


Rencana Pembelajaran Semester

	PERBANAS INSTITUTE FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN				Kode Dokume n	
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER						
MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)		SEMESTER	Tgl Penyusunan
<i>Perilaku Konsumen</i>	<i>EKM19704</i>	<i>Manajemen Pemasaran</i>	<i>3 sks</i>		<i>VII</i>	<i>16 April 2022</i>
OTORISASI / PENGESAHAN	Dosen Pengembang RPS		Koordinator RMK		Ka Prodi	
	 Dr. Agus Salim, S.E., M.M.		Tanda tangan file jpg/png		 Dr. Tifa Noer Amelia, S.E., M.Acc.	
Capaian Pembelajaran	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK					
	S9	Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri.				
	KU3	Mampu mengkaji implikasi pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora sesuai dengan keahliannya berdasarkan kaidah, tata cara dan etika ilmiah dalam rangka menghasilkan solusi, gagasan, desain atau kritik seni.				
	KU5	Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data.				
	KK1	Mampu memecahkan masalah iptek di bidang manajemen yang relevan.				
	P1	Menguasai konsep dasar dan teori dasar tentang pengelolaan bisnis dan praktik manajemen dalam skala nasional, internasional, dan global.				
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)					

	CP MK 1	Mahasiswa secara aktif mengembangkan pengetahuan, keterampilan yang dipelajarinya, dan terlibat di dalam mengelola pengetahuan dibantu oleh dosen sebagai fasilitator, dengan evaluasi yang dilakukan secara bersama-sama dengan mahasiswa sesuai dengan bidang mata kuliah Perilaku Konsumen.
		Sub-CPMK 1 Pengembangan pengetahuan, keterampilan pada mata kuliah konsentrasi manajemen bidang pemasaran.
	CP MK 2	Proses pembelajaran dan penilaian mencakup penguasaan materi sekaligus pengembangan karakter berdasarkan konsep life-long learning, secara berkesinambungan dan terintegrasi khususnya bidang Perilaku Konsumen.
		Sub-CPMK 2 Penugasan materi, pembangunan karakter dan pemahaman proses integrasi pada mata kuliah konsentrasi manajemen bidang pemasaran.
	CP MK 3	Iklim yang dikembangkan lebih bersifat kolaboratif, suportif dan kooperatif pada bidang Perilaku Konsumen.
		Sub-CPMK 3 Penguatan kolaborasi, support dan kerja sama pada mata kuliah konsentrasi manajemen bidang pemasaran.
	CP MK 4	Mahasiswa dapat belajar tidak hanya dari perkuliahan saja tetapi dapat menggunakan berbagai cara dan kegiatan, menggunakan berbagai bahan pelajaran, metode interdisipliner, penekanan pada outcome & problem based learning dan skill competency untuk penguatan pemahaman bidang Perilaku Konsumen.
		Sub-CPMK 4 Pendalaman metode belajar, kemampuan dan pemahaman dengan menekankan pada outcome & problem based learning mata kuliah konsentrasi manajemen bidang pemasaran.
Deskripsi Singkat MK	<p>Sebuah Perusahaan yang berorientasi laba dituntut untuk meningkatkan keuntungannya. Untuk itu perusahaan harus mampu memasarkan produknya kepada konsumen. Di dalam tingkat persaingan yang dinamis maka dibutuhkan strategi pemasaran yang handal untuk menjangkau konsumennya. Di dalam menyusun dan mengimplementasikan strategi pemasaran, maka perusahaan perlu memahami perilaku konsumen dengan baik. Perilaku konsumen membahas proses pengambilan keputusan konsumen dalam memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi barang dan jasa.</p> <p>Tujuan utama dari mata kuliah ini adalah meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam menyusun dan mengembangkan beberapa strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen melalui pemahaman terhadap konsumen sebagai individu, proses pengambilan keputusan oleh konsumen, serta pengaruh lingkungan terhadap proses tersebut. Pengembangan strategi strategi tersebut dilakukan melalui proses pemikiran yang analitis dan kritis.</p> <p>Di dalam mata kuliah ini, dipelajari faktor faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen yang meliputi faktor psikologi konsumen seperti motivasi, kepribadian, persepsi, proses pembelajaran, serta sikap dan gaya hidup konsumen. Disamping itu dipelajari bagaimana pengaruh faktor lingkungan seperti budaya, sosial ekonomi, keluarga, dan kelompok acuan.</p>	

<p>Bahan Kajian: Materi pembelajaran</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsep Perilaku konsumen; Motivasi, dan kebutuhan kepribadian 2. Kepribadian, konsep diri, dan pola konsumsi; karakteristik individu, dan mendesain komunikasi pemasaran 3. Proses pengolahan informasi dan persepsi konsumen. 4. Proses belajar, pengetahuan dan sikap konsumen. 5. Perbedaan individu dalam proses pengolahan informasi yang diperoleh konsumen 6. Merancang komunikasi pemasaran berdasarkan perbedaan individu konsumen 7. Pengaruh agama terhadap perilaku konsumen 8. Pengaruh budaya, demografi, sosial, dan ekonomi terhadap perilaku konsumen 9. Pengaruh faktor lingkungan, budaya, demografi, sosial, dan ekonomi terhadap penyusunan strategi pemasaran 10. Keluarga, rumah tangga, kelompok acuan, lingkungan situasi konsumen, dan pengaruh terhadap perilaku konsumen 11. Pengaruh keluarga: Rumah tangga, kelompok acuan, lingkungan, dan situasi konsumen terhadap strategi pemasaran 12. Pengaruh perubahan dan perkembangan teknologi terhadap perilaku konsumen 13. Pengambilan keputusan konsumen sebelum pembelian, saat pembelian, konsumsi, dan kepuasan konsumen 14. Mendisain strategi pemasaran berdasarkan karakteristik individu dan faktor lingkungan dari perilaku konsumen
<p>Pustaka</p>	<p>Utama:</p> <p>Buku:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Damiati, dkk. 2017. <i>Perilaku Konsumen</i>. Rajagrafindo Persada. Depok. (Dam) 2. Darmmesta, Basu Swastha dan Handoko, T .Hani. 2016. <i>Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen</i>. Ed 1, BPFE UGM Yogya (Dar) 3. Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. <i>Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis</i>. Andi, Yogyakarta. (Sa) 4. Sumarwan, Ujang. 2011. <i>Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, Jakarta: Ghalia Indonesia</i>. (Su) 5. Tjiptono, Fandy dan Diana, Anastasia.2019. <i>Kepuasan Pelanggan, Konsep, Pengukuran, & Strategi</i>. Andi. Yogyakarta.(Tj) <p><i>Jurnal:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ariely, D dan Simonson, I. 2003. Buying, Biding, Playing, or Competing? Value Assessment and Decision Dynamics in nline Auctions. <i>Journal of Consumer Psychology</i>, 13, 113—123 2. Ariely, D dan Zauberaman, G. 2003. Differentiation Partitioning of Extended Experiences. <i>Organizational Behavior and Human dicion Processes. Journal of Consumer Behavior</i>, 91, 128--139 <p>Pendukung:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Blackwell, Roger D., Paul W. Miniard and James F. Engel. 2006. <i>Consumer Behavior</i>. 10th Ed. Orlando, Florida: Harcourt College

- Publishers. (B1)
2. Kasali, Rhenald. 1998. *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, Positioning*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. (Ka)
 3. Sheth, Jagdish N., Banwari Mittal, Michel Laroche. 2008. *Customer Behavior: A Managerial Perspective*. Nelson Education Ltd.. (Sh)
 4. Solomon, Michael R. 2011. *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. 9th Ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall. (So)
 5. Schiffman, Leon G. & Leslie L. Kanuk, 2010. *Consumer Behavior*. 10th ed. New Jersey: Prentice Hall. (Sch)
 6. Susilo, Adi. *Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Perbankan*. 2006. (AS)

Dosen Pengampu		Dr. Agus Salim, S.E., M.M.					
Matakuliah syarat		Perencanaan dan Pengendalian Pemasaran					
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bantuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa; [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Teknik				
(1)	(2)	(3)	(4)	Tatap Muka (5)	Daring (6)	(7)	(8)

1	<p>Mengerti, memahami, dan mampu menganalisis konsep perilaku konsumen; Motivasi, dan kebutuhan kepribadian</p>	<p>Ketepatan menjelaskan tentang konsep perilaku konsumen; Motivasi, dan kebutuhan kepribadian</p>	<p>Kriteria: Ketepatan dan penguasaan Bentuk non-test: · Tulisan makalah · Presentasi</p>	<p>· Kuliah & Diskusi luring/ daring (Zoom meeting, WA Group, e-learning) [TM: 2x(2x50")] · Tugas 1: Menyusun ringkasan tentang pengertian/ konseptualisasi</p>	<p>Mhs membuat resume dan kesimpulan dari Video YouTube:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Text - Presentasi - Animasi - Audio/video 	<p>Ref # 4 Bab 1, 2 Ref# 2 bab 1,4 Ref#1 Bab 1,4 Ref#3 Bab 1,8 Ref#5 Bab 1,2</p>	<p>7,5%</p>
---	---	--	---	---	---	---	-------------

2	Mengerti, memahami, dan mampu menganalisis kepribadian, konsep diri, dan pola konsumsi; karakteristik individu, dan mendesain komunikasi pemasaran	Ketepatan menjelaskan tentang kepribadian, konsep diri, dan pola konsumsi; karakteristik individu, dan mendesain komunikasi pemasaran	Kriteria: Ketepatan dan penguasaan Bentuk non-test: · Tulisan makalah · Presentasi	· Kuliah & Diskusi luring/ daring (Zoom meeting, WA Group, e-learning) [TM: 2x(2x50'')] · Tugas 1: Menyusun ringkasan tentang pengertian/ konseptualisasi	Mhs membuat resume dan kesimpulan dari Video YouTube: - Text - Presentasi - Animasi - Audio/video	Ref # 4 Bab 3 Bab 4 Ref#1 Bab 1 Fer#3 Bab 9	7,5%
---	--	---	--	--	---	---	------

3	Mengerti, memahami, dan mampu menganalisis proses pengolahan informasi dan persepsi konsumen.	Ketepatan menjelaskan tentang proses pengolahan informasi dan persepsi konsumen.	<p>Kriteria: Ketepatan dan penguasaan</p> <p>Bentuk non-test:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Tulisan makalah · Presentasi 	<ul style="list-style-type: none"> · Kuliah & Diskusi luring/ daring (Zoom meeting, WA Group, e-learning) [TM: 2x(2x50'')] · Tugas 1: Menyusun ringkasan tentang pengertian/ konseptualisasi 	<p>Mhs membuat resume dan kesimpulan dari Video YouTube:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Text - Presentasi - Animasi - Audio/video 	<p>Ref # 4 Bab 5 Ref#2 Bab 5</p>	5%
---	---	--	---	--	---	--	----

4	Mengerti, memahami, dan mampu menganalisis proses belajar, pengetahuan dan sikap konsumen.	Ketepatan menjelaskan tentang proses belajar, pengetahuan dan sikap konsumen.	<p>Kriteria: Ketepatan dan penguasaan</p> <p>Bentuk non-test:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Tulisan makalah · Presentasi 	<ul style="list-style-type: none"> · Kuliah & Diskusi luring/ daring (Zoom meeting, WA Group, e-learning) [TM: 2x(2x50'')] · Tugas 1: Menyusun ringkasan tentang pengertian/ konseptualisasi 	<p>Mhs membuat resume dan kesimpulan dari Video YouTube:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Text - Presentasi - Animasi - Audio/video 	<p>Ref # 4 Bab 6 Bab 7 Bab 8 Ref#2 Bab 4 Ref#3 Bab 9,10</p>	5%
---	--	---	---	--	---	---	----

5	Mengerti, memahami, dan mampu menganalisis perbedaan individu dalam proses pengolahan informasi yang diperoleh konsumen	Diskusi mengenai perbedaan individu II dalam proses pengolahan informasi yang diperoleh konsumen	Kriteria: Ketepatan dan penguasaan Bentuk non-test: <ul style="list-style-type: none"> · Tulisan makalah · Presentasi 	<ul style="list-style-type: none"> · Kuliah & Diskusi luring/ daring (Zoom meeting, WA Group, e-learning) [TM: 2x(2x50'')] · Tugas 1: Menyusun ringkasan tentang pengertian/ konseptualisasi 	Mhs membuat resume dan kesimpulan dari Video YouTube: <ul style="list-style-type: none"> - Text - Presentasi - Animasi - Audio/video 	Ref # 4 Bab 1,2,3,4,5,6 7, 8 Ref#2 Bab 5	7,5%
---	---	--	--	--	--	--	------

6	Mengerti, memahami, dan mampu menganalisis merancang komunikasi pemasaran berdasarkan perbedaan individu konsumen	Presentasi hasil rancangan komunikasi pemasaran berdasarkan perbedaan individu konsumen	Kriteria: Ketepatan dan penguasaan Bentuk non-test: · Tulisan makalah · Presentasi	· Kuliah & Diskusi luring/ daring (Zoom meeting, WA Group, e-learning) [TM: 2x(2x50”)] · Tugas 1: Menyusun ringkasan tentang pengertian/ konseptualisasi	Mhs membuat resume dan kesimpulan dari Video YouTube: - Text - Presentasi - Animasi - Audio/video	Ref # 4 Bab 1,2,3,4,5,6, 7,8	7,5%
7	Mengerti, memahami, dan mampu menganalisis pengaruh agama terhadap perilaku konsumen	Ketepatan menjelaskan tentang pengaruh agama terhadap perilaku konsumen	Kriteria: Ketepatan dan penguasaan Bentuk non-test: · Tulisan makalah · Presentasi	· Kuliah & Diskusi luring/ daring (Zoom meeting, WA Group, e-learning) [TM: 2x(2x50”)] · Tugas 1: Menyusun ringkasan tentang pengertian/ konseptualisasi	Mhs membuat resume dan kesimpulan dari Video YouTube: - Text - Presentasi - Animasi - Audio/video	Ref # 4 Bab 9	7,5%

8	UJIAN TENGAH SEMESTER						
9	Mengerti, memahami, dan mampu menganalisis pengaruh budaya, demografi, sosial, dan ekonomi terhadap perilaku konsumen	Ketepatan menjelaskan tentang pengaruh budaya, demografi, sosial, dan ekonomi terhadap perilaku konsumen	Kriteria: Ketepatan dan penguasaan Bentuk non-test: · Tulisan makalah · Presentasi	· Kuliah & Diskusi luring/ daring (Zoom meeting, WA Group, e-learning) [TM: 2x(2x50'')] · Tugas 1: Menyusun ringkasan tentang pengertian/ konseptualisasi	Mhs membuat resume dan kesimpulan dari Video YouTube: - Text - Presentasi - Animasi - Audio/video	Ref # 4 Bab 10 Bab 11 Ref#2 Bab 3 Ref#3 Bab 4	7,5%
10	Mengerti, memahami, dan mampu menganalisis pengaruh faktor lingkungan, budaya, demografi, sosial, dan ekonomi terhadap penyusunan strategi pemasaran	Diskusi mengenai pengaruh faktor lingkungan I, budaya, demografi, sosial, dan ekonomi terhadap penyusunan strategi pemasaran	Kriteria: Ketepatan dan penguasaan Bentuk non-test: · Tulisan makalah · Presentasi	· Kuliah & Diskusi luring/ daring (Zoom meeting, WA Group, e-learning) [TM: 2x(2x50'')] · Tugas 1: Menyusun ringkasan tentang pengertian/ konseptualisasi	Mhs membuat resume dan kesimpulan dari Video YouTube: - Text - Presentasi - Animasi - Audio/video	Ref # 4 Bab 10,11,14 Ref#2 Bab 3,6 Ref#1 Bab 6 Ref#3 Bab 2 Ref#3 Bab 4	7,5%
11	Mengerti, memahami, dan mampu menganalisis keluarga, rumah tangga, kelompok acuan, lingkungan situasi konsumen, dan pengaruh terhadap perilaku konsumen	Ketepatan menjelaskan tentang keluarga, rumah tangga, kelompok acuan, lingkungan situasi konsumen, dan pengaruh terhadap perilaku konsumen	Kriteria: Ketepatan dan penguasaan Bentuk non-test: · Tulisan makalah · Presentasi	· Kuliah & Diskusi luring/ daring (Zoom meeting, WA Group, e-learning) [TM: 2x(2x50'')] · Tugas 1: Menyusun ringkasan tentang pengertian/ konseptualisasi	Mhs membuat resume dan kesimpulan dari Video YouTube: - Text - Presentasi - Animasi - Audio/video	Ref # 4 Bab 12 Bab 13 Bab 14 Ref#2 Bab 3 Ref#1 Bab 6 Ref#3 Bab 2	7,5%

12	Mengerti, memahami, dan mampu menganalisis pengaruh keluarga: Rumah tangga, kelompok acuan, lingkungan, dan situasi konsumen terhadap strategi pemasaran	Diskusi mengenai pengaruh faktor lingkungan II pengaruh keluarga: Rumah tangga, kelompok acuan, lingkungan, dan situasi konsumen terhadap strategi pemasaran	Kriteria: Ketepatan dan penguasaan Bentuk non-test: · Tulisan makalah · Presentasi	· Kuliah & Diskusi luring/ daring (Zoom meeting, WA Group, e-learning) [TM: 2x(2x50'')] · Tugas 1: Menyusun ringkasan tentang pengertian/ konseptualisasi	Mhs membuat resume dan kesimpulan dari Video YouTube: - Text - Presentasi - Animasi - Audio/video	Ref # 4 Bab 12 Bab 13 Bab 14 Ref#2 Bab 3,6 Ref#1 Bab 6 Ref#3 Bab 2	7,5%
13	Mengerti, memahami, dan mampu menganalisis pengaruh perubahan dan perkembangan teknologi terhadap perilaku konsumen	Ketepatan menjelaskan tentang pengaruh perubahan dan perkembangan teknologi terhadap perilaku konsumen	Kriteria: Ketepatan dan penguasaan Bentuk non-test: · Tulisan makalah · Presentasi	· Kuliah & Diskusi luring/ daring (Zoom meeting, WA Group, e-learning) [TM: 2x(2x50'')] · Tugas 1: Menyusun ringkasan tentang pengertian/ konseptualisasi	Mhs membuat resume dan kesimpulan dari Video YouTube: - Text - Presentasi - Animasi - Audio/video	Ref # 4 Bab 15	7,5%
14	Mengerti, memahami, dan mampu menganalisis pengambilan keputusan konsumen sebelum pembelian, saat pembelian, konsumsi, dan kepuasan konsumen	Ketepatan menjelaskan tentang pengambilan keputusan konsumen sebelum pembelian, saat pembelian, konsumsi, dan kepuasan konsumen	Kriteria: Ketepatan dan penguasaan Bentuk non-test: · Tulisan makalah · Presentasi	· Kuliah & Diskusi luring/ daring (Zoom meeting, WA Group, e-learning) [TM: 2x(2x50'')] · Tugas 1: Menyusun ringkasan tentang	Mhs membuat resume dan kesimpulan dari Video YouTube: - Text - Presentasi - Animasi	Ref # 4 Bab 16 Bab 17	7,5%

				pengertian/ konseptualisasi	- Audio/video		
15	Mengerti, memahami, dan mampu menganalisis mendisain strategi pemasaran berdasarkan karakteristik individu dan faktor lingkungan dari perilaku konsumen.	Diskusi mengenai disain strategi pemasaran berdasarkan karakteristik individu dan faktor lingkungan dari perilaku konsumen	Kriteria: Ketepatan dan penguasaan Bentuk non-test: · Tulisan makalah · Presentasi	· Kuliah & Diskusi luring/ daring (Zoom meeting, WA Group, e-learning) [TM: 2x(2x50")] · Tugas 1: Menyusun ringkasan tentang pengertian/ konseptualisasi	Mhs membuat resume dan kesimpulan dari Video YouTube: - Text - Presentasi - Animasi - Audio/video	Ref#2 Bab 6	7,5%
16	UJIAN AKHIR SEMESTER						100

Penilaian mahasiswa ditentukan berdasarkan gabungan dari komponen berikut :

1. Ujian Tengah Semester (UTS) 30%
2. Tugas Terstruktur 25%
3. Ujian Akhir Semester (UAS) 45%

Konversi nilai angka ke nilai huruf, sesuai bobot komponen, sebagai berikut :

Nilai Angka	Nilai Huruf	Bobot	Nilai Angka	Nilai Huruf	Bobot
90,00 – 100,00	A	4,00	60,00 – 64,99	C +	2,25
80,00 – 89,99	A -	3,75	55,00 – 59,99	C	2,00
75,00 – 79,99	B +	3,25	50,00 – 54,99	C -	1,75
70,00 – 74,99	B	3,00	45,00 – 49,99	D	1,00
65,00 – 69,99	B -	2,75	< 45,00	E	0,00