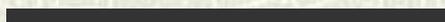




# PERILAKU KONSUMEN



# PERILAKU KONSUMEN

## Prinsip Dasar Kepuasan Konsumen

Tujuan utama dari konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk adalah **memaksimumkan kepuasan total (*total satisfaction*) atau Utilitas total (*total utility*).**

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen tentang kualitas produk :

<i>Sebelum Membeli Produk</i>	<i>Saat Membeli Produk</i>	<i>Sesudah Membeli Produk</i>
<b>Image dan nama merk perusahaan</b>	Spesifikasi performansi	Kemudahan instalasi dan penggunaan
<b>Pengalaman sebelumnya</b>	Komentar dari penjual produk	Penanganan perbaikan, pengaduan, jaminan
<b>Opini dari teman</b>	Kondisi atau persyaratan jaminan	Ketersediaan suku cadang (spare parts)
<b>Reputasi toko/tempat penjualan</b>	Kebijaksanaan perbaikan dan pelayanan	Efektivitas pelayanan purna jual
<b>Publikasi hasil-hasil pengujian produk</b>	Program-program pendukung	Keandalan produk
<b>Harga (untuk performansi) yang diiklankan</b>	Harga (untuk performansi) yang ditetapkan	Performansi komparatif

## Karakteristik Produk yang Diinginkan Konsumen

<b>DIMENSI WAKTU</b>	<b>BIAYA</b>	<b>KUALITAS</b>
<b><i>Karakteristik lebih cepat (faster) berkaitan dengan dimensi waktu yang menggambarkan kecepatan dan kemudahan atau kenyamanan untuk memperoleh produk itu.</i></b>	Karakteristik lebih murah (cheaper) berkaitan dengan dimensi biaya yang menggambarkan harga atau ongkos dari suatu produk yang harus dibayar oleh konsumen.	Karakteristik lebih baik (better) berkaitan dengan dimensi kualitas produk yang dalam hal ini paling sulit untuk digambarkan secara tepat.

### 3 (TIGA) PENDEKATAN PENENTUAN PILIHAN KONSUMEN

#### UTILITY APPROACH

Kepuasan konsumen dapat diukur dengan cara yang sama seperti ukuran berat/tinggi. (Pengukuran Kardinal)  
Ex. Tingkat utilitas 100 dianggap dua kali lebih besar daripada 50

#### INDEFERENCE CURVE

Kepuasan konsumen dihitung dengan pengukuran ordinal  
Ex. Si A dengan tingkat IQ 100 dikatakan lebih cerdas daripada si B dengan IQ 50, tetapi tidak benar jika si A dua kali lebih cerdas

#### ATTRIBUTE APPROACH

Yang diperhatikan konsumen bukanlah produk secara fisik tetapi atribut dr brg (artinya semua jasa yang dihasilkan dr penggunaan &/ pemilikan barang tersebut

# PENDEKATAN UTILITAS

## Total Utility (TU) dan Marginal Utility (MU)

- *Pendekatan kardinal* menganggap besarnya utility dapat diukur
- Ukuran utility suatu barang disebut “*utils*”

Hubungan kuantitas barang yang dikonsumsi ( $Q_x$ ) dan total utility ( $TU_x$ ), dirumuskan :

$$TU_x = f(Q_x)$$

Marginal utility ( $MU_x$ ) = perubahan total utility ( $TU_x$ ) yang diakibatkan adanya perubahan sejumlah barang yang dikonsumsi ( $Q_x$ ). Hal ini dirumuskan :

$$MU_x = \frac{\Delta TU_x}{\Delta Q_x} = \frac{dTU_x}{dQ_x}$$

## Asumsi-asumsi pendekatan utilitas:

---

- a) Tingkat utilitas total yang dicapai seorang konsumen merupakan fungsi dari kuantitas berbagai barang yang dikonsumsi:

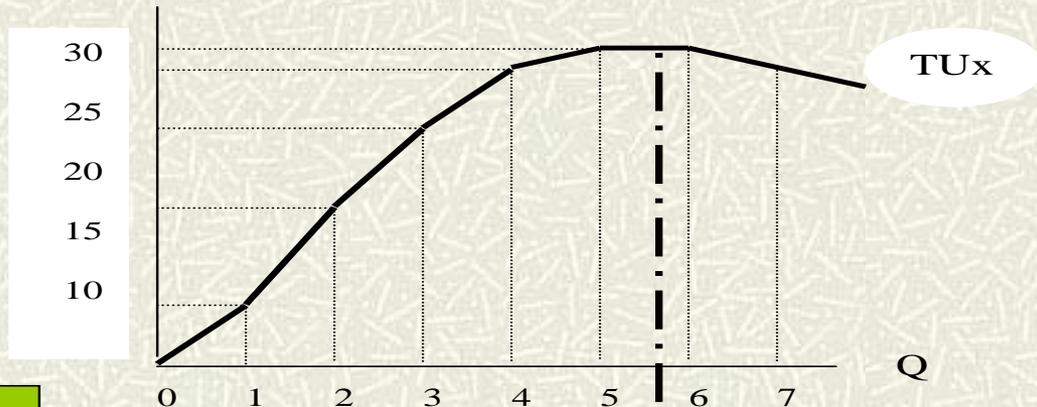
$$\text{Utilitas} = U (\text{barang X, barang Y, barang Z,.....})$$

- b) Konsumen akan memaksimalkan utilitasnya dengan tunduk kepada kendala anggarannya.
- c) Utilitas dapat diukur secara kardinal.
- d) Marginal Utility (MU) dari setiap unit tambahan barang yang dikonsumsi akan menurun. MU adalah perubahan Total Utility (TU) yang disebabkan oleh tambahan satu unit barang yang dikonsumsi, ceteris paribus.
-

# Hubungan antara $Q_x$ , $TU_x$ dan $MU_x$

Hubungan antara  $Q_x$ ,  $TU_x$  dan  $MU_x$

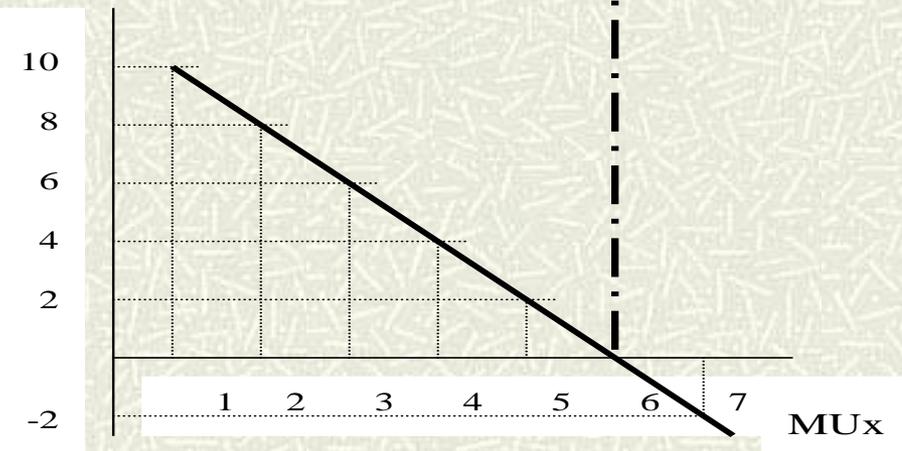
$Q_x$	$TU_x$	$MU_x$
0	0	-
1	10	10
2	18	8
3	24	6
4	28	4
5	30	2
6	30	0
7	28	-2



Sampai titik tertentu, semakin banyak barang yg dikonsumsi ( $Q_x$ ), semakin besar  $TU_x$ , tetapi cenderung  $MU_x$  semakin menurun.

Ketika  $TU_x$  maksimum,  $MU_x$  adalah Nol, keadaan ini disebut Titik jenuh (saturation point)

Setelah titik jenuh, tambahan  $Q_x$  akan mengurangi  $TU_x$  dan  $MU_x$



# KESEIMBANGAN KONSUMEN

Jika konsumen mengalokasikan dana (anggarnya) yang terbatas untuk berbagai barang sampai tidak akan menaikkan total utility-nya.  
Model sederhana :

Fungsi utility adalah  $TU_x = f(Q)$

Problem konsumen adalah maksimasi selisih antara  $TU_x$  dan total pengeluaran ( $P_x Q_x$ );

$$TU_x - P_x Q_x$$

Syarat utility maksimum, jika derivatif pertama fungsi di atas terhadap  $Q_x$  sama dengan Nol

$$\frac{dU_x}{dQ_x} - P_x \frac{dQ_x}{dQ_x} = 0$$

$$\frac{dU_x}{dQ_x} = P_x \quad \text{atau} \quad \mathbf{MU_x = P_x}$$

Jika konsumen membeli barang lebih dari satu, maka maksimasi utility diselesaikan dengan metode Lagrange

$$Z = f(Q_x, Q_y) + \lambda (I - P_x Q_x - P_y Q_y)$$

Persamaan maksimasi

$$\rightarrow \frac{dZ}{dQ_x} = \frac{dZ}{dQ_y} = \frac{dZ}{d\lambda} = 0$$

$$\rightarrow \text{i) } \frac{dZ}{dQ_x} = \frac{df(Q_x, Q_y)}{dQ_x} - \lambda P_x = 0$$

$$\rightarrow \text{ii) } \frac{dZ}{dQ_y} = \frac{df(Q_x, Q_y)}{dQ_y} - \lambda P_y = 0$$

$$\rightarrow \text{iii) } \frac{dZ}{d\lambda} = I - P_x Q_x - P_y Q_y = 0$$

Jika persamaan (i) dan (ii) adl  $df(Q_x, Q_y)$

$$\frac{df(Q_x, Q_y)}{dQ_x} = MU_x \text{ dan}$$

$$\frac{df(Q_x, Q_y)}{dQ_y} = MU_y$$

Maka  $MU_x - \lambda P_x = 0$  atau  $\lambda = \frac{MU_x}{P_x}$

$MU_y - \lambda P_y = 0$  atau  $\lambda = \frac{MU_y}{P_y}$

Sehingga keseimbangan konsumen dicapai pada saat :

$$\frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y} = \dots = \frac{MU_n}{P_n}$$

Dengan kendala anggaran  $I = P_x Q_x + P_y Q_y$

## Pendekatan Kurva Indeferens

Kurva indeferens adalah kurva yang menunjukkan kombinasi konsumsi (pembelian) barang-barang yang menghasilkan tingkat kepuasan yang sama.

Diperkenalkan oleh Prancis Y Edgeworth (Inggris) tahun 1881, kemudian dikembangkan oleh V Pareto dari Italia (1906) dan oleh J Hicks (Inggris) dan RGD Allen tahun 1934.

Asumsi-asumsi pendekatan kurva indeferens:

- **Rationality** : Konsumen mendapat kepuasan atau utilitas yang maksimum lewat barang-barang yang dikonsumsinya dengan tunduk kepada kendala anggaran yang ada.
- **Utility adalah Ordinal** : Konsumen cukup memberikan rangking dari kombinasi barang yang disukai.
- **Consistency and Transitivity of choice**: Konsumen mempunyai suatu skala preferensi.

Jika  $A > B$  ; A lebih disukai daripada B sebaliknya

Jika  $A = B$  ; A dan B indeferen : Konsumen tidak mengalami perbedaan memilih antara A dan B

Asumsi ini disebut juga **Transitivity of choice** : Konsumen mampu membandingkan kombinasi barangserta konsisten dalam pemilihan kombinasi tersebut

- **Diminishing Marginal Rate of Substitution (MRS)**.: MRS akan menurun setelah melampaui suatu tingkat utilitas tertentu. MRS adalah jumlah barang Y yang bisa diganti oleh satu unit barang X, pada tingkat kepuasan yang sama.

# KURVA INDEFERENS

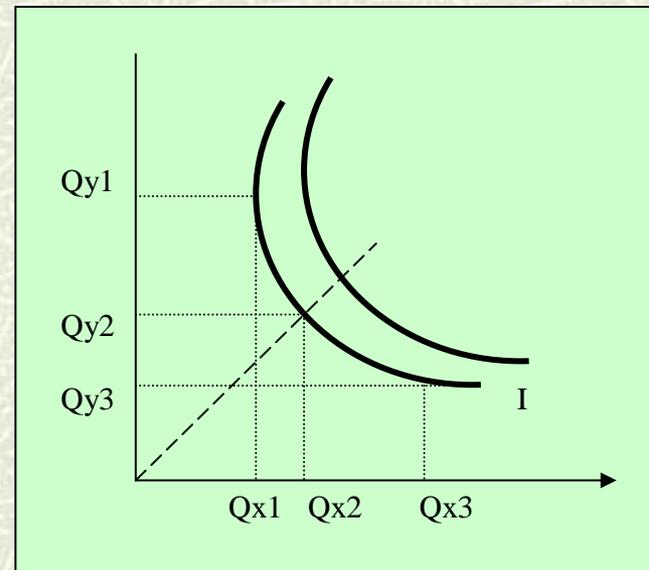
Kurva indeferen adalah kurva yang menghubungkan titik-titik berbagai kombinasi antara dua guna memberi kepuasan bagi konsumen

Kurva indeferen dipengaruhi oleh selera

$$\text{Ex : } TU = f(Q_x, Q_y)$$

Kurva indeferens mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

1. Bentuk kurva umumnya miring dari kiri atas ke kanan bawah
2. Semakin kekanan atas (menjauhi titik origin), semakin tinggi tingkat kepuasannya.
3. Kurva indeferens tidak berpotongan satu sama lain.
4. Kurva indeferens berslope negatif.
5. Kurva indeferens cembung kearah origin (titik pangkal).



Dari gambar di atas, secara matematika total diferensial terhadap fungsi utility

$$\begin{aligned}dU_x &= \frac{dU_x}{dQ_x} \cdot dQ_x + \frac{dU_x}{dQ_y} \cdot dQ_y \\ &= (MU_x) \cdot dQ_x + (MU_y) \cdot dQ_y\end{aligned}$$

Karena pada pilihan barang pada tingkat kepuasan yang sama (dalam satu kurva indifferen), maka  $dU = 0$ , sehingga :

$$(MU_x) \cdot dQ_x + (MU_y) \cdot dQ_y = 0 \text{ atau}$$

$$(MU_x) \cdot dQ_x = - (MU_y) \cdot dQ_y$$

$$- \frac{dQ_y}{dQ_x} = \frac{MU_x}{MU_y}$$

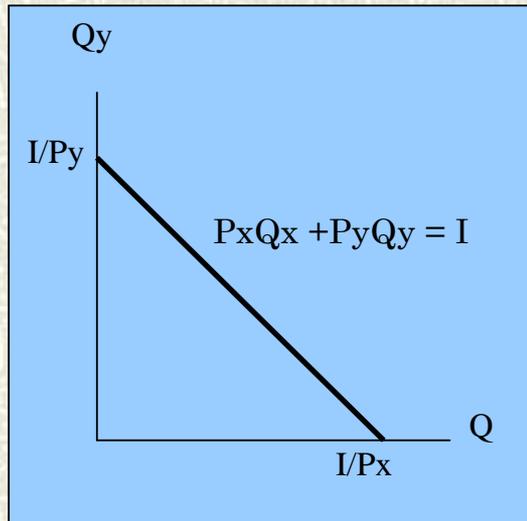
Persamaan ini menunjukkan slope kurva indifferen (MRS), ditulis ;

$$MRS_{Q_x Q_y} = \frac{dQ_y}{dQ_x} = \frac{MU_x}{MU_y}$$

# KESEIMBANGAN KONSUMEN

- Konsumen berada dalam keadaan seimbang bila mencapai optimum dalam membelanjakan pendapatannya untuk sejumlah kombinasi yang proporsional dari komoditi yang dibeli.
- Anggaran merupakan kendala bagi konsumen dalam mencapai kepuasan maksimum.
- Garis yang menunjukkan kombinasi barang dengan menggunakan anggaran (pendapatan) tertentu disebut Budget constraint line

Budget constraint line equation dituliskan  $P_xQ_x + P_yQ_y = I$



Slope budget constrain line

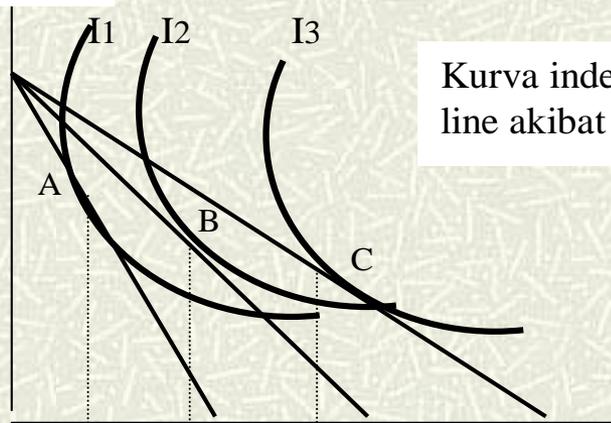
$$\frac{dQ_y}{dQ_x} = - \frac{P_x}{P_y}$$

Jadi kesimbangan konsumen tercapai

$$MRS_{Q_xQ_y} = - \frac{dQ_y}{dQ_x} = \frac{MU_x}{MU_y} = \frac{P_x}{P_y}$$

# Pengaruh harga terhadap konsumsi barang

Jumlah Y



Kurva indeferens dan budget line akibat price change

Jumlah X

$P_x$

$P'$

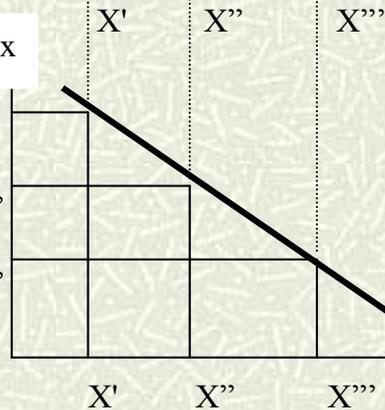
$P''$

$P'''$

$X'$

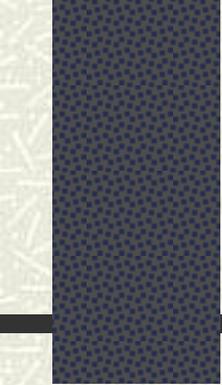
$X''$

$X'''$



*Kurva Permintaan* : Kurva yg menunjukkan hub. antara harga dg jumlah barang (Slopenya negatif)

Jumlah X



---

**#Terimakasih**

---