



Gambar 1. Model Perilaku Konsumen

adalah memahami apa yang terjadi dalam kesadaran konsumen antara datangnya rangsangan pemasaran luar dan keputusan pembelian akhir. Skinner (1938, dalam Kotler, 2007) seorang ahli psikologi, merumuskan bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus (rangsangan dari luar). Oleh karena perilaku ini terjadi melalui proses adanya stimulus terhadap organisme, dan kemudian organisme tersebut merespon, maka teori Skinner disebut teori "S - O - R" atau Stimulus - Organisme - Respon. Lebih lanjut dijelaskan bahwa ada empat proses psikologis penting -motivasi, persepsi, pembelajaran dan memori- secara fundamental mempengaruhi tanggapan konsumen terhadap berbagai rangsangan pemasaran.

### Motivasi

Seseorang memiliki banyak kebutuhan pada waktu tertentu. Kebutuhan akan menjadi motif jika ia didorong hingga mencapai level intensitas yang memadai. Motif adalah kebutuhan yang cukup mendorong seseorang untuk bertindak. Freud (dalam Kotler, 2007) mengasumsikan bahwa kekuatan psikologis yang membentuk perilaku manusia sebagian besar tidak disadari dan bahwa seseorang tidak dapat