



**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER GANJIL 2016/2017
PELAKSANA AKADEMIK MATAKULIAH UMUM (PAMU)
UNIVERSITAS ESA UNGGUL**

Mata Kuliah	: Perilaku Konsumen	Kode MK	: MAN 643
Mata Kuliah Prasyarat	: -	Bobot MK	: 3 sks
Dosen Pengampu	: Dr. Endang Ruswanti, SE, MM	Kode Dosen	: 5379
Alokasi Waktu	: Tatap muka 14 x 150 menit, ada praktik, diskusi dan tidak ada online		
Capaian Pembelajaran	: <ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiswa mampu memahami hakekat perilaku konsumen dan menerapkannya dalam penulisan karya tulis ilmiah sebagai variabel penelitian. 2. Mahasiswa mampu memahami konseptual persepsi, motivasi, learning, personality, attitude, intention, behavior, sebagai pustaka dalam tesis 		

SES I	KEMAMPUAN AKHIR	MATERI PEMBELAJARAN	BENTUK PEMBELAJARAN	SUMBER PEMBELAJARAN	INDIKATOR PENILAIAN
1	Mahasiswa mampu menguraikan Persepsi Konsumen Perkembangan Konsep Pemasaran Revolusi Digital pada Perilaku Konsumen	Perkembangan Konsep Pemasaran Pengertian konsep produksi, produk, penjualan, pemasaran dan sosial marketing Mamahami pengertian Pemasaran One to One Marketing, Revolusi Digital dan Perubahan Lingkungan Pemasaran	1. Metoda contextual instruction 2. Media : kelas, komputer, LCD, whiteboard, web	1. Shifman dan Kanuk 2015 2. Journal International Consumer Behavior 2014- 2016 tentang perkembangan pemasaran	Menguraikan pengertian perilaku konsumen. Bagaimana konsumen mendapatkan produk dan jasa, mengkonsumsi dan membuang jika tdak disukai Implementasi konsep marketing. Model pengambilan keputusan konsumen. Membandingkan antara konsep penjualan dan pemasaran. Bagaimana perkembangan refolusi digital jika dikaitkan dg perilaku konsumen.
2	Mahasiswa mampu mendefinisikan Segmentasi, Target,	Menjelaskan dasar Segmentasi Pasar, menentukan siapa	1. Metode Kontektual intruction, tatap	1. Shifman dan Kanuk 2015 2. Journal	Definisi STP Dasar Segmentasi pasar. Pengertian Targeting

	Pasar, Positioning	target pasar dan positioning produknya seperti apa?	muka, wheteboard, web, diskusi	International Consumer Behavior 2014-2016 tentang STP	Pengertian Positioning Iklan yang terkait dengan STP. Benefit segmentasi Macam Segmentasi pasar
3	Mahasiswa mampu menguraikan pengertian motivasi konsumen dalam membeli produk dan jasa. Macam motivasi konsumen	Pengertian motivasi konsumen dan model proses motivasi konsumen dalam pembelian	3. Media : contextual instruction 4. Media : kelas, komputer, LCD, whiteboard, web	1. Shifman dan Kanuk 2015 2. Journal International Consumer Behavior 2014- 2016 yang terkait dengan Motivasi konsumen	Menguraikan pengertian Teori Motivasi rasional dan emosional konsumen dalam belanja produk dan jasa. Dan menjelaskan model proses motivasi konsumen.
SES I	KEMAMPUAN AKHIR	MATERI PEMBELAJARAN	BENTUK PEMBELAJARAN	SUMBER PEMBELAJARAN	INDIKATOR PENILAIAN
4	Mahasiswa mampu menguraikan persepsi konsumen Faktor yang mempengaruhi persepsi, macam persepsi	Definisi Persepsi Unsur-unsur Persepsi Proses Persepsi Aplikasi Persepsi: Indera, Pendengaran, Sentuhan, Penciuman . Persepsi subliminal Persepsi	1. Metoda : contextual instruction 2. Media : kelas, komputer, LCD, whiteboard, web	1. Shifman dan Kanuk 2015 2. Journal International Consumer Behavior 2014- 2016 Terkait dengan persepsi harga, persepsi kualitas pelayanan, persepsi kepuasan konsumen	Proses persepsi Unsur-unsur persepsi Persepsi Subliminal Membuat contoh iklan produk dan jasa terkait dengan Persepsi
5	Mahasiswa mampu menjelaskan Personality	Definisi dan sifat dasar Kepribadian perilaku konsumen Teori-teori Kepribadian Teori Freudian dan kepribadian Produk	1. Metoda : contextual instruction 2. Media : : kelas, komputer, LCD, whiteboard, web	1. Shifman dan Kanuk 2015 2. Journal International Consumer Behavior 2014- 2016	Definisi kepribadian konsumen

6	Mahasiswa mampu menjelaskan perilaku individu		1. Media : contextual instruction 2. Media : : kelas, komputer, LCD, whiteboard, web, 2 buah buku teks, loose leaf dan lembar tugas	1. Shifman dan Kanuk 2015 2. Journal International Consumer Behavior 2014- 2016	Menyusun kerangka teori menggunakan sumber teori yang berasal dari minimal 3 sumber teori yang berbeda dengan benar
SES I	KEMAMPUAN AKHIR	MATERI PEMBELAJARAN	BENTUK PEMBELAJARAN	SUMBER PEMBELAJARAN	INDIKATOR PENILAIAN
7	Mahasiswa mampu memahami perilaku konsumen atas konsep pemasaran, STP, Persepsi, Personality, Perilaku individu	Presentasi tugas resume dari international journal consumer behavior: Teori STP Teori Persepsi Teori Personality Teori Perilaku Individu	1. Media problem base learning 2. Media : kelas, komputer, LCD, whiteboard, web, 2 buah buku teks, loose leaf dan lembar tugas	International Journal Segmenting, targeting dan positioning 2014-2016 International Journal Personality research International Journal 2016-10-14consumer behavior 2016	Merumuskan hipotesis yang mengandung variabel, dan memudahkan dalam pengujian dan penarikan kesimpulan, dilengkapi rumusan masalah, kerangka teori dan konsep yang tepat
8	Mahasiswa mampu menjelaskan proses pembelajaran, -unsur proses pembelajaran, proses informasi Teori Paflo Teori ELM Teori Keterlibatan	Memahami secara lebih jelas pengaruh faktor-faktor proses pembelajaran konsmn : motivasi, isyarat, responsif, pendorong memahami proses belajar konsumen : Behavioral learning, kognitif learning. Mengidentifikasi proses pengambilan	1. Metoda :: contextual instruction 2. Media : kelas, komputer, LCD, whiteboard, web	1. Shifman dan Kanuk 2015 2. Journal International Consumer Behavior 2014- 2016	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pentingnya pembelajaran 2. Elaboration Lake Lihood Model 3. Model Paflo 4. Model Pengkondisian Klasik 5. Pengolahan informasi dan penyimpanan ingatan

		keputusan dalam pembelian produk			
9	Mahasiswa mampu menjelaskan Pembentukan sikap	Model struktural sikap meliputi: Model tiga komponen, model multi sifat, model usaha mengkonsumsi, model sikap terhadap iklan	1. Metoda : contextual instruction 2. Media : kelas, komputer, LCD, whiteboard, web	1. Shifman dan Kanuk 2015 2. Journal International Consumer Behavior 2014-2016	Mampu menjelaskan Perbedaan Model Trikomponen Dan Model multi sifat Menjelaskan Model usaha mengkonsumsi Model sikap terhadap iklan
SES I	KEMAMPUAN AKHIR	MATERI PEMBELAJARAN	BENTUK PEMBELAJARAN	SUMBER PEMBELAJARAN	INDIKATOR PENILAIAN
10	Mahasiswa mampu Memahami perubahan sikap	Teori Pland Behavior Teori Reaction Action	1. Metoda : contextual instruction 2. Media : kelas, komputer, LCD, whiteboard, web	1. Shifman dan Kanuk 2015 2. Journal International Consumer Behavior 2014-2016	Menjelaskan teori Pland Behavior Menjelaskan Teori Reaction action Menggambarkan teori tindakan beralasan
11	Mahasiswa mampu menguraikan pengertian, Model Komunikasi Dasar. Elemen Proses Komunikasi. masalah dalam kredibilitas Hambatan Komunikasi Merancang Model Komunikasi yang persuasif	Mahasiswa dapat memahami model komunikasi dasar yang berkaitan dengan perilaku konsumen. Paham elemen-elemen proses komunikasi dan tantangan model komunikasi persuasif dan mengidentifikasi hambatan proses komunikasi terhadap pola perilaku konsumen	1. Metoda : contextual instruction 2. Media : kelas, komputer, LCD, whiteboard, web	1. Shifman dan Kanuk 2015 2. Journal International Consumer Behavior 2014-2016	Mejelaskan Model Komunikasi Dasar. Elemen Proses Komunikasi dan masalah dalam kredibilitas. Hambatan Komunikasi. Merancang Model Komunikasi yang persuasif memberi contoh iklan yang mampu meningkatkan penjualan

12	Mahasiswa mampu menguraikan pengertian, perilaku pembelian sosial kelas	Menjelaskan perilaku berdasarkan darimana kelas social agar menjadi alat bagi pemasar merancang promosi. Memahami kelas sosial dan merancang strategi pemasaran serta menjelaskan kelas sosial & status sosial.	1. Metoda : contextual instruction 2. Media : kelas, komputer, LCD, whiteboard, web	1. Shifman dan Kanuk 2015 2. Journal International Consumer Behavior 2014-2016	Menguraikan pengertian kelas sosial dan status sosial. Bagaimana kaitannya dengan produk dan jasa yang dibeli dan dikonsumsi seperti fashion, clothing dan shopping dengan contoh produk dan jasa yang dibeli
SES I	KEMAMPUAN AKHIR	MATERI PEMBELAJARAN	BENTUK PEMBELAJARAN	SUMBER PEMBELAJARAN	INDIKATOR PENILAIAN
13	Mahasiswa mampu memahami Pengaruh Budaya terhadap Perilaku Konsumen Subbudaya dan Perilaku Konsumen	Definisi Budaya Bentuk Budaya Proses Gerakan Makna Budaya Kelompok Rujukan Konsumen	1. Metoda : contextual instruction 2. Media : kelas, komputer, LCD, whiteboard, web	1. Shifman dan Kanuk 2015 2. Journal International Consumer Behavior 2014-2016	Menjelaskan dan menggambarkan Kelompok Rujukan. Siklus hidup keluarga, model proses sosialisasi
14	Mahasiswa mampu memaparkan pengaruh konsumen dan Pengambilan Keputusan pembelian produk dan jasa	Pemahaman terhadap delapan peranan keputusan konsumen dalam pembelian dg contohnya	1. Metoda belajar: contextual instruction 2. Media : kelas, komputer, LCD, whiteboard, web	1. Shifman dan Kanuk 2015 2. Journal International Consumer Behavior 2014-2016	Menguraikan delapan peranan proses pengambilan keputusan keluarga. Influencer, desider, buyer, user, maintainers, desposers, gatekeepers, preparers

EVALUASI PEMBELAJARAN

SESI	PROSE-DUR	BEN-TUK	SEKOR ≥ 77 (A / A-)	SEKOR ≥ 65 (B- / B / B+)	SEKOR ≥ 60 (C / C+)	SEKOR ≥ 45 (D)	SEKOR < 45 (E)	BOBOT
1	Pretest test	Tes tulisan (UTS)	Menguraikan definisi perilaku konsumen dan kaitannya dengan filosofi lima konsep marketing dengan contoh produk atau jasa	Menguraikan pengertian tentang perilaku konsumen dan hubungan dengan filosofi marketing tetapi tiak diberi contoh	Menguraikan pengertian perilaku konsumen dan filosofi marketing tetapi tiak lengkap	Menguraikan definisi perilaku konsumen dan filosofi marketing tetapi tiak dengan contoh	Tidak menguraikan perilaku konsumen dan filosofi marketing dan lima konsep	5 %
2	Pre test dan post test	Tes tulisan (UTS)	Menguraikan definisi STP dengan benar dan dilengkapi dengan contoh. Dasar segmenting , Targeting, Positioning	Menguraikan dasar segmenting, targeting, dan positioning tidak disertai contoh	Menguraikan pengertian segmenting, dan positioning	Menguraikan pengertian segmenting, targeting dan positioning dengan tidak lengkap	Tidak menguraikan pengertian definisi segmenting, targeting dan positioning.	5 %
3	Pre test, progress test dan post test	Tes tulisan (UTS)	Menjelaskan dan menggambarkan unsur persepsi, perubahan merek dibawah JND, teori keterlibatan, teori pland behavior, ELM disertai contoh semua	Menjelaskan dan menggambarkan unsur persepsi, Teori pland behavior, ELM dengan contoh	Menjelaskan teori ELM dan pland behavior dengan contoh	Menjelaskan unsur persepsi, perubahan merek dibawah JND, teori keterlibatan, teori pland behavior, ELM disertai contoh tidak benar	Tidak menjelaskan unsur persepsi, perubahan merek dibawah JND, teori keterlibatan, teori pland behavior, ELM	20 %
4	Post test	Tes tulisan (UTS)	Menjelaskan macam teori kepribadian dikaitkan dengan	Menjelaskan macam teori kepribadian	Menjelaskan salah satu dari teori	Menjelaskan macam teori kepribadian dan	Tidak menjelaskan macam teori	5 %

			niat pembelian dan contoh iklan produk shopping	Kaitkan dengan niat pembelian tanpa contoh iklan	kepribadian	niat pembelian tidak dengan benar	kepribadian dikaitkan dengan niat pembelian dan contoh iklan produk shopping	
SESI	PROSE-DUR	BEN-TUK	SEKOR ≥ 77 (A / A-)	SEKOR ≥ 65 (B- / B / B+)	SEKOR ≥ 60 (C / C+)	SEKOR ≥ 45 (D)	SEKOR < 45 (E)	BOBOT
5	Post test	Tes tulisan (UAS)	Menjelaskan pembentukan dan perubahan sikap dg contoh. Menjelaskan model struktural sikap. Teori pland behavior	Menjelaskan model struktural sikap. Teori pland behavior	Menjelaskan terbentuknya sikap dan contohnya	Tidak benar menjelaskan terbentuknya sikap dan perubahan sikap dg contoh	Tidak menjelaskan terbentuknya sikap dan perubahan sikap dg contoh	15
6	Post test	Tes tulisan (UTS)	Menjelaskan kredibilitas sumber informal, formal, para juru bicara dan pendukung, kredibilitas pesan dan contoh	Menjelaskan kredibilitas sumber informal, formal, juru bicara pendukung dg contoh	Menjelaskan kredibilitas sumber kred.informal, kred. formal dan contoh	Menjelaskan salah satu kredibilitas sumber dan contoh	Tidak menjelaskan kredibilitas sumber informal, formal, para juru bicara dan pendukung, kredibilitas pesan dan contoh	5 %
7	Post test	Tes tulisan (UTS)	Menjelaskan tujuh definisi proses elemen komunikasi dan menggambarkan model proses komunikasi dasar	Menjelaskan tujuh definisi proses elemen komunikasi	Menjelaskan tiga definisi proses elemen komunikasi	Menjelaskan tiga definisi proses elemen komunikasi tidak tepat	Tidak Menjelaskan tujuh definisi proses elemen komunikasi model proses komunikasi dasar	5 %
SESI	PROSE-DUR	BEN-TUK	SEKOR ≥ 77 (A / A-)	SEKOR ≥ 65 (B- / B / B+)	SEKOR ≥ 60	SEKOR ≥ 45 (D)	SEKOR < 45 (E)	BOBOT

					(C / C+)			
8	Post test	Tes lisan	Menjelaskan kelebihan dan kekurangan majalah, koran, TV, Radio, Inteeernet, direct mail	Menjelaskan kelebihan dan kekurangan majalah, koran, TV, Radio, Inteeernet	Menjelaska n kelebihan dan kekurangan internet, koran, TV	Menjelaskan kelebihan dan kekurangan internet, koran,	Tidak menjelaskan kelebihan dan kekurangan majalah, koran, TV, Radio, Inteeernet, direct mail	0
9	Progress test dan post test	Tes lisan	Menjelaskan definisi tahap siklus hidup keluarga.delapan Indikator Famili Householes dan 4 indikator Non Famili Hoseholes	Menjelaskan definisi tahap siklus hidup keluarga.delapan Indikator Famili Householes	Menjelaska n definisi tahap siklus hidup keluarga 4 indikator Non Famili Hoseholes	Menjelaskan definisi tahap siklus hidup keluarga.empat Indikator Famili Householes	Tidak Menjelaskan definisi tahap siklus hidup kel.8 Indikator Famili Householes dan Non Famili Hoseholes	0
10	Post test	Tes lisan	Menguraikan delapan peranan proses pengambilan keputusan keluarga Influencer, desider, buyer, user, maintainers, desposers, gatekeepers.preparer s	Menguraikan enam peranan proses pengambilan keputusan keluarga: influencer, desider, buyer, user, maintainers, desposers,	Menguraika n empat peranan proses pengambila n keputusan keluarga: influencer, desider, buyer, maintainers,	Menguraikan dua peranan proses pengambilan keputusan keluarga: influencer, desider	Tidak Menguraikan dua peranan proses pengambilan keputusan keluarga	0
SESI	PROSE-	BEN-	SEKOR ≥ 77	SEKOR ≥ 65	SEKOR \geq	SEKOR ≥ 45	SEKOR < 45	BOB

	DUR	TUK	(A / A-)	(B- / B / B+)	60 (C / C+)	(D)	(E)	OT
11	Post test	Tes lisan	Menguraikan pengertian model proses sosialisasi terdiri atas: anak muda ada dua dimensi anggota keluarga lain dan teman-teman	Menguraikan pengertian model proses sosialisasi satu dimensi saja seperti indikator anggota keluarga	Menguraikan pengertian indikator teman-teman	Menguraikan pengertian model proses sosialisasi tidak tepat	Tidak menguraikan pengertian anak muda atas proses sosialisasi	0
12	Post test	Tes lisan	Menjelaskan dimensi kelompok rujukan: Kel.persahabatan Kelompok belanja Kelompok kerja Kelompok virtual Kelompok aksi-konsumen	Menjelaskan Kelpk rujukan: Kelompok persahabatan, kelompok belanja dan kelompok Virtual	Menjelaskan Kelpk rujukan: Kelompok persahabatan, kelompok belanja	Menjelaskan salah satu kelompok rujukan saja	Tidak menjelaskan kelompok rujukan	0
13	Post test	Tes tulisan (Tugas)	Membuat resume dan memaparkan resume tentang International journal desision making tahun 2016 secara lengkap	Membuat resume sekaligus memaparkan resume International journal desision making tahun 2016 tidak lengkap	Memaparkan resume tentang International journal desision making tahun 2015 tetapi tidak ada analisa dan diskusi	Membuat resume tetapi tidak ada analisa dan diskusi International journal desision making tahun 2015	Tidak membuat resume tentang International journal desision making tahun 2015	10 %
SESI	PROSE-	BEN-	SEKOR ≥ 77	SEKOR ≥ 65	SEKOR \geq	SEKOR ≥ 45	SEKOR < 45	BOB

	DUR	TUK	(A / A-)	(B- / B / B+)	60 (C / C+)	(D)	(E)	OT
14	Post test	Tes tulisan (Tugas)	Membuat resume dan memaparkan resume jurnal International tentang budaya, sikap dan niat pembelian barang shopping tahun 2016, Secara lengkap dan jelas	Membuat resume memaparkan resume Jurnal International tahun 2015 tetapi tidak secara lengkap dan jelas	Memaparkan resume tentang International Journal tahun 2015, tetapi tidak dipresentasikan analisa dan diskusi	Membuat resume tentang International Journal tetapi tidak dipresentasikan	Tidak membuat resume tentang Jurnal International tetapi tidak dipresentasikan	10 %

Komponen penilaian :

1. Kehadiran = 10 %
2. Tugas = 30 %
3. UTS = 30 %
4. UAS = 30 %

**Mengetahui,
Ketua Program Studi,**

Dr. Tantri Yanuar, SE, MM

Jakarta, 27 Agustus 2016

Dosen Pengampu,

Dr. Endang Ruswanti, SE, MM