**Perilaku Individu dalam Organisasi**

**Perilaku Individu**

Perilaku individu merupakan suatu perilaku seseorang dalam melakukan sesuatu atau cara ia bertindak terhadap suatu kegiatan dengan menggunakan keterlampilan atau otak mereka. Adanya keterlampilan tidak terpisah dari latar belakang atau pengetahuan. Di dalam suatu organisasi perilaku individu mencerminkan setiap perilaku manajer terhadap bawahannya dimana jika ia memperlakukan bawahannya denagn baik maka suatu hubungan antara bawahan dan atasan terjalin dengan baik pula sehingga jalinan kerjasama di dalam organisasipun bisa berjalan dengan baik. Menurut Sofyandi dan Garniwa (2007) Perilaku individu adalah sesuatu yang dikerjakan seseorang, seperti berbicara dengan manajer, mendengarkan rekan sekerja, menyusun laporan, mengetik memo, menempatkan unit barang ke dalam gudang dan lain sebagainya.

Perilaku merupakan fungsi interaksi antara individu dengan lingkungannya.  Perilaku ditentukan oleh 2 faktor atau karakteristik, yaitu karakteristik individu dan karakteristik lingkungan .

* Karakteristik individu yang berpengaruh terhadap perilaku individu : kemampuan, kebutuhan, kepercayaan, pengharapan dan pengalaman masa lalunya.
* Karakteristik lingkungan (organisasi) yang berpengaruh : hirarki, tugas, wewenang, sistem reward, sistem kontrol dan lain sebagainya.

Dari teori kepribadian yang dikemukakan oleh Sigmund Freud, memberikan 3 komponen dasar perilaku individu , diantaranya adalah :

1. Konsepsi Id : subsistem dari kepribadian yang merupakan sumber dan menampung semua kekuatan jiwa yang menyebabkan berfungsinya suatu sistem. Libido dan Agresi adalah elemen kepribadian dari unsur Id yang berkenaan dengan kata hati, hasrat dan keinginan untuk mengejar kesenangan & kepuasan.
2. Konsepsi Ego : mewakili logika yang dihubungkan dengan prinsip-rinsip realitas dan merupakan subsistem yang berfungsi ganda yakni melayani sekaligus mengendalikan (penengah) dua sisi lainnya (Id & Super Ego), dengan cara berinteraksi dengan dunia atau lingkungan luar.
3. Konsepsi Super Ego : kekuatan moral dari personalitas yang merupakan sumber nilai, norma dan etika yang dianut seseorang dan memungkinkan ego memutuskan apakah sesuatu itu benar atau salah. Jika seseorang memiliki superego yang baik, maka orang tersebut akan memiliki tingkat kecerdasan spiritual yang tinggi.

Perilaku individu tidak hanya ditentukan oleh faktor keturunan atau bawaan dari lahir, tetapi juga dipengaruhi oleh *effort* (usaha), *ability* (kompetensi) serta situasi lingkungan. Perubahan perilaku merupakan hasil dari proses pembelajaran.

**II. Perbedaan Individual**

Setiap manusia berbeda perilakunya karena :

1. Manusia berbeda karena berbeda kemampuannya. Setiap manusia memiliki perbedaan dalam berperilaku karena teori pertama menyatakan perbedaan itu dibawanya sejak lahir, teori kedua karena proses penyerapan informasi yang berbeda dari individu tersebut. bahkan kedua teori tersebut mempengaruhi perilaku seseorang dalam bertindak.
2. Manusia berbeda perilakunya karena adanya perbedaan kebutuhan. Hal ini merupakan bagian dari teori motivasi yang di temukan oleh para ilmuwan psikologi seperti, Maslow, Mcleland,McGregor, dan lain-lain. yang pasti kebutuhan manusia menjadi motif secara intrinsik individu tersebut dalam berperilaku.
3. Manusia Berbeda karena mempunyai lingkungan yang berbeda dalam mempengaruhinya. Faktor lingkungan sangat berpengaruh pada manusia, suatu keputusan yang di buat oleh individu dapat dipengaruhi dengan apa yang terjadi di luar dari dirinya dengan kata lain motivasi exsternal berperan disini. lingkungan membentuk manusiam menjadi baik kah atau menjadi jahat, ramah atau sombong, dan lain-lain.
4. Manusia berbeda mempunyai masa depan sehingga cara berpikirnya pun berbeda.
Setiap mimpi yang dibuat oleh manusia mempengaruhi bagaimana individu tersebut berpikir dalam aktivitas kesehariannya dan bagaiman individu tersebut bertindak untuk mencapai tujuan jangka pendek atau jangka panjangnya.
5. Faktor Like or Dislike with Something. Percaya atau tidak faktor ini juga mempengaruhi seseorang dalam berperilaku, apabila seseorang tidak suka pada atasannya dalam memimpin, maka apapun yang dikatakan atasan hanya merupakan masukan tidak langsung di lakukan.
6. Faktor X. Faktor X ini terjadi diluar kemampuan manusia artinya bahwa segal perilaku akan berubbah oleh karena faktor alam yang tidak dapat di identifikasi penyebabnya. maka apabial ada perubahan perilaku manusia dan tidak dapat di pahami penyebabnya hal itu terjadi karena segala sesuatu telah di tentukan oleh Allah SWT.

Dari penjelasan diatas dapat dikatakan bahwa manusia itu unik dan berbeda, dari perbedaan itu pula yang menyebabkan adanya interaksi sosial diantara manusia. Terkadang manusia merasa nyaman dengan perbedaan tetapi ada juga yang tidak merasa nyaman dalam perbedaan yang ada.

Perbedaan individu berarti bahwa manajemen dapat memperoleh motivasi terbesar dikalangan para pegawai dengan memperlakukan mereka secara berbeda. Apabila bukan karena perbedaan individual tentu dapat diterapkan standar tertentu yang berlaku untuk semua orang dalam hal manajemen pegawai. Perbedaan individu mengharapkan bahwa keadilan dan kepantasan perlakuan terhadap para pegawai sepantasnya bersifat individual.

**III. Karakteristik organisasi dan pengaruhnya terhadap individu**

Dalam ilmu management, seorang manager harus mengetahui perilaku individu. Dimana setiap individu ini tentu saja memiliki karakteristik individu yang menentukan terhadap perilaku individu. Yang pada akhirnya menghasilkan sebuah motivasi individu.

Karakteristik individu dalam organisasi antara lain :

1. Karakteristik biografis yaitu karakteristik pribadi seperti umur, jenis kelamin, dan status kawin yang objektif dan masa kerja.
2. Kemampuan yaitu kapasitas individu untuk mengerjakan berbagai tugas dalam suatu pekerjaan. Kemampuan intelektual, merupakan kemampuan yang diperlukan untuk mengerjakan kegiatan mental. misalnya : berpikir,menganalisis, memahami. yang mana dapat diukur dalam berbrntuk tes (tes IQ). Dan setiap orang punya kemampuan yang berbeda. Kemampuan fisik, merupakan kemampuan yang diperlukan untuk melakukan tugas yang menuntut stamina, kecekatan dan kekuatan.
3. Kepribadian merupakan cara individu bereaksi dan berinteraksi dengan orang lain. kepribadian terbentuk dari faktor keturunan, juga lingkungan (budaya, norma keluarga dan pengaruh lainnya), dan juga situasi. ciri dari kepribadian adalah: merupakan karakteristik yang bertahan, yang membedakan perilaku seorang individu, seperti sifat malu, agresif, mengalah, malas, ambisius, setia.
4. Proses belajar (pembelajaran) adalah bagaimana kita dapat menjelaskan dan meramalkan perilaku, dan pahami bagaimana orang belajar.

belajar adalah : setiap perubahan yang relatif permanen dari perilaku yang terjadi sebagai hasil pengalaman.

* belajar melibatkan perubahan (baik ataupun buruk)
* perubahan harus relatif permanen
* belajar berlangsung jika ada perubahan tindakan / perilaku
* beberapa bentuk pengalaman diperlukan untuk belajar. pengalaman dapat diperoleh lewat pengamatan langsung atau tidak langsung (membaca) atau lewat praktek.
	1. Persepsi
1. Sikap adalah pernyataan atau pertimbangan evaluatif (menguntungkan atau tidak menguntungkan) mengenai objek, orang dan peristiwa. Sikap mencerminkan bagaimana seseorang merasakan mengenai sesuatu. Dalam perilaku organisasi, pemahaman atas sikap penting, karena sikap mempengaruhi perilaku kerja.

**komponen sikap :**

*kognitif*, segmen pendapat atau keyakinan dari suatu sikap

*afektif*, segmen emosional dari suatu sikap

*perilaku*,suatu maksud untuk perilaku dalam suatu cara tertentu terhadap seseorang atau sesuatu7. Kepuasan kerja adalah suatu sikap umum seorang individu terhadap pekerjaannya. atau persaan senang atau tidak senang terhadap pekerjaannya. Kepuasan kerja mempengaruhi sikap.

apa yang menetukan kepuasan kerja ?

* kerja yang secara mental menantang. kesempatan menggunakan ketrampilan / kemampuan, tugas yang beragam, kebebasan, dan umpan balik.
* ganjaran yang pantas. sistem upah dan kebijakan promosi yang adil.
* kondisi kerja yang mendukung. lingkungan kerja yang aman, nyaman, fasilitas yang memadai.
* rekan kerja yang mendukung. rekan kerja yang ramah dan mendukung, atasan yang ramah, memahami, menghargai dan menunjukan keberpihakan kepada bawahan.
* kesesuaian kepribadian dengan pekerjaan. bakat dan kemampuan karyawan sesuai dengan tuntutan pekerjaan.
* kepuasan kerja yang rendah, mengakibatkan keluhan, absensi, dan tingkat turnover tinggi. Namun membuat tingkat produktifitas rendah juga.

**IV. Pendekatan-pendekatan untuk memahami perilaku individu**

Pendekatan yang sering dipergunakan untuk memahami perilaku manusia adalah; pendekatan kognitif, reinforcement, dan psikoanalitis. Berikut penjelasan ketiga pendekatan tersebut dilihat dari; penekanannya, penyebab timbulnya perilaku, prosesnya, kepentingan masa lalu di dalam menentukan perilaku, tingkat kesadaran, dan data yang dipergunakan.

1. Penekanan.

Pendekatan kognitif menekankan mental internal seperti berpikir dan menimbang. Penafsiran individu tentang lingkungan dipertimbangkan lebih penting dari lingkungan itu sendiri.

Pendekatan penguatan (reinforcement) menekankan pada peranan lingkungan dalam perilaku manusia. Lingkungan dipandang sebagai suatu sumber stimuli yang dapat menghasilkan dan memperkuat respon perilaku.

Pendekatan psikoanalitis menekankan peranan sistem personalitas di dalam menentukan sesuatu perilaku. Lingkungan dipertimbangkan sepanjang hanya sebagai ego yang berinteraksi dengannya untuk memuaskan keinginan.

1. Penyebab Timbulnya Perilaku

Pendekatan kognitif, perilaku dikatakan timbul dari ketidakseimbangan atau ketidaksesuaian pada struktur kognitif, yang dapat dihasilkan dari persepsi tentang lingkungan.

Pendekatan reinforcement menyatakan bahwa perilaku itu ditentukan oleh stimuli lingkungan baik sebelum terjadinya perilaku maupun sebagai hasil dari perilaku.

Menurut pendekatan psikoanalitis, perilaku itu ditimbulkan oleh tegangan (tensions) yang dihasilkan oleh tidak tercapainya keinginan.

1. Proses.

Pendekatan kognitif menyatakan bahwa kognisi (pengetahuan dan pengalaman) adalah proses mental, yang saling menyempurnakan dengan struktur kognisi yang ada. Dan akibat ketidak sesuaian (inconsistency) dalam struktur menghasilkan perilaku yang dapat mengurangi ketidak sesuaian tersebut.

Pendekatan reinforcement, lingkungan yang beraksi dalam diri individu mengundang respon yang ditentukan oleh sejarah. Sifat dari reaksi lingkungan pada respon tersebut menentukan kecenderungan perilaku masa mendatang.

Dalam pendekatan psikoanalitis, keinginan dan harapan dihasilkan dalam Id kemudian diproses oleh Ego dibawah pengamatan Superego.

1. Kepentingan Masa lalu dalam menentukan Perilaku

Pendekatan kognitif tidak memperhitungkan masa lalu (ahistoric). Pengalaman masa lalu hanya menentukan pada struktur kognitif, dan perilaku adalah suatu fungsi dari pernyataan masa sekarang dari sistem kognitif seseorang, tanpa memperhatikan proses masuknya dalam sistem.

Teori reinforcement bersifat historic. Suatu respon seseorang pada suatu stimulus tertentu adalah menjadi suatu fungsi dari sejarah lingkungannya.

Menurut pendekatan psikoanalitis, masa lalu seseorang dapat menjadikan suatu penentu yang relatif penting bagi perilakunya. Kekuatan yang relatif dari Id, Ego dan Superego ditentukan oleh interaksi dan pengembangannya dimasa lalu.

1. Tingkat dari Kesadaran

Dalam pendekatan kognitif memang ada aneka ragam tingkatan kesadaran, tetapi dalam kegiatan mental yang sadar seperti mengetahui, berpikir dan memahami, dipertimbangkan sangat penting.

Dalam teori reinforcement, tidak ada perbedaan antara sadar dan tidak. Biasanya aktifitas mental dipertimbangkan menjadi bentuk lain dari perilaku dan tidak dihubungkan dengan kasus kekuasaan apapun. Aktifitas mental seperti berpikir dan berperasaan dapat saja diikuti dengan perilaku yang terbuka, tetapi bukan berarti bahwa berpikir dan berperasaan dapat menyebabkan terjadinya perilaku terbuka.

Pendekatan psikoanalitis hampir sebagian besar aktifitas mental adalah tidak sadar. Aktifitas tidak sadar dari Id dan Superego secara luas menentukan perilaku.

1. Data.

Dalam pendekatan kognitif, data atas sikap, nilai, pengertian dan pengharapan pada dasarnya dikumpulkan lewat survey dan kuestioner.

Pendekatan reinforcement mengukur stimuli lingkungan dan respon materi atau fisik yang dapat diamati, lewat observasi langsung atau dengan pertolongan sarana teknologi

Pendekatan psikoanalitis menggunakan data ekspresi dari keinginan, harapan, dan bukti penekanan dan bloking dari keinginan tersebut lewat analisa mimpi, asosiasi bebas, teknik proyektif, dan hipnotis.

**V. Persepsi dan komunikasi**

Persepsi merupakan suatu proses dengan mana individu-individu mengorganisasikan dan menafsirkan kesan-kesan indera mereka agar memberikan makna bagi lingkungannya.

Distorsi persepsi (penyimpangan persepsi) :

* persepsi selektif, orang-orang yang secara selektif menafsirkan apa yang mereka saksikan berdasarkan kepentingan, latar belakang, pengalaman, dan sikap.
* efek halo, menarik suatu kesan umum mengenai individu berdasarkan suatu karakteristik tunggal (kesan pertama)
* efek kontras, evaluasi dari karakteristik seseorang yang dipengaruhi oleh perbandingan dengan orang lain yang baru dijumpai, yang berperingkat lebih tinggi atau lebih rendah pada karakteristik yang sama.
* proyeksi, menghubungkan karakteristik pribadinya terhadap karakteristik pribadi orang lain.
* stereotype, menilai seseorang atas dasar persepsi kita terhadap kelompok dari orang tersebut (menggeneralisasikan).

Salah satu kekuatan yang paling menghambat suksesnya kinerja kelompok adalah kurangnya berkomunikasi dengan baik. Fungsi komunikasi dalam organisasi ada 4, yaitu:

1. sebagai pengendalian
2. motivasi
3. pengungkapan emosi
4. informasi.

Proses komunikasi meliputi langkah-langkah antara sumber dan penerima yang menghasilkan penyampaian dan pemahaman makna. Komunikasi antara pribadi meliputi metode dasar yang mengandalkan:

* Komunikasi lisan, seperti pidato, percakapan dua orang, diskusi kelompok.
* Komunikasi tertulis, seperti memo, surat, email, laporan berkala organisasi, mengirim faksimili.
* Komunikasi non verbal, seperti gerakan tubuh yang propokatif yang mempunyai arti, ekspresi wajah.

**Pengertian Persepsi**

Secara etimologi persepsi berasal dari bahasa latin *perceptio*yang berarti menerima atau mengambil. Persepsi adalah suatu proses dengan mana berbagai stimuli dipilih, diorganisir, dan diinterpretasi menjadi informasi yang bermakna.

Menurut Stephen P. Robbins (1998), persepsi adalah suatu proses pengorganisasian dan pemaknaan terhadap kesan-kesan sensori untuk memberi arti pada lingkungannya. Menurut Fred Luthans (1992) mengatakan proses persepsi dapat didefinisikan sebagai interaksi yang rumit dalam penyeleksian, pengorganisasian, dan penafsiran stimulus. Sedangkan menurut Milton (1981) mengatakan persepsi adalah proses seleksi, organisasi dan interpretasi stimulus yang berasal dari lingkungan.

**B.**    **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi**

Menurut Nugroho J. Setiadi (2003), Faktor yang mempengaruhi persepsi adalah penglihatan dan sasaran yang diterima dan dimana situasi persepsi terjadi penglihatan.

Tanggapan yang timbul atas rangsangan akan dipengaruhi sifat-sifat individu yang melihatnya,, sifat yang dapat mempengaruhi persepsi yaitu :

* Sikap

Sikap yang dapat mempengaruhi positif atau negatifnya tanggapan yang akan diberikan seseorang.

* Motivasi

Motif merupakan hal yang mendorong seseorang mendasari sikap tindakan yang dilakukannya.

* Minat

Merupakan faktor lain yang membedakan penilaian seseorang terhadap suatu hal atau objek tertentu, yang mendasari kesukaan ataupun ketidaksukaan terhadap objek tersebut.

* Pengalaman masa lalu

Dapat mempengaruhi persepsi seseorang karena kita biasanya akan menarik kesimpulan yang sama dengan apa yang pernah dilihat dan didengar.

* Harapan

Mempengaruhi persepsi seseorang dalam membuat keputusan, kita akan cenderung menolak gagasan, ajakan, atau tawaran yang tidak sesuai dengan apa yang kita harapkan.

* Sasaran

Sasaran dapat mempengaruhi penglihatan yang akhirnhya akan mempengaruhi persepsi.

* Situasi

Situasi atau keadaan disekita kita atau disekitar sasaran yang kita lihat akan turut mempengaruhi persepsi. Sasaran atau benda yang sama yang kita lihat dalam situasi yang berbeda akan menghasilkan persepsi yang berbeda pula.

**C.**    **Proses Persepsi**

Proses terjadinya persepsi meliputi :

1)     Proses Fisis

Dimana objek menimbulkan stimulus, dan stimulus mengenai alat indera.

2)     Proses Fisiologis

Stimulus yang diterima alat indera kemudian dilanjutkan oleh saraf sensoris ke otak.

3)     Proses Psikologis

Terjadi proses pengolahan otak, sehingga individu menyadari tentang apa yang ia terima dengan alat indera sebagai suatu akibat dari stimulus yang diterima.

**D.**   **Persepsi Konsumen**

Persepsi konsumen adalah proses dimana seseorang mengorganisir dan mengartikan kesan dari panca indera dalam tujuan untuk memberi arti dalam lingkungan mereka (Robbins, 1998) . persepsi konsumen ini sangat penting dipelajari karena perilaku konsumen karena perilaku konsumen didasarkan oleh persepsi mereka tentang apa itu kenyataan dan bukan kenyataan itu sendiri. Menurut shiffman dan kanuk (1997)  persepsi akan sesuatu berasal dari interaksi antara dua jenis faktor :

1. Faktor stimulus, yaitu karakteristik secara fisik seperti ukuran, berat, warna atau bentuk. Tampilan suatu produk baik kemasan maupun karakteristik akan mampu menciptakan suatu rangsangan pada indra manusian, sehingga mampu menciptakan sesuatu persepsi mengenai produk yang dilihatnya.
2. Faktor individu, yang termasuk proses didalamnya bukan hanya pada panca indra akan tetapi juga pada proses pengalaman yang serupa dan dorongan utama serta harapan dari individu itu sendiri.

Dalam persepsi seseorang juga melalui proses seleksi. Seleksi adalah proses seseorang memilih dan menentukan marketing stimuli karena tiap individu adalah unik dalam kebutuhan, keinginan dan pengalaman, sikap dan karakter pribadi masing-masing orang. Menurut Shiffman dan Kanuk (2000) dalam seleksi ada proses yang disebut *selective perception concept*. Adapun *selective selective perception concept*, yaitu :

1.    Selective Exposure

Konsumen secara efektif mencari pesan menemukan kesenangan atau simpati mereka secara aktif menghindari kesakitan atau ancaman disisi lainnya. Mereka secara efektif membuka diri mereka kepada iklan-ikaln yang menentramkan hati mereka mengenai kebijaksanaan tentang kepuasaan pembeliannya.

2.    Selective Attention

Konsumen mengadakan transaksi pemilihan yang bagus dengan tujuan perhatian mereka berikan pada rangsangan komersial. Mereka mempunyai kesadaran tinggi terhadap rangsangan yang sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka. Jadi konsumen mungkin untuk mengingat iklan untuk prodek yang dapat memuaskan kebutuhan mereka dan mengabaikan yang tidak mereka butuhkan.

3.    Perceptual Defense

Konsumen secara bawah sadar menyaring rangsangan yang mereka temukan ancaman psikological, meskipun telah terdapat pembukaan. Jadi ancaman atau sebaliknya rangsangan yang merusak mungkin lebih sedikit diterima secara sadar daripada rangsangan netral pada level pembukaan yang sama.

4.    Perceptual Blocking

Konsumen melindungi diri mereka dari rangsangan-rangsangan yang mereka anggap negatif dan mempunyai pengaruh buruk bagi diri mereka.

**E.**    **Karakteristik Seseorang Mempengaruhi Persepsi**

Menurut Robbins  (1998) persepsi dapat dipengaruhi oleh karakter seseorang. Karakter tersebut dipengaruhi oleh :

* 1. Attitudes

Dua individu yang sama, tetapi mengartikan sesuatu yang dilihat itu berbeda satu dengan yang lain.

* 1. Motives

Kebutuhan yang tidak terpuaskan yang mendorong individu dan mungkin memiliki pengaruh yang kuat terhadap persepsi mereka.

* 1. Interests

Fokus dari perhatian kita sepertinya dipengaruhi oleh minat kita, karena minat seseorang berbeda satu dengan yang lain. Apa yang diperhatikan oleh seseorang dalam suatu situasi bisa berbeda satu dengan yang lain. Apa yang diperhatikan seseorang dalam suatu situasi bisa berbeda dari apa yang dirasakan oleh orang lain.

* 1. Experiences

Fokus dari karakter individu yang berhubungan dengan pengalaman masa lalu seperti minat atau interest individu. Seseorang individu merasakan pengalaman masa lalu pada sesuatu yang individu tersebut hubungkan dengan hal yang terjadi sekarang.

 5.    Expectations

Ekspektasi bisa mengubah persepsi individu dimana individu tersebut bisa melihat apa yang mereka harapkan dari apa yang terjadi sekarang.

**F.**    **Pengertian Perilaku Konsumen**

Sukses atau tidaknya suatu produk dipasaran, sangat dipengaruhi oleh bagaimana produk diterima oleh konsumen. Tentunya produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen yang akan dibeli dan konsumsi oleh konsumen.

Menurut Husein Umar (2003) pengertian perilaku konsumen adalah tindakan yang terlibat dalam mendapatkan mengkomsumsi dan menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusul tindakan. Sedangkan menurut Peter J. Paul dan Olson (2000) mendefinisikan perilaku konsumen adalah interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisi, perilaku dan kejadian sekitar kita dimana manusia melakukan aspek pertukaran dalam hidup mereka. Menurut Bilson Simamora (2004) perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan yang mensyaratkan aktivitas individu untuk mengevaluasi, memperoleh, menggunakan, atau mengatur barang dan jasa.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2000) mengemukakan perilaku konsumen yang sangat bervariatif, yaitu:

**1.    Konsumen mencari resiko (Consumers Seek Information)**

Konsumen mencari informasi mengenai produk dan kategori produk melalui komunikasi kata melalui mulut atau yang biasa disebut dengan word of mouth, bail dari teman, keluarga, orang lain, tenaga penjual, dan dari media umum. Mereka menyimpan lebih banyak waktu untuk berpikir tentang pilihan mereka dan mencari lebih banyak informasi tentang alternatif produk ketika mereka menghubungkan tingkat resiko yang tinggi dengan pembelian.

**2.    Konsumen adalah setia terhadap merek (Consumers are Brand Loyal)**

Konsumen menghindari resiko dengan tetap setia pada satu merek baru atau merek-merek yang belum pernah mereka coba. Penerima resiko yang tinggi mungkin menjadi lebih setia pada merek-merek lama dan mungkin sedikit untuk membeli produk-produk baru yang diperkenalkan.

**3. Konsumen memilih melalui kesan terhadap merek  (Consumers Select by Brand Image)**

Konsumen sering berpikir bahwa merek yang terkenal lebih baik dan cukup baik sebagai jaminan secara tidak langsung mengani kualitas yang dapat dipertanggungjawabkan hasil dan pelayanannya. Usaha promosi pemasar menambah kualitas yang diterima dari produk-produk mereka dapat menolong untuk membangun dan menyokong kesan merek yang baik.

**4.    Konsumen mengandalkan kesan toko (Consumers Rely on store Image**)

Jika konsumen tidak memiliki informasi lain tentang produk, mereka sering percaya pada penilaian terhadap pembeli barang dagangan dari toko yang mempunyai nama baik dan bergantung ada merek untuk membuat keputusan-keputusan yang hati-hati dalam memilih produk untuk dijual kembali. Kesan toko juga memberi implikasi dari percobaan produk dan jaminan pelayanan, hak pengembalian dan penyesuaian diri dalam kasus ketidakpuasaan.

**5.    Konsumen membeli produk yang paling mahal (Consumers buy the most expensive model)**

Ketika dalam keragu-raguan, konsumen dapat merasa kalua produk yang paling mahal mungkin yang terbaik dalam hubungannya dengan kualitas, yaitu mereka menyamakan harga dengan kualitas.

**6.    Konsumen mencari kepastian (Consumers Seek Reassurance)**

Konsumen yang tidak tahu dalam membuat keputusan dalam memilih produk cenderung untuk mencari kepastian melalui garansi uang kembali, pemerintah dan hasil tes laboraturium sendiri.

**G.**   **Persepsi dan Keputusan Pembelian**

Menurut Dowling (1986) (dalam Ferrinadewi 2008) persepsi terhadap resiko (perceived risk) adalah persepsi negatif konsumen atas sejumlah akitivitas yang didasarkan pada hasil yang negatif dan memungkinkan bahwa hasil tersebut menjadi nyata. Hal ini merupakan masalah yang senantiasa dihadapi konsumen dan menciptakan suatu kondisi yang tidak pasti misalkan ketika konsumen menentukan pembelian produk baru. Berbagai penelitiann berhasil dilakukan oleh beberapa ahli dan hasilnya dirangkum oleh Mowen dan Minor (2001) :

1)      Resiko keuangan, resiko yang hasilnya akan merugikan konsumen secara keuangan.

2)      Resiko kinerja, resiko bahwa produk tidak akan memberika kinerja yang diharapkan.

3)      Resiko fisik, resiko bahwa produk secara fisik akan melukai konsumen.

4)      Resiko psikologis, resiko bahwa produk akan menurunkan citra diri konsumen.

5)      Resiko sosial, resiko bahwa lingkungan sekitar akan mengejek pembelian produk.

6)      Resiko waktu, resiko bahwa sebuah keputusan akan menghabiskan banyak waktu.

7)      Opportunity Loss, resiko bahwa dengan melakukan sebuah tindakan konsumen akan merasa rugi jika melakukan hal lin yang benar-benar ingin ia lakukan.

Dapat disimpulkan bahwa ketika konsumen menerima stimuli :

a)      Harga produk yang sangat mahal

b)      Penilaian orang lain terhadap pilihan konsumen sangat berpengaruh

c)      Ancaman fisik, psikologi, maupun sosial yang besr akibat pemakaian produk

d)     Konsekuensi untuk menghentikan pemakaian produk lain yang disukai

e)      Hasil pemakaian masih belum dapat terbukti maka konsumen akan memiliki persepsi bahwa produk tersebut berisko atau persepsi terhadap resikonya tinggi.

**H.**   **Definisi keputusan dalam organisasi.**

Keputusan adalah suatu pemutusan atau pengakhiran dari pada suatu proses pemikiran tentang suatu masalah atau problem, untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah tersebut, dengan menjadikan pilihan pada salah satu alternative tertentu. Atmosudirsjo S Prajudi(1982:87).

Setelah pengertian keputusan disampaikan, perlu pula diikuti dengan pengertian tentang “pengambilan keputusan”. Beberapa pengertian tentang pengambilan keputusan menurut beberapa buku :

1.    Pengambilan keputusan yaitu hal yang dilakukan oleh ketua dalam suatu kegiatan yang dilakukan dalam organisasi untuk mengambil suatu tindakan atau pilihan yang harus dilakukan yang akan menghasilkan keputusan untuk kebaikan bersama (stephen P.Robbins: manajemen).

2.  pengambilan keputusan yaitu proses memilih suatu alternatif cara bertindak dengan metode yang efisien sesuai situasi. Proses itu untuk menemukan dan menyelesaikan masalah dalam organisasi.J. Salusu (1966:47).

Pengambilan keputusan merupakan suatu hal yang sangat penting bagi individu maupun organisasi. Mengambil keputusan kadang-kadang mudah tetapi lebih sering sulit sekali. Kemudahan atau kesulitan mengambil keputusan tergantung pada banyaknya alternatif yang tersedia. Semakin banyak alternatif yang tersedia, kita akan semakin sulit dalam mengambil keputusan. Keputusan yang diambil memiliki tingkatan yang berbeda-beda. Ada keputusan yang tidak terlalu berpengaruh terhadap organisasi, tetapi ada keputusan yang dapat menentukan kelangsungan hidup organisasi. Oleh karena itu, hendaknya mengambil keputusan dengan hati-hati dan bijaksana.

**I.**     **Jenis-jenis Keputusan Organisasi.**

Secara umum keputusan dibedakan menjadi 2 keputusan yang diprogramkan (program decision)melibatkan masalah-masalah yang sederhana, umum, dan kerap terjadi dimana solusinya telah ditentukan sebelumnya. dan keputusan yang tidak diprogramkan (non-programmed decision) masalah-masalah lain yang lebih rumit.Louis E Boone dan David L. Kurtz (2007 : 394).

Jenis keputusan dibagi menjadi tiga macam :

1. Keputusan terstruktur adalah keputusan yang dilakukan secara berulang-ulang dan bersifat rutin.
2. Keputusan semiterstruktur adalah keputusan yang mempunyai sifat sebagai keputusan dapat ditangani oleh komputer dan yang lain tetap harus dilakukan oleh pengambil keputusan.
3. Keputusan tak terstruktur adalah keputusan yang penangananya rumit, karena tidak terjadi berulang-ulang atau tidak sengaja terjadi.

**J.**     **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan**

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan sebagai berikut :

**1.         Kondisi/kedudukan.**

Dalam kerangka pengambilan keputusan, posisi/kedudukan seseorang dapat dilihat dalam hal berikut :

A.   Letak posisi; dalam hal ini apakah is sebagai pembuat keputusan *(decision maker),*penentu keputusan *(decision taker)*ataukah staf *(staffer).*

B. Tingkatan posisi; dalam hal ini apakah sebagai *strategi, policy,*peraturan, organisasional, operasional, teknis.

**2.   Masalah**

Masalah atau problem adalah apa yang menjadi peng-halang untuk tercapainya tujuan, yang merupakan penyimpangan daripada apa yang diharapkan, direncanakan atau dikehendaki dan harus diselesaikan.

**3.   Situasi**

Situasi adalah keseluruhan faktor-faktor dalam keadaan, yang berkaitan satu sama lain, dan yang secara bersama-sama memancarkan pengaruh terhadap kita beserta apa yang hendak kita perbuat.

Faktor-faktor itu dapat dibedakan atas dua, yaitu sebagai berikut :

* *Faktor-faktor yang konstan (C),*yaitu faktor-faktor yang sifatnya tidak berubah-ubah atau tetap keadaanya.
* *Faktor-faktor yang tidak konstan,*atau variabel (V), yaitu faktor-faktor yang sifatnya selalu berubah-ubah, tidak tetap keadaannya.

**4.       Kondisi**

Kondisi adalah keseluruhan dari faktor-faktor yang secara bersama-sama menentukan daya gerak, daya ber-buat atau kemampuan kita. Sebagian besar faktor-faktor tersebut merupakan sumber daya-sumber daya.

**5.         Tujuan.**

Tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan perorangan, tujuan unit (kesatuan), tujuan organisasi, maupun tujuan usaha, pada umumnya telah tertentu/ telah ditentukan. Tujuan yang ditentukan dalam pengambilan keputusan merupakan tujuan antara atau *objective.*

**KEPRIBADIAN**

- Menurut Gordon Allport, kepribadian adalah organisasi dinamik dalam individu yang memiliki sistem psikologis tersebut yang menentukan penyesuaian uniknya terhadap lingkungannya.

- Penentu-penentu kepribadian terbentuk dari 3 faktor:

1. Keturunan

Faktor yang ditentukan sejak lahir (Ukuran fisik, daya tarik wajah, jenis kelamin, temperamen)

1. Lingkungan

Kebudayaan dimana kita dibesarkan (keluarga, teman, dan kelompok sosial)

1. Situasi

Tuntuntan beragam dari situasi yang berbeda menimbulkan aspek yang berbeda pada kepribadian seseorang

-Ciri-ciri Kepribadian

* Pencarian Awal Atas Ciri-ciri Utama

Ribuan hasil riset tentang ciri-ciri seseorang di ringkas hanya menjadi 16 ciri ciri utama

* Indikator tipe Myers-Briggs

MBTI ini adalah tes kepribadian yang menggunkan 4 karakteristik dan mengklafikasi orang kedalam 1-16 tipe kepribadian.

* Model lima besar

a. Ekstroversi

Orang-orang ekstrovert cenderung suka berkelompok, tegas dan mampu bersosialisasi, kaum introvert cenderung pendiam, pemalu, dan tenang.

b. Kemampuan untuk bersepakat

Orang-orang yang berkemampuan tinggi untuk bersepakat bersifat kooperatif, hangat, dan percaya

c. Kemampuan untuk mendengarkan suara hati

Orang-orang yang sangat peka terhadap suara hati bersifat bertanggung jawab, terorganisir, dapat dipercaya, dan gigih.

d. Stabilitas emosi

Orang dengan stabilitas emosi yang positif cenderung tenang, percaya diri, dan merasa aman.

e. Keterbukaan terhadap pengalaman

Orang yang secara ekstrem terbuka adalah orang yang kreatif, ingin tahu, dan secara artistik sensitif

<https://goenable.wordpress.com/2012/01/06/perilaku-individu-dalam-organisasi/>

http://pomanbis.blogspot.com/2014/03/kepribadian.html