




UNIVERSITAS GLOBAL JAKARTA
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS



UNIVERSITAS SAINTEK MUHAMMADIYAH
PROGRAM STUDI S1 KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS

FM/JGU/L.
006

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tgl Penyusunan
Perilaku Konsumen	BMK21403J		3	5	Agustus 2023
OTORISASI	Pengembang RPS		Koordinator RMK		Ketua Program Studi
	Suci Ayu Sudari, S.S.T., M.Mgt				 Dwi Rachmawati, S.S.T., M.Mgt
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK				
	S9/CPL 1	Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri			
	P3/CPL 2	Memiliki integritas kepribadian yang tinggi serta pandangan yang luas dan menyeluruh tentang ilmu manajemen dan penerapannya dalam dunia usaha sehingga diharapkan memberikan kontribusi nilai sosial kepada masyarakat melalui penyampaian informasi yang berguna dan dibutuhkan masyarakat			
	KU1/C PL3	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora yang sesuai dengan bidang keahliannya			
	KK3/C PL4	Memahami dan menguasai konsep-konsep ilmu manajemen, komponen-komponennya serta penerapan dan aplikasi dalam aktivitas manajemen dan bisnis			
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)				
	CPL1/ CPL2/ CPL3	CPMK 1	Mampu menguasai pemahaman mengenai mahasiswa akan dapat memahami mengenai perilaku konsumen di dalam pasar		
CPL3/ CPL4	CPMK 2	Mampu membuat perencanaan strategi pemasaran dan baurannya berdasarkan karakteristik perilaku konsumennya			

	CPL3/ CPL4	CPMK 3	Mampu memahami aplikasi dari ilmu perilaku konsumen untuk memenangkan persaingan bisnis
	CPL2/ CPL3	CPMK 4	Mampu mengembangkan pemikiran analitikal yang berguna nantinya dalam riset pemasaran
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini membahas masalah tentang perilaku konsumen berdasarkan pengertiannya, konsep dan teori perilaku untuk memahami perilaku konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen untuk mengembangkan strategi Pemasaran, tipe-tipe konsumen dan segmentasi pasar, teori tentang pengambilan keputusan konsumen, strategi pemasaran, konsumerisme, Undang-undang Perlindungan Konsumen, Etika Bisnis dan tanggungjawab sosial perusahaan		
Bahan Kajian / Materi Pembelajaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran 2. Variasi lintas budaya dalam perilaku konsumen 3. Pengaruh kelompok pada perilaku konsumen 4. Pengaruh Internal: Persepsi 5. Pengaruh internal: Pembelajaran, memori, dan positioning produk (Learning, memory, and product positioning) 6. Pengaruh Internal: Sikap (Attitudes and Influencing Attitudes) 7. Pengaruh Internal: Konsep diri dan Gaya hidup 8. Proses Keputusan Konsumen: Pengaruh Situasional dan pengenalan masalah 		
Pustaka	Utama :		
		1. Suryani, T.2016. Perilaku Konsumen:Implikasi dan Strategi Pemasaran. Graha Ilmu	
	Pendukung :		
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Buku-buku Perilaku Konsumen dan sumber lain dari internet. 2. Artikel dan Jurnal yang terkait dengan Perilaku Konsumen 	
Media Pembelajaran	Perangkat Lunak:		Perangkat Keras:
	Ms Powerpoint		1. LCD & Projector
Dosen Pengampu	1. Suci Ayu Sudari, S.S.T., M.Mgt		
Matakuliah syarat	-		

Mg Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan akhir tiap tahapan belajar)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa,		Materi Pembelajaran	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Daring (<i>online</i>)	Luring (<i>offline</i>)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Mampu menguasai pemahaman materi terkait perilaku konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Interaksi akrab dosen dengan mahasiswa, antar mahasiswa 2. Motivasi mahasiswa untuk belajar mandiri. 3. Mahasiswa dapat mengikuti perkuliahan sesuai dengan jadwal perkuliahan. 	<p>Kriteria: Interaksi dan motivasi</p> <p>Bentuk non-test:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Keaktifan mahasiswa ketika belajar dikelas • Kedisiplinan siswa 	<p>Kuliah</p> <p>Learning dalam bentuk:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • <i>Student centered</i> • <i>Brainstorming</i> • <i>Ice Breaking</i> 		<p>Pengantar Kuliah</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kontrak kuliah 2. Penjelasan RPS 3. Pendahuluan dan teori perilaku konsumen 	0

2	Mampu menguasai pemahaman Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Partisipasi 2. Keaktifan 3. Kebenaran penjelasan 4. Kemampuan menyampaikan pendapat berdasarkan pengalaman 	<p>Kriteria: Interaksi dan motivasi</p> <p>Bentuk non-test:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Keaktifan mahasiswa ketika belajar dikelas ● Kedisiplinan siswa ● 	<p>Kuliah</p> <p>Learning dalam bentuk:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Ceramah ● <i>Student centered</i> ● <i>Brainstorming</i> ● <i>Ice Breaking</i> 		<ul style="list-style-type: none"> ● Aplikasi perilaku konsumen ● Strategi pemasaran dan perilaku konsumen ● Komponen-komponen analisis pasar ● Segmentasi pasar ● Keputusan konsumen ● Keluaran ● Sifat perilaku konsumen ● Arti konsumsi 	
3	Mampu menguasai pemahaman terkait Variasi lintas budaya dalam perilaku konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Partisipasi 2. Keaktifan 3. Kebenaran penjelasan 4. Kemampuan menyampaikan pendapat berdasarkan pengalaman 	<p>Kriteria: Interaksi dan motivasi</p> <p>Bentuk non-test:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Keaktifan mahasiswa ketika belajar dikelas ● Kedisiplinan siswa 	<p>Kuliah</p> <p>Learning dalam bentuk:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Ceramah ● <i>Student centered</i> ● <i>Brainstorming</i> ● <i>Ice Breaking</i> 		<ul style="list-style-type: none"> ● Konsep budaya ● Variasi dalam nilai budaya ● Variasi budaya dalam komunikasi nonverbal ● Budaya global ● Demografi global ● Strategi pemasaran lintas budaya 	

Mg Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan akhir tiap tahapan belajar)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa,		Materi Pembelajaran	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Luring (<i>offline</i>)	Daring (<i>online</i>)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
4	Pengaruh kelompok pada perilaku konsumen	1. Partisipasi 2. Keaktifan 3. Kebenaran penjelasan Kemampuan menyampaikan pendapat berdasarkan pengalaman	Kriteria: Interaksi dan motivasi Bentuk non-test: • Keaktifan mahasiswa ketika belajar dikelas • Kedisiplinan siswa	Kuliah Learning dalam bentuk: • Ceramah • <i>Student centered</i> • <i>Brainstorming</i> • <i>Ice Breaking</i>		<ul style="list-style-type: none"> • Tipe-tipe kelompok • Kelompok referensi mempengaruhi proses konsumsi • Strategi pemasaran berdasarkan pengaruh kelompok referensi • Komunikasi dalam group dan opinion leadership • Difusi inovasi 	
5	Pengaruh Internal: Persepsi	1. Partisipasi 2. Keaktifan 3. Kebenaran penjelasan Kemampuan menyampaikan pendapat berdasarkan pengalaman	Kriteria: Interaksi dan motivasi Bentuk non-test: • Keaktifan mahasiswa ketika belajar dikelas Kedisiplinan siswa	Kuliah Learning dalam bentuk: • Ceramah • <i>Student centered</i> • <i>Brainstorming</i> • <i>Ice Breaking</i>		<ul style="list-style-type: none"> • Sifat persepsi • Eksposure • Attention • Interpretasi • Persepsi dan strategi pemasaran 	

6	Pengaruh internal: Pembelajaran, memori, dan positioning produk (Learning, memory, and product positioning)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Partisipasi 2. Keaktifan 3. Kebenaran penjelasan Kemampuan menyampaikan pendapat berdasarkan pengalaman 	<p>Kriteria: Interaksi dan motivasi</p> <p>Bentuk non-test:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Keaktifan mahasiswa ketika belajar dikelas <p>Kedisiplinan siswa</p>	<p>Kuliah</p> <p>Learning dalam bentuk:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • <i>Student centered</i> • <i>Brainstorming</i> • <i>Ice Breaking</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Sifat pembelajaran dan memori • Peran memori dalam pembelajaran • Pembelajaran ketika keterlibatan rendah dan tinggi • Pembelajaran, memori, dan pemulihan (retrieval) • Citra merek dan positioning produk • Ekuitas merek dan brand leverage 	
7	Evaluasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Partisipasi 2. Keaktifan 3. Kebenaran penjelasan Kemampuan menyampaikan pendapat berdasarkan pengalaman 	<p>Kriteria: Interaksi dan motivasi</p> <p>Bentuk non-test:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Keaktifan mahasiswa ketika belajar dikelas • Kedisiplinan siswa 	<p>Kuliah</p> <p>Learning dalam bentuk:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • <i>Student centered</i> • <i>Brainstorming</i> • <i>Ice Breaking</i> 	quiz	
8	Ujian Tengah Semester					

9	Pengaruh Internal: Sikap (Attitudes and Influencing Attitudes)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Partisipasi 2. Keaktifan 3. Kebenaran penjelasan 4. Mahasiswa dapat mengikuti perkuliahan sesuai dengan jadwal perkuliahan. 	<p>Kriteria: Interaksi dan motivasi</p> <p>Bentuk non-test:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Keaktifan mahasiswa ketika belajar dikelas ● Kedisiplinan siswa 	<p>Kuliah</p> <p>Learning dalam bentuk:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Ceramah ● <i>Student centered</i> ● <i>Brainstorming</i> ● <i>Ice Breaking</i> 		<ul style="list-style-type: none"> ● Komponen-komponen sikap ● Strategi perubahan sikap ● Karakteristik individu dan situasional yang mempengaruhi perubahan sikap ● Karakteristik komunikasi yang mempengaruhi pembentukan dan perubahan sikap ● Strategi segmentasi pasar dan pengembangan produk berdasarkan sikap 	
10,11	Pengaruh Internal: Konsep diri dan Gaya hidup	<ol style="list-style-type: none"> 1. Partisipasi 2. Keaktifan 3. Kebenaran penjelasan 4. Kemampuan menyampaikan pendapat berdasarkan pengalaman 	<p>Kriteria: Interaksi dan motivasi</p> <p>Bentuk non-test:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Keaktifan mahasiswa ketika belajar dikelas ● Kedisiplinan siswa 	<p>Kuliah</p> <p>Learning dalam bentuk:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Ceramah ● <i>Student centered</i> ● <i>Brainstorming</i> ● <i>Ice Breaking</i> 		<ul style="list-style-type: none"> ● Konsep diri ● Sifat gaya hidup ● The VALS system ● Analisis Geo-Lifestyle (PRIZM) ● Lifestyle internasional 	

Mg Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan akhir tiap tahapan belajar)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa,		Materi Pembelajaran	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Luring (<i>offline</i>)	Daring (<i>online</i>)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
12,13	Proses Keputusan Konsumen: Pengaruh Situasional dan pengenalan masalah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Partisipasi 2. Keaktifan 3. Kebenaran penjelasan 4. Mahasiswa dapat mengikuti perkuliahan sesuai dengan jadwal perkuliahan. 	<p>Kriteria: Interaksi dan motivasi</p> <p>Bentuk non-test:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Keaktifan mahasiswa ketika belajar dikelas • Kedisiplinan siswa 	<p>Kuliah</p> <p>Learning dalam bentuk:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • <i>Student centered</i> • <i>Brainstorming</i> • <i>Ice Breaking</i> 		<p>Pengaruh situasional:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sifat pengaruh situasional • Karakteristik situasional dan perilaku konsumsi • Situasi ritual • Pengaruh situasional dan strategi pemasaran <p>Pengenalan masalah:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tipe-tipe keputusan konsumen • Proses pengenalan masalah • Faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan dalam pengenalan masalah • Strategi pemasaran dan pengenalan masalah 	

13	Proses keputusan konsumen: proses pasca pembelian, kepuasan konsumen, dan komitmen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Partisipasi 2. Keaktifan 3. Kebenaran penjelasan 4. Mahasiswa dapat mengikuti perkuliahan sesuai dengan jadwal perkuliahan. 	<p>Kriteria: Interaksi dan motivasi</p> <p>Bentuk non-test:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Keaktifan mahasiswa ketika belajar dikelas • Kedisiplinan siswa 	<p>Kuliah</p> <p>Learning dalam bentuk:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • <i>Student centered</i> • <i>Brainstorming</i> • <i>Ice Breaking</i> 		<ul style="list-style-type: none"> • Disonansi pasca pembelian • Penggunaan atau tidak menggunakan produk • Disposisi • Evaluasi pembelian dan kepuasan konsumen • Tanggapan ketidakpuasan 	
14,15	Mahasiswa mampu menyelesaikan project terkait perilaku konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Partisipasi 2. Keaktifan 3. Kebenaran penjelasan 4. Mahasiswa dapat mengikuti perkuliahan sesuai dengan jadwal perkuliahan 	<p>Kriteria: Interaksi dan motivasi</p> <p>Bentuk non-test:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Keaktifan mahasiswa ketika belajar dikelas • Kedisiplinan siswa 	<p>Kuliah</p> <p>Learning dalam bentuk:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ceramah • <i>Student centered</i> • <i>Brainstorming</i> • <i>Ice Breaking</i> 		Membuat artikel atau makalah mengenai perilaku konsumen pada UMKM	
16	Ujian Akhir Semester						