ingin dikenali oleh konsumen
- Lebih sulit diidentifikasi
- Membutuhkan teknik proyektif untuk mengidentifikasi

ν Motif Nyata

- Motif yang disadari dan ingin diungkapkan oleh konsumen

TechSmith Camtasia™

Slide 7:

SASARAN

- Tujuan Umum
  - kategori umum tujuan yang dilihat konsumen sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan mereka
  - misalnya, “Saya ingin mendapatkan gelar sarjana”
- Sasaran Khusus Produk
  - produk atau layanan dengan merek khusus yang dipilih konsumen sebagai tujuan mereka

TechSmith Camtasia™

Slide 8: PEMILIHAN TUJUAN

Tujuan yang dipilih oleh seorang individu bergantung pada:

- Pengalaman pribadi
- Kapasitas fisik
- Norma dan nilai budaya yang berlaku
- Aksesibilitas tujuan dalam lingkungan fisik dan sosial

TechSmith Camtasia™

Slide 9:MOTIVASI DAN TUJUAN

Motivasi Positif

- Kekuatan pendorong menuju suatu objek atau kondisi
- Mengarah ke Pendekatan Tujuan

Tujuan positif yang menjadi tujuan perilaku

- Motivasi Negatif
- Kekuatan pendorong menjauhi suatu objek atau kondisi

Mengarah ke Tujuan Penghindaran

- Suatu tujuan negatif yang darinya perilaku diarahkan

TechSmith Camtasia™

Slide 10:
SIFAT MOTIVASI YANG DINAMIS

1. Kebutuhan tidak pernah sepenuhnya terpuaskan
2. Kebutuhan baru muncul seiring dengan terpenuhinya kebutuhan lama
3. Kebutuhan tertentu dapat menghasilkan tujuan yang sangat berbeda
4. Konsumen lebih sadar akan tujuan mereka daripada kebutuhan mereka…… lanjutan..

TechSmith Camtasia™

Slide 8: PEMILIHAN TUJUAN

Tujuan yang dipilih oleh seorang individu bergantung pada:

- Pengalaman pribadi
- Kapasitas fisik
- Norma dan nilai budaya yang berlaku
- Aksesibilitas tujuan dalam lingkungan fisik dan sosial

TechSmith Camtasia™

Slide 11:

SIFAT MOTIVASI YANG DINAMIS

- Nilai-nilai konsumen, kepribadian dan konsep diri mempengaruhi tujuan konsumen
- Konsumen mempunyai banyak kebutuhan
  - Kebutuhan pra-kuat
- Motif sulit disimpulkan dari perilaku
- Pengalaman masa lalu (keberhasilan/ kegagalan) mempengaruhi tujuan
  - Mekanisme Pertahanan

» lanjutan

TechSmith Camtasia™

Slide 12:
SIFAT MOTIVASI YANG DINAMIS

- Nilai-nilai konsumen, kepribadian dan konsep diri mempengaruhi tujuan konsumen
- Konsumen mempunyai banyak kebutuhan kebutuhan pra-kuat
- Motif sulit disimpulkan dari perilaku pengalaman masa lalu keberhasilan/ kegagalan) mempengaruhi tujuan
  - ➢ : Mekanisme pertahanan

TechSmith Camtasia™

Slide 13:
SIFAT MOTIVASI YANG DINAMIS

- Motif mungkin bertentangan satu sama lain
  –Tiga jenis konflik motivasi
- Pendekatan-pendekatan: ketika konsumen tertarik pada dua tujuan positif
- Pendekatan-penghindaran: ketika objek tujuan mempunyai kualitas positif dan negatif
  – Anda berdua tertarik menuju dan menjauhi objek tersebut

» lanjutan

TechSmith Camtasia™

slide 13:

The Dynamic Nature of Motivation

- **Motives can be aroused in many ways**
  - **Physiological arousal**
    - **Hunger, thirst**
  - **Emotional arousal**
    - **daydreaming**
  - **Cognitive arousal**
    - **Random thoughts**
  - **Environmental arousal**
    - **Cues in the environment (e.g. smell of food)**

TechSmith Camtasia™

Slide 14:

Motives can be aroused in many ways

- **Motives can be aroused in many ways**
  - **Physiological arousal**
    - **Hunger, thirst**
  - **Emotional arousal**
    - **daydreaming**
  - **Cognitive arousal**
    - **Random thoughts**
  - **Environmental arousal**
    - **Cues in the environment (e.g. smell of food)**

TechSmith Camtasia™

Slide 15:

The Dynamic Nature of Motivation

- Needs are never fully satisfied
- New needs emerge as old needs are satisfied
- A given need may lead totally different goals
- Consumers are more aware of their goals than their needs

Continued

TechSmith Camtasia™

Slide 16:

The Dynamic Nature of Motivation ..lanjut

- Needs are never fully satisfied
- New needs emerge as old needs are satisfied
- A given need may lead totally different goals
- Consumers are more aware of their goals than their needs

» **continued**

TechSmith Camtasia™

Slide 17:

The Dynamic Nature of Motivation

- Consumer values, personality and self-concept influence consumer goals
- Consumers have multiple needs
  - **Pre-potent need**
- Motives are difficult to infer from behaviour
- Past experiences (success/failure) influence goals
  - **Defence Mechanisms**
    - » **continued**

TechSmith Camtasia™

Slide 18: lanjut

- Consumer values, personality and self-concept influence consumer goals
- Consumers have multiple needs
  - **Pre-potent need**
- Motives are difficult to infer from behaviour
- Past experiences (success/failure) influence goals
  - **Defence Mechanisms**
    - » **continued**

TechSmith Camtasia™

Slide 19:
Motives may conflict with each other

- **Three types of motivational conflict**
  - **Approach-approach: when a consumer is drawn towards two positive goals**
  - **Approach-avoidance: when the goal object has both positive and negative qualities**
    - **You are both drawn toward and away from the object**
  - **Avoidance-avoidance: when the consequences of buying an object is unpleasant, but the purchase does not lead to any pleasure**

» **continued**

TechSmith Camtasia™

Slide 20:

MOTIF MUNGKIN BERTENTANGAN SATU SAMA LAIN

Tiga jenis konflik motivasi

1. Pendekatan-pendekatan:ketika konsumen tertarik pada dua tujuan positif
2. Pendekatan-penghindaran:ketika objek tujuan memiliki kualitas positif dan negative. Anda berdua tertarik menuju dan menjauhi objek tersebut
3. Penghindaran-penghindaran:ketika konsekuensi membeli suatu benda tidak menyenangkan, tetapi pembelian tersebut tidak menimbulkan kesenangan apa pun.

» lanjutan

TechSmith Camtasia™

Slide 20:

- Methods by which people mentally redefine frustrating situations to protect their self-images and their self-esteem.
- Metode yang digunakan orang untuk mendefinisikan ulang situasi frustasi secara mental untuk melindungi citra diri dan harga diri mereka.

TechSmith Camtasia™

Thank you and see you ☺