

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

Nama Mata Kuliah	Kode Mata Kuliah	Bobot (sks)	Semester	Tgl Penyusunan
PERILAKU KONSUMEN	ADV2207	2 SKS	2 (DUA)	15 JANUARI 2020
Otorisasi	Nama Koordinator Pengembang RPS		Koordinator Bidang Keahlian (Jika Ada)	Ka PRODI
	Dr. Tipri Rose Kartika, MM		Dr. Tipri Rose Kartika, MM	M Rizky Kertanegara, M.Si
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI (Capaian Pembelajaran Lulusan Program Studi) yang Dibebankan pada Mata Kuliah			
	S4	Berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanah air, memiliki nasionalisme serta rasa tanggungjawab pada negara dan bangsa		
	P2	Prinsip dan teknik berkomunikasi menggunakan media cetak, audio, audio visual, online, dan luar ruang		
	KU1	Mampu menyelesaikan pekerjaan berlingkup luas dan menganalisis data dengan beragam metode yang sesuai, baik yang belum maupun yang sudah baku		
	KU3	Mampu menyelesaikan masalah pekerjaan dengan sifat dan konteks yang sesuai dengan bidang keahlian terapannya didasarkan pada pemikiran logis, inovatif, dan bertanggung jawab atas hasilnya secara mandiri		
	KU5	Mampu bekerjasama, berkomunikasi, dan berinovatif dalam pekerjaannya		
	CPMK (Capaian Pembelajaran Mata Kuliah)			
	CPMK1	Mampu mempelajari dan menjelaskan pengertian perilaku konsumen dan cakupan ilmu perilaku konsumen, ciri-ciri konsumen, kepuasan konsumen, segmentasi pasar		
	CPMK2	Mampu mempelajari sifat alamiah pengambilan keputusan konsumen dan faktor yang mempengaruhi, evaluasi alternatif sebelum pembelian		
	CPMK3	Mampu mempelajari Proses pembelian berdasarkan generasi		
CPMK4	Mampu mempelajari faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan			

	CPMK5 Mampu mempelajari faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan	
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini membahas kerangka konseptual perilaku konsumen dan berbagai isu yang relevan dalam proses pengambilan keputusan konsumen secara terpadu. Selanjutnya dibahas faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian mulai dari faktor eksternal seperti budaya, kelas sosial, dan kelompok referensi. Serta dari faktor internal seperti sikap, kepribadian, gaya hidup, persepsi, dan motivasi.	
Bahan Kajian / Materi Pembelajaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsep, Ciri, Kepuasan, dan Segmentasi Konsumen 2. Sifat alamiah pengambilan keputusan konsumen, faktor pengaruh, evaluasi alternatif dalam melakukan pembelian 3. Proses pembelian berdasarkan generasi konsumen 4. Pengaruh Faktor eksternal dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen 5. Pengaruh faktor internal dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen 	
Daftar Referensi	Utama:	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Schiffman,L.G., dan Kanuk,L.L, 2000. Consumer Behavior, Seventh Edition, Prentice Hall International, Inc. New Jersey 2. Engel, JAme F; Roger D, Blackwell and Paul W Miniard. Consumers Behavior 8 th ed. The Dryden Press, Orlamda 	
	Pendukung:	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Howard, J.A. 1999. Buyer Behavior in Marketing Strategy, Prenticee Hall Internationall, Inc. New Jersey Lilien 2. 	
Media Pembelajaran	Perangkat lunak:	Perangkat keras :
	Powerpoint	Notebook & LCD Projector
Nama Dosen Pengampu	Dr. Tipri Rose Kartika SE, MM	
Matakuliah prasyarat	Tidak ada	

Minggu Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan akhir yg direncanakan)	Bahan Kajian (Materi Pembelajaran)	Bentuk dan Metode Pembelajaran	Estimasi Waktu	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Penilaian		
						Kriteria & Bentuk	Indikator	Bobot (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1	Mampu mengetahui apa yang akan dipelajari dalam perilaku konsumen dan akhirnya dapat mengenal dengan benar siapa sebenarnya konsumen.	Konsumen Perilaku Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> Bentuk: Kuliah Metode: Diskusi 	TM: 1 jp x 50" TT: 3 jp x 50"	<ul style="list-style-type: none"> Memahami pengertian perilaku konsumen Mengkaji pemikiran yang benar tentang konsumen dan ciri-cirinya Melakukan draft tahapan penelitian lapangan mengenai perilaku konsumen 	Kriteria: tugas rumah Bentuk: tugas rumah membuat draft alur penelitian perilaku konsumen	<ul style="list-style-type: none"> Mampu menjelaskan pengertian perilaku konsumen dan cakupan ilmu perilaku konsumen Dapat menunjukkan dengan benar siapa sebenarnya yang dimaksud dengan konsumen dan ciri-cirinya Dapat melakukan draft tahapan langkah-langkah pembuatan tugas lapangan tentang perilaku konsumen 	5%
2, 3	Mampu mengevaluasi dan memilih segmen pasar sesuai dengan sumberdaya yang dimiliki perusahaan dan diarahkan untuk program pemasaran dengan kesempatan pasar yang dimiliki	Segmen Pasar Demografi, Geografis, Psikografis, dan Habits	<ul style="list-style-type: none"> Bentuk: Kuliah Metode: Diskusi 	TM: 2 jp x 50" TT: 6 jp x 50"	<ul style="list-style-type: none"> Mempelajari kepuasan konsumen dalam hubungannya dengan segmen pasar Mempelajari penggunaan segmentasi pasar dengan profitabilitas Mempelajari penggunaan segmentasi pasar dalam penetapan strategi pemasaran 	Kriteria: Penilaian tugas mandiri Bentuk: tes lisan akhir pertemuan	<ul style="list-style-type: none"> Dapat menjelaskan kepuasan konsumen dalam hubungannya dengan segmen pasar Dapat menjelaskan kaitan segmentasi pasar dengan profitabilitas Dapat menjelaskan penggunaan segmentasi pasar dalam penetapan strategi pemasaran 	5%
4,5	Mampu memahami model yang	Model Proses pengambilan	<ul style="list-style-type: none"> Bentuk: Kuliah 	TM:	<ul style="list-style-type: none"> Mempelajari model proses proses 	Kriteria: Penilaian tugas	<ul style="list-style-type: none"> Dapat memahami sifat alamiah pengambilan 	5%

	diterapkan dalam pengambilan keputusan konsumen dan digunakan dalam melihat perilaku konsumen	keputusan oleh konsumen	<ul style="list-style-type: none"> • Metode: Diskusi 	<p>2 jp x 50"</p> <p>TT: 6 jp x 50"</p>	<p>pengambilan keputusan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mempelajari tipe-tipe proses pengambilan keputusan • Faktor-faktor yang mempengaruhi pemecahan masalah pembelian • Mempelajari perilaku konsumen 	<p>Bentuk: Tugas melihat perilaku teman sebangku terhadap keputusan pembelian barang yang dimilikinya</p>	<p>keputusan oleh konsumen dan faktor yang mempengaruhinya</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dapat mengenali dan menerapkan berbagai model proses pengambilan keputusan 	
6,7	Mampu mengevaluasi bagaimana konsumen menentukan pilihannya sebelum pembelian dilakukan	Evaluasi alternatif sebelum pembelian	<ul style="list-style-type: none"> • Bentuk: Penelitian dasar • Metode: observasi 	<p>TM: 2 jp x 50"</p> <p>TT: 6 jp x 50"</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kriteria evaluasi • Menentukan alternatif pilihan • Memperkirakan alternatif pilihan • Menyeleksi aturan pengambilan keputusan 	<p>Kriteria: Penilaian tugas proyek</p> <p>Bentuk: observasi perilaku konsumen terhadap pembelian produk dan mencari tahu faktor-faktor apa yang menjadi alasan pembelian produk tersebut</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mampu menetapkan dan menggunakan berbagai kriteria evaluasi termasuk harga, brand name pada saat membuat keputusan • Dapat menjelaskan seperangkat alternatif dimana suatu pilihan akan ditetapkan • Dapat menjelaskan dan memahami bagaimana situasi konsumen dalam menentukan pilihan dengan melihat berbagai aturan yang ada 	5%
8	Ujian Tengah Semester							20%
9,10	Mampu mengerti bagaimana keputusan pembelian dan tempat pembelian terbaik diambil oleh	Keputusan Pembelian berdasarkan generasi	<ul style="list-style-type: none"> • Bentuk: Kuliah • Metode: Latihan 	<p>TM: 2 jp x 50"</p> <p>TT:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Membaca Generasi Manusia/Konsumen • Mengelompokkan karakteristik per Generasi 	<p>Kriteria: Penilaian tugas mandiri</p> <p>Bentuk: Portofolio</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dapat menjelaskan proses keputusan pembelian oleh konsumen berdasarkan generasi 	5%

	konsumen berdasarkan generasi			6 jp x 50"		lembar kerja mahasiswa	<ul style="list-style-type: none"> • Dapat membedakan antara keputusan membeli yang direncanakan sepenuhnya, tidak direncanakan dan pembelian yang direncanakan • Dapat menjelaskan berbagai sumber pembelian dan penentuan pilihannya 	
11,12	Mampu mempelajari pengetahuan tentang sikap, motivasi dan konsep diri konsumen untuk dapat memperkirakan perilakunya	Sikap Motivasi Konsep Diri	<ul style="list-style-type: none"> • Bentuk: Kuliah • Metode: Latihan 	TM: 2 jp x 50" TT: 6 jp x 50"	<ul style="list-style-type: none"> • Komponen Sikap dan Sifat-sifat sikap • Penggunaan Multiattribute attitude model untuk memahami sikap konsumen • Penggunaan sikap dan maksud untuk memperkirakan perilaku konsumen • Dinamika proses motivasi • Memahami kebutuhan konsumen 	Kriteria: Penilaian tugas mandiri Bentuk: Portofolio lembar kerja mahasiswa	<ul style="list-style-type: none"> • Dapat menjelaskan berbagai komponen dan sifat dari sikap • Mengetahui multiattribute attitude model dan penerapannya • Mampu menjelaskan pengetahuan tentang sikap dan maksud konsumen untuk memperkirakan perilaku konsumen • Dapat menjelaskan berbagai dinamika proses berbagai motivasi konsumen • Dapat menjelaskan kebutuhan konsumen dengan cara memperkirakan perilakunya 	5 %
13,14	Mampu melakukan pengukuran perilaku individu dalam	Kepribadian, Nilai	<ul style="list-style-type: none"> • Bentuk: Kuliah 	TM: 2 jp x 50"	<ul style="list-style-type: none"> • Kepribadian • Nilai-nilai individu 	Kriteria: Penilaian tugas mandiri	<ul style="list-style-type: none"> • Dapat menjelaskan berbagai teori kepribadian 	5%

	menganalisis perilaku konsumen	Budaya Gaya Hidup	<ul style="list-style-type: none"> • Metode: Latihan 	TT: 6 jp x 50"	<ul style="list-style-type: none"> • Konsep gaya hidup dan pengukuran • Pengukuran ganda perilaku individu • Pengaruh budaya terhadap perilaku konsumen 	Bentuk: Portofolio lembar kerja mahasiswa	<ul style="list-style-type: none"> • Dapat memahami pengaruh kepribadian terhadap pengambilan keputusan • Dapat menjelaskan gaya hidup konsumen dan pengaruhnya terhadap perilaku • Dapat menjerlaskan pengaruh kebudayaan terhadap perilaku konsumen 	
15	Mampu menjelaskan bagaimana individu sebagai kelompok referensi berpengaruh terhadap perilaku konsumen	Pengaruh individu dan kelompok referensi	<ul style="list-style-type: none"> • Bentuk: Kuliah • Metode: Latihan 	TM: 2 jp x 50" TT: 6 jp x 50"	<ul style="list-style-type: none"> • Pengertian kelompok referensi • Tipe kelompok referensi • Cara kelompok referensi mempengaruhi pilihan konsumen dan mengevaluasinya • Model proses pengaruh individu • Dampak komunikasi dengan kata dan percakapan terhadap perilaku konsumen 	Kriteria: Penilaian tugas mandiri Bentuk: Portofolio lembar kerja mahasiswa	<ul style="list-style-type: none"> • Dapat menjelaskan pengertian kelompok referensi • Dapat menjelaskan berbagai tipe kelompok referensi • Dapat menjelaskan berbagai model proses pengaruh individu dan membedakannya • Dapat menjelaskan dampak komunikasi dengan kata dan percakapan terhadap perilaku konsumen 	5%
16	Ujian Akhir Semester							40%

Catatan:

1. Capaian Pembelajaran Lulusan PRODI (CPL-PRODI) adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan PRODI yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan jenjang prodinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
2. CPL yang dibebankan pada mata kuliah adalah beberapa capaian pembelajaran lulusan program studi (CPL-PRODI) yang digunakan untuk pembentukan/pengembangan sebuah mata kuliah yang terdiri dari aspek sikap, ketrampilan umum, ketrampilan khusus dan pengetahuan.
3. CP Mata kuliah (CPMK) adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPL yang dibebankan pada mata kuliah, dan bersifat spesifik terhadap bahan kajian atau materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
4. Sub-CP Mata kuliah (Sub-CPMK) adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPMK yang dapat diukur atau diamati dan merupakan kemampuan akhir yang direncanakan pada tiap tahap pembelajaran, dan bersifat spesifik terhadap materi pembelajaran mata kuliah tersebut.

5. Kreteria Penilaian adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kreteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kreteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
6. Indikator penilaian kemampuan dalam proses maupun hasil belajar mahasiswa adalah pernyataan spesifik dan terukur yang mengidentifikasi kemampuan atau kinerja hasil belajar mahasiswa yang disertai bukti-bukti.